

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transformasi kawasan Gelora Bung Karno (GBK) di Jakarta merupakan salah satu contoh nyata bagaimana ruang publik perkotaan dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata urban (urban tourism) yang multifungsi, berdaya tarik tinggi, dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern. Kawasan yang pada mulanya berfungsi utama sebagai kompleks olahraga kini telah berevolusi menjadi ruang terbuka publik yang ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara, baik untuk kegiatan olahraga, rekreasi, hiburan, hingga sosial-budaya. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada lanskap fisik dan fungsi kawasan, tetapi juga pada cara wisatawan memaknai dan merasakan pengalaman mereka di destinasi tersebut. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji transformasi GBK dalam kerangka urban tourism dari sudut pandang pengalaman wisatawan dan persepsi terhadap destinasi.

Gelora Bung Karno (GBK) layak menjadi objek penelitian dalam konteks urban tourism karena memiliki kombinasi karakteristik spasial, nilai historis, fungsi sosial, dan potensi ekonomi yang khas dan strategis. Secara spasial, GBK merupakan kawasan yang luas, terbuka, dan multifungsi yang terletak di pusat ibu kota, dengan aksesibilitas tinggi melalui berbagai moda transportasi. Posisi strategis ini menjadikan GBK sebagai simpul aktivitas masyarakat urban yang tidak hanya digunakan untuk kegiatan olahraga, tetapi juga menjadi tempat rekreasi, pementasan seni, dan ruang interaksi sosial. Dari sisi historis, GBK adalah salah

satu landmark nasional yang dibangun pada masa awal kemerdekaan, yang memiliki nilai simbolik tinggi sebagai representasi pembangunan bangsa dan identitas nasional. Nilai ini memberi dimensi naratif yang kuat dalam pengembangan wisata berbasis sejarah dan budaya. Secara sosial, GBK berfungsi sebagai ruang publik yang menyatukan berbagai lapisan masyarakat, menciptakan ruang inklusif untuk interaksi lintas kelas, etnis, dan usia. Fungsi sosial ini menjadi penting dalam pariwisata perkotaan yang menekankan pada pengalaman kolektif dan keterlibatan komunitas. Selain itu, keberadaan pedagang kaki lima, pusat kuliner, acara komunitas, dan kegiatan komersial lainnya menjadikan GBK sebagai titik pertumbuhan ekonomi mikro yang dinamis. Oleh karena itu, GBK memiliki potensi yang besar untuk dijadikan studi model urban tourism karena mampu menggambarkan keterkaitan antara ruang kota, warisan budaya, interaksi sosial, dan ekonomi lokal dalam satu kawasan yang utuh dan hidup.

Urban tourism sendiri merupakan bentuk pariwisata yang berkembang di kawasan perkotaan, yang menawarkan kombinasi antara elemen-elemen budaya, sejarah, hiburan, serta fasilitas dan infrastruktur modern (Wati & Ridlo, 2020). Kota Jakarta sebagai ibu kota negara memiliki peran strategis dalam pengembangan urban tourism, dan GBK menjadi salah satu ikon utamanya. Terletak di jantung ibu kota dan dikelilingi oleh pusat bisnis, pemerintahan, dan perbelanjaan, GBK secara geografis memiliki keunggulan lokasi yang potensial. Namun, yang menjadikan GBK menarik adalah kemampuannya dalam melakukan rebranding destinasi tanpa meninggalkan nilai historisnya sebagai simbol nasionalisme dan kebanggaan olahraga Indonesia.

Transformasi GBK secara fisik dimulai sejak persiapan Asian Games 2018, di mana berbagai fasilitas olahraga mengalami renovasi besar-besaran, termasuk stadion utama, arena renang, lapangan hoki, dan lainnya. Selain renovasi fasilitas olahraga, pemerintah juga melakukan revitalisasi ruang terbuka seperti jalur pejalan kaki, taman, dan danau, serta membangun sarana pelengkap seperti food court, area UMKM, hingga ruang seni publik. Dalam konteks ini, pengembangan GBK tidak hanya bersifat infrastruktur, melainkan juga strategis dalam memosisikan kawasan ini sebagai destinasi wisata modern yang menyatu dengan kehidupan urban Jakarta.

