

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digitalisasi telah merevolusi paradigma pariwisata global melalui fenomena *visual economy*, di mana daya tarik estetika sebuah destinasi kini diukur melalui tingkat keterserapan visualnya di media sosial. Tren *Instagrammable tourism* menempatkan platform digital bukan sekadar sebagai saluran promosi, melainkan sebagai determinan utama dalam proses pengambilan keputusan wisatawan kontemporer (Mannion, 2024). Dalam lanskap ini, destinasi wisata dituntut untuk terus memproduksi kebaruan visual demi memenuhi ambisi digital penggunanya. Namun, ketergantungan yang tinggi pada aspek estetika permukaan semata sering kali menciptakan paradoks, yakni destinasi dapat mencapai puncak popularitas secara instan melalui viralitas, namun rentan mengalami degradasi minat yang cepat apabila gagal melakukan inovasi konten yang berkelanjutan di ruang siber. Dalam era digital saat ini, fenomena global pariwisata telah mengalami transformasi mendalam akibat pengaruh media sosial, khususnya Instagram dan TikTok. Platform-platform ini tidak hanya menjadi sumber inspirasi utama bagi wisatawan, tetapi juga telah mengubah pola perilaku perjalanan secara keseluruhan. Menurut data terbaru, konten terkait perjalanan di TikTok telah melonjak hingga 410% sejak 2021, sementara Instagram mencatat hampir dua juta postingan bertema wisata pada tahun 2024 (Gourdon & Cassotti, 2025). Fenomena ini dikenal sebagai "instatourism", di mana wisatawan semakin memprioritaskan destinasi yang menawarkan pengalaman visual menarik untuk dibagikan di media sosial.

Hasil survei menunjukkan bahwa lebih dari 75% wisatawan bergantung pada platform seperti Instagram dan TikTok untuk mencari inspirasi destinasi, yang sering kali mengarah pada overtourism di lokasi-lokasi populer (Mannion, 2024). Akibatnya, objek wisata dunia kini dituntut untuk memiliki nilai estetika tinggi atau "Instagrammable", seperti pemandangan ikonik yang mudah difoto dan dibagikan, guna menarik pengunjung dan bersaing dalam pasar pariwisata global yang semakin kompetitif. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi pilihan individu, tetapi juga mendorong industri pariwisata untuk mengadaptasi strategi pemasaran yang berfokus pada konten visual viral, meskipun sering kali menimbulkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan dan hilangnya keaslian budaya.

Daya tarik visual sebagai komoditas semakin menjadi elemen kunci dalam ekonomi visual pariwisata digital. Warna-warni cerah, komposisi estetik, dan elemen visual menarik telah berubah menjadi "mata uang" baru dalam pemasaran destinasi, di mana gambar-gambar yang memikat mata di media sosial berfungsi sebagai alat utama untuk menarik perhatian konsumen. Dalam konteks ini, estetika visual bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan komoditas strategis yang memengaruhi persepsi wisatawan dan keputusan pembelian, seperti dalam iklan pariwisata yang memanfaatkan elemen visual dinamis untuk membangun citra destinasi. Tren ini mencerminkan pergeseran ke arah "aesthetic economy", di mana nilai visual menjadi dasar konsumsi dan identitas, khususnya di kalangan Generasi Z yang melihat estetika sebagai sinyal keanggotaan sosial dan pengalaman autentik. Dengan demikian, pemasaran destinasi digital semakin bergantung pada penciptaan

konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga secara visual memikat untuk bersaing di pasar global.

Di Indonesia, khususnya di kota-kota seperti Semarang, tren pengembangan desa wisata urban telah menjadi bagian dari strategi pemerintah untuk mengubah pemukiman kumuh menjadi kampung tematik yang berbasis pariwisata komunitas. Program Kampung Tematik, yang diinisiasi oleh Pemerintah Kota Semarang sejak 2016, bertujuan untuk mempercepat penanggulangan kemiskinan melalui pemberdayaan masyarakat dan partisipasi aktif dalam penggalian potensi lokal (Martuti et al., 2021). Kebijakan ini melibatkan transformasi kawasan kumuh menjadi destinasi tematik, seperti Kampung Alam Malon di Kelurahan Gunungpati yang difokuskan pada wisata alam dan edukasi lingkungan, atau Kampung Hidroponik di Tanjung Mas yang menekankan pertanian urban. Melalui pendanaan APBD dan kolaborasi dengan universitas serta perusahaan seperti PT Indonesia Power, program ini tidak hanya meningkatkan penghijauan dan perbaikan lingkungan, tetapi juga menurunkan angka kemiskinan serta pengangguran dengan memanfaatkan potensi wisata berbasis komunitas. Serupa dengan inisiatif di kota lain seperti Malang dan Surakarta, Kampung Tematik menjadi alat untuk memperbaiki ruang kota menjadi destinasi wisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Namun, di balik dinamika ini, masalah keberlanjutan sering menjadi tantangan utama bagi desa wisata urban di Indonesia. Banyak destinasi yang lahir dari viralitas media sosial cenderung terjebak dalam fenomena hype sesaat, di mana popularitas cepat naik berkat atraksi visual seperti spot foto unik, tetapi sulit bertahan tanpa inovasi konten yang mendalam. Kurangnya persiapan masyarakat lokal, duplikasi

atraksi yang tidak sesuai dengan karakteristik daerah, serta minimnya perencanaan jangka panjang menyebabkan keberlanjutan ekonomi dan sosial menjadi rapuh, sering kali mengakibatkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan dan hilangnya keaslian budaya (Sukowati, 2022). Contohnya, desa wisata yang hanya mengandalkan elemen visual untuk menarik wisatawan sering gagal mempertahankan pengunjung jangka panjang, karena tidak mampu menawarkan pengalaman autentik atau paket wisata beragam di luar tren sementara. Oleh karena itu, keberlanjutan memerlukan pendekatan yang lebih holistik, menggabungkan inovasi dengan pelestarian potensi lokal untuk menghindari jebakan viralitas semata (Arba'a & Wijayanto, 2019).