Namun demikian, untuk menilai keberhasilan transformasi ini tidak cukup hanya dilihat dari sudut pandang pembangunan fisik atau statistik jumlah pengunjung. Diperlukan pendekatan yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana wisatawan mengalami destinasi tersebut secara langsung (tourist experience), serta bagaimana mereka menilai, menafsirkan, dan mempersepsikan kawasan tersebut (destination perception) (Alwi, 2021). Pengalaman wisatawan merupakan aspek kunci dalam pariwisata karena dapat memengaruhi keputusan kunjungan ulang, promosi dari mulut ke mulut (word of mouth), hingga loyalitas terhadap destinasi. Sementara itu, persepsi terhadap destinasi mencakup penilaian terhadap kualitas fasilitas, keamanan, kebersihan, kenyamanan, aksesibilitas, hingga nilai-nilai budaya dan sosial yang melekat dalam kawasan tersebut.

Dalam lima tahun terakhir, Komplek Gelanggang Olahraga Bung Karno (GBK) telah mengalami transformasi signifikan dan menunjukkan kemajuan luar biasa sebagai ikon nasional Indonesia. Tidak hanya menjadi pusat kegiatan olahraga, GBK kini berkembang menjadi destinasi terkemuka untuk hiburan,

konser, konferensi, dan acara skala internasional lainnya. Modernisasi dan peningkatan infrastruktur yang dilakukan sejak 2019 membuahkan hasil yang nyata, dengan GBK mencatatkan pencapaian pendapatan tertinggi dalam sejarahnya pada tahun 2023, yaitu sebesar Rp415 miliar. Angka ini meningkat sekitar 39,26% dibandingkan pendapatan tahun 2019 yang hanya Rp298 miliar (PPKGBK, 2024).

Jumlah penyelenggaraan acara di GBK juga melonjak secara drastis, dari 256 kegiatan pada 2019 menjadi 559 kegiatan pada 2023. Dari total kegiatan tersebut, 250 merupakan acara olahraga yang mencakup 45% dari keseluruhan acara. Ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah absolut dibandingkan tahun 2019 yang hanya mencatatkan 150 acara olahraga. Meskipun proporsi acara olahraga sedikit menurun secara persentase, peningkatan jumlah acaranya mencapai 67%, mencerminkan pertumbuhan minat dan penggunaan fasilitas olahraga GBK (PPKGBK, 2024).

Diversifikasi acara juga menjadi sorotan utama. Jumlah konser yang diselenggarakan meningkat dari 21 pada 2019 menjadi 68 pada 2023, sementara kegiatan internal perusahaan melonjak dari 29 menjadi 166 kegiatan. Hal ini mencerminkan semakin luasnya segmentasi pasar yang dilayani GBK, tidak hanya terbatas pada olahraga, tetapi juga mencakup hiburan dan korporat. Dalam mendukung pencapaian ini, GBK mengembangkan berbagai inovasi seperti implementasi e-booking system, sistem pembayaran cashless, dan pengelolaan smart field berbasis teknologi (PPKGBK, 2024).

Keberhasilan GBK dalam pengelolaan kawasan juga tercermin dari berbagai penghargaan dan pencapaian yang diterima, seperti Sertifikat ISO 9001:2015 untuk manajemen mutu, penghargaan dalam PLN Awards 2023, serta rekor dunia Guinness World Records untuk Kelas POUND dengan peserta terbanyak. Selain itu, GBK juga sukses menjadi pusat vaksinasi COVID-19, yang menandakan komitmen institusi terhadap pelayanan publik (PPKGBK, 2024).

Upaya keberlanjutan juga mendapat perhatian khusus dengan diterapkannya kebijakan pelarangan penggunaan plastik sekali pakai, daur ulang botol plastik, serta penggunaan energi bersertifikat terbarukan. GBK bahkan tengah mengembangkan sistem perawatan rumput dengan teknologi "Lay & Play" yang diadaptasi dari praktik terbaik internasional seperti di Wembley Stadium (PPKGBK, 2024).

Dengan strategi yang terstruktur dan progresif, serta Rencana Strategis 2025–2029 yang ambisius, GBK menargetkan pendapatan Rp500 miliar pada tahun 2024 dan terus mengokohkan posisinya sebagai pusat olahraga dan hiburan terintegrasi terbesar di Asia Tenggara. Dukungan publik pun terus meningkat, tercermin dari lonjakan jumlah pengunjung harian hingga 25.000 orang dan mencapai ratusan ribu saat ada acara besar. Semua capaian ini menjadi bukti kuat bahwa GBK bukan hanya simbol nasional, tetapi juga aktor utama dalam industri kreatif dan olahraga global (PPKGBK, 2024).

Di sinilah permasalahan muncul. Berbagai pembangunan infrastruktur, peningkatan aksesibilitas, serta inovasi digitalisasi di GBK sudah dilakukan oleh pengelola. Namun, pertanyaannya “Apakah semua ini sudah dirasakan sebagai nilai

positif oleh wisatawan? Apakah wisatawan memiliki keterikatan emosional terhadap kawasan GBK, atau mereka hanya melihatnya sebagai ruang transit tanpa makna?”

Dalam literatur *tourist experience* dan *place-based development*, terdapat teori penting yang menyatakan bahwa kualitas fisik destinasi saja tidak cukup untuk menciptakan loyalitas wisatawan. Wisatawan harus merasa terhubung secara emosional dan personal dengan tempat yang mereka kunjungi, melalui elemen yang disebut *Place Attachment* (Williams & Vaske, 2003). Di sisi lain, persepsi nilai wisatawan (*Perceived Value*) adalah hasil dari kombinasi antara elemen fisik (aksesibilitas, infrastruktur) dan psikologis (emosi, kenangan, rasa memiliki) (Zeithaml, 1988; Carvache-Franco et al., 2024).

Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa kombinasi antara pengalaman yang positif dan persepsi yang baik terhadap destinasi akan meningkatkan daya saing suatu tempat dalam peta pariwisata urban. Dalam konteks GBK, pengalaman wisatawan dapat sangat beragam, tergantung pada motivasi kunjungan, latar belakang sosial, serta jenis aktivitas yang dilakukan (Tela et al., 2019). Beberapa pengunjung mungkin datang untuk berolahraga, sementara yang lain mungkin sekadar bersantai, berfoto, menikmati pemandangan, atau menonton konser dan acara budaya. Oleh karena itu, pendekatan analisis yang menggabungkan dimensi pengalaman subjektif dan persepsi terhadap elemen-elemen destinasi menjadi relevan untuk memahami keberhasilan transformasi GBK dari sudut pandang wisatawan itu sendiri.

Selain itu, dalam era digital dan media sosial, persepsi wisatawan terhadap destinasi sangat dipengaruhi oleh narasi yang berkembang secara online. Banyak pengunjung yang membagikan pengalaman mereka di media sosial, memberikan ulasan (review), serta membentuk citra destinasi di mata publik. Oleh sebab itu, persepsi bukanlah entitas statis, melainkan dinamis dan dipengaruhi oleh interaksi antara wisatawan, fasilitas, dan pengalaman sosial. Dengan kata lain, transformasi GBK sebagai destinasi urban tourism tidak hanya berakar pada pembangunan fisik, tetapi juga pada konstruksi makna dan identitas destinasi yang dibentuk oleh para pengunjungnya.

Kajian ini juga penting dalam kerangka kebijakan pembangunan pariwisata berkelanjutan di kawasan urban. Pemerintah DKI Jakarta telah mengarahkan pembangunan kota agar lebih manusiawi, hijau, dan inklusif melalui pendekatan smart city dan liveable city. Dalam konteks ini, GBK bisa menjadi model pengelolaan kawasan publik yang mampu memadukan fungsi olahraga, rekreasi, sosial, dan budaya secara harmonis. Namun, untuk memastikan bahwa kebijakan ini benar-benar berdampak positif, perlu ada evaluasi berbasis data terhadap persepsi dan kepuasan wisatawan (Dion, 2022). Penelitian ini berupaya untuk memberikan kontribusi terhadap pemahaman tersebut melalui analisis mendalam terhadap pengalaman dan persepsi pengunjung kawasan GBK.

Dengan mempertimbangkan berbagai hal di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji transformasi kawasan Gelora Bung Karno dari perspektif wisatawan, dengan fokus pada pengalaman yang mereka rasakan dan persepsi terhadap destinasi tersebut. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan

akademik maupun praktis bagi pengelola destinasi, pemerintah daerah, serta pemangku kepentingan pariwisata lainnya dalam merumuskan strategi pengembangan urban tourism yang berbasis pada pengalaman pengunjung dan persepsi public (Nandika et al., 2022).

Perubahan fungsi dan wajah kawasan Gelora Bung Karno (GBK) dari kompleks olahraga konvensional menjadi destinasi wisata urban multifungsi merupakan salah satu bentuk nyata dari dinamika pemanfaatan ruang kota di era modern. Transformasi ini bukan sekadar penataan ulang infrastruktur, tetapi juga cerminan dari upaya membentuk identitas baru suatu tempat melalui pendekatan pariwisata kota (urban tourism) yang berbasis pengalaman. Dalam konteks kota besar seperti Jakarta, yang dihadapkan pada tantangan kepadatan penduduk, keterbatasan ruang hijau, dan tuntutan gaya hidup aktif masyarakat urban, keberadaan ruang publik seperti GBK menjadi sangat vital. Tidak hanya sebagai tempat olahraga, tetapi juga sebagai ruang sosial, budaya, dan rekreasi. Oleh karena itu, memahami proses transformasi ini dari perspektif wisatawan menjadi sebuah kebutuhan mendesak yang tidak dapat diabaikan, khususnya dalam merumuskan strategi pengelolaan destinasi yang inklusif dan berkelanjutan.

Dalam beberapa tahun terakhir, GBK semakin menunjukkan perannya sebagai pusat aktivitas publik yang beragam. Mulai dari olahraga pagi, acara seni dan budaya, festival kuliner, hingga konser musik internasional. Keragaman aktivitas ini secara tidak langsung memperkaya dimensi pengalaman wisatawan, menciptakan interaksi yang kompleks antara ruang fisik dan persepsi individu terhadap tempat tersebut. Akan tetapi, sejauh ini, masih minim kajian akademik

yang secara spesifik menelaah bagaimana transformasi fisik dan fungsional kawasan GBK berdampak terhadap persepsi wisatawan, khususnya dari sudut pandang keterikatan emosional terhadap tempat (*Place Attachment*) dan persepsi nilai yang dirasakan (*Perceived Value*). Ketiadaan perspektif wisatawan dalam evaluasi transformasi kawasan publik dikhawatirkan akan menghasilkan kebijakan pembangunan yang tidak sepenuhnya menjawab kebutuhan dan aspirasi masyarakat sebagai pengguna utama ruang tersebut.

Urgensi penelitian ini diperkuat oleh pentingnya konsep *Place Attachment* dalam pengembangan destinasi wisata. Keterikatan emosional antara pengunjung dengan suatu destinasi memiliki peran besar dalam menentukan kepuasan wisata, loyalitas pengunjung, serta promosi tidak langsung melalui media sosial dan word of mouth. Apabila pengunjung merasa terhubung secara personal dengan destinasi yang dikunjunginya, maka kemungkinan untuk melakukan kunjungan ulang, merekomendasikan kepada orang lain, dan menjaga kelestarian kawasan tersebut menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, menelaah faktor-faktor yang membentuk keterikatan ini, seperti kemudahan akses, kenyamanan fasilitas, dan kekayaan aktivitas, akan sangat berguna dalam menyusun strategi pembangunan destinasi urban yang berkelanjutan (Muhamad et al., 2022).

Selain itu, penelitian ini menjadi penting dalam merespons meningkatnya tuntutan terhadap destinasi wisata yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memberikan nilai tambah emosional dan sosial bagi pengunjungnya. Dalam studi pariwisata modern, konsep *Perceived Value* menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan suatu destinasi. Nilai ini tidak hanya terbatas pada aspek

ekonomi atau fasilitas fisik, tetapi juga mencakup persepsi tentang kenyamanan, keamanan, suasana, serta relevansi destinasi dengan identitas pengunjung. Dalam konteks GBK yang kini menjadi lokasi populer untuk aktivitas swafoto (selfie), komunitas olahraga, dan even besar, persepsi nilai ini menjadi sangat beragam dan kompleks. Penelitian yang mampu menggali berbagai dimensi persepsi tersebut akan memberikan kontribusi besar terhadap pemahaman karakteristik pengunjung urban masa kini (Yunas & Huda, 2017).

Di sisi lain, pemerintah dan pengelola kawasan GBK membutuhkan dasar ilmiah yang kuat untuk menyusun kebijakan tata kelola kawasan yang berorientasi pada kepuasan dan keberlanjutan. Pendekatan berbasis data empiris mengenai pengalaman dan persepsi wisatawan akan membantu dalam merancang fasilitas, layanan, dan program yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini juga dapat mencegah terjadinya konflik ruang antara berbagai kelompok pengguna, serta memastikan bahwa kawasan tetap inklusif, aman, dan nyaman bagi semua kalangan, baik warga lokal, wisatawan domestik, maupun mancanegara (Chun et al., 2019).

Dalam skala yang lebih luas, penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan literatur urban tourism di Indonesia, yang selama ini masih relatif tertinggal dibandingkan dengan negara-negara lain. Studi pariwisata di Indonesia umumnya masih banyak berfokus pada destinasi alam atau budaya tradisional, sementara pariwisata kota yang berbasis pada interaksi ruang publik modern dan pengalaman personal masih jarang disentuh. Oleh karena itu, kajian terhadap GBK sebagai destinasi urban yang unik, dinamis, dan multifungsi dapat memperkaya

wacana akademik serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian sejenis di kota-kota besar lainnya.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi, baik secara akademik maupun praktis. Di satu sisi, ia menjembatani kekosongan literatur tentang hubungan antara transformasi ruang publik dan pengalaman wisatawan urban di Indonesia. Di sisi lain, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan langsung bagi pengambil kebijakan dalam menciptakan ruang kota yang tidak hanya estetis dan fungsional, tetapi juga mampu membangun keterikatan emosional serta memberikan nilai yang bermakna bagi pengunjungnya. Di tengah arus urbanisasi dan meningkatnya tuntutan terhadap kualitas hidup di perkotaan, menjadikan kawasan seperti GBK sebagai model destinasi wisata kota yang berdaya saing global merupakan langkah strategis yang perlu didukung oleh kajian ilmiah yang komprehensif dan kontekstual.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah Place Accessibility berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi destinasi (Perceived Value) wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno sebagai destinasi urban tourism?
2. Apakah Urban Infrastructure Development berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi destinasi wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno?
3. Apakah Place Attachment memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi destinasi wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno?

4. Apakah Place Accessibility berpengaruh secara signifikan terhadap Place Attachment wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno?
5. Apakah Urban Infrastructure Development berpengaruh secara signifikan terhadap Place Attachment wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno?
6. Apakah Place Attachment memediasi hubungan antara Place Accessibility dan persepsi destinasi wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno?
7. Apakah Place Attachment memediasi hubungan antara Urban Infrastructure Development dan persepsi destinasi wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Place Accessibility terhadap persepsi destinasi (Perceived Value) wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno sebagai destinasi urban tourism.
2. Untuk menganalisis pengaruh Urban Infrastructure Development terhadap persepsi destinasi wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung Place Attachment terhadap persepsi destinasi wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno.
4. Untuk menganalisis pengaruh Place Accessibility terhadap Place Attachment wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno.
5. Untuk menganalisis pengaruh Urban Infrastructure Development terhadap Place Attachment wisatawan di kawasan Gelora Bung Karno.

6. Untuk menguji peran mediasi Place Attachment dalam hubungan antara Place Accessibility dan persepsi destinasi wisatawan.
7. Untuk menguji peran mediasi Place Attachment dalam hubungan antara Urban Infrastructure Development dan persepsi destinasi wisatawan.

D. Manfaat Penelitian

1. Kontribusi terhadap Pengembangan Teori

Penelitian ini berkontribusi dalam mengembangkan literatur pariwisata perkotaan (urban tourism), khususnya melalui pengujian model yang mengaitkan *Place Accessibility*, urban infrastructure development, *Place Attachment*, dan perceived destination value. Kajian ini menekankan pentingnya dimensi emosional dan perseptual dalam pengalaman wisata di kawasan kota, khususnya di ruang publik multiguna seperti Gelora Bung Karno.

2. Kontribusi Praktik dan Manajerial

Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pengelola kawasan Gelora Bung Karno dan pemangku kepentingan pariwisata di Jakarta dalam merancang strategi pengelolaan kawasan yang tidak hanya berorientasi pada infrastruktur fisik, tetapi juga pada penciptaan pengalaman emosional yang meningkatkan keterikatan wisatawan terhadap tempat dan nilai persepsi mereka terhadap destinasi.

3. Kontribusi terhadap Kebijakan Pariwisata

Temuan penelitian ini dapat menjadi masukan penting bagi perumusan kebijakan pengembangan pariwisata kota (urban tourism) di Indonesia, khususnya dalam mengelola kawasan ikonik seperti GBK. Kebijakan yang mendorong integrasi antara aksesibilitas, infrastruktur perkotaan yang manusiawi, dan penguatan

keterikatan emosional wisatawan diyakini akan berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pengalaman dan daya saing destinasi perkotaan.