Banyak desa wisata di Indonesia berhasil bertahan hingga saat ini melalui pengelolaan berbasis komunitas. Penelitian oleh Berinda Filantropi (2022) tentang Desa Wisata Nglanggeran di Gunungkidul, Yogyakarta, menunjukkan keberhasilan Community Based Tourism (CBT) dengan partisipasi aktif masyarakat melalui Pokdarwis. Ini menciptakan lapangan kerja seperti pemandu wisata, pengelola homestay, dan usaha kuliner, didukung lokasi strategis, 81 homestay, serta aktivitas trekking dan pendidikan budaya. Hasilnya, Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI) mencapai 77,30%, dengan pengelolaan keuangan transparan untuk kesejahteraan sosial dan pelestarian budaya (pertunjukan kuda lumping) serta lingkungan. Desa ini diakui sebagai Desa Wisata Mandiri Inspiratif 2021 dan pemenang International Best Tourism Village 2021 oleh UNWTO.

Penelitian oleh Lestari, G., Armawi, A., & Muhamad, M. (2016) dengan judul penelitian Partisipasi pemuda dalam mengembangkan pariwisata berbasis

masyarakat untuk meningkatkan ketahanan sosial budaya wilayah (Studi di Desa Wisata Pentingsari, Umbulharjo, Cangkringan, Sleman, DI Yogyakarta). Studi ini mengungkapkan bahwa pemuda memegang peranan krusial sebagai aktor dalam pengelolaan *Community-Based Tourism* (CBT) di Desa Wisata Pentingsari (Dewi Peri). Dengan skor rata-rata mencapai 70%, keterlibatan pemuda telah mencapai level citizen power, di mana masyarakat memiliki kendali penuh sebagai penggerak utama. Kontribusi mereka berdampak signifikan terhadap ketahanan sosial-budaya melalui prinsip kemitraan, kemandirian, dan pelestarian nilai lokal. Ketahanan ini terwujud melalui upaya dinamis dalam memproteksi serta mendayagunakan aset budaya lokal sebagai daya tarik wisata yang berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, T., & Mahfudz, M. (2022) dengan judul penelitian Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Desa Wisata Alam (Studi Kasus Pada Desa Wisata Alam Kandri Kota Semarang). Temuan penelitian menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kesuksesan desa wisata yaitu partisipasi masyarakat lokal dan komunitas dalam mengembangkan desa wisata, kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke sana, pendanaan yang cukup untuk menunjang kegiatan kepariwisataan, berjejaring dengan para relasi sehingga dapat bekerjasama.

Penelitian yang dilakukan oleh Putra (2020) dengan judul penelitian Pengembangan Desa Wisata Carangsari Dan Partisipasi Masyarakat Lokal. Ada pun temuan penelitian menyebutkan bahwa keterlibatan masyarakat masih bersifat pasif dan semu, di mana partisipasi sebatas pada tahap konsultasi demi keuntungan ekonomi semata. Rendahnya keterlibatan ini dipicu oleh variabel internal (seperti

kapasitas SDM dan pemahaman tata kelola) serta variabel eksternal (seperti pendanaan dan program pemberdayaan). Karena pola yang ada saat ini masih didominasi pendekatan top-down, penelitian ini mengusulkan model alternatif kolaboratif antara masyarakat, pemerintah, dan akademisi. Tujuannya adalah mengelola potensi lokal secara terpadu agar dampak yang dihasilkan tidak hanya menyentuh aspek ekonomi, tetapi juga pelestarian budaya dan lingkungan.

Penelitian Putri Adira (2022) pada Desa Wisata Batulayang di Bogor menyoroti strategi pentahelix yang melibatkan pemerintah desa, kelompok wisata, akademisi, dan komunitas Ecovillage. Ini menghasilkan sertifikasi Desa Wisata Berkelanjutan dari Kemenparekraf pada 2020, mengurangi pengangguran melalui pekerjaan wisata dan usaha kecil, serta sistem bagi hasil transparan (85% operasional, 15% desa). CSI pelanggan 69,82%, didukung aksesibilitas, atraksi alam, dan konservasi lingkungan, menjadikannya model kolaborasi multi-stakeholder.

Penelitian oleh Rizal, C., & Zen, M. (2023) yang mengangkat judul penelitian Optimalisasi Promosi Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Desa Sei Limbat. Penelitian ini menegaskan bahwa keterlibatan aktif warga merupakan kunci utama dalam pengembangan desa wisata, meskipun strategi promosi yang dilakukan saat ini masih memerlukan optimalisasi. Studi ini membedah faktor-faktor pendorong partisipasi, seperti aspek pengetahuan dan minat masyarakat, sekaligus memetakan berbagai hambatan yang menghalangi keterlibatan mereka dalam pemasaran digital maupun konvensional. Temuan ini ditujukan sebagai landasan rekomendasi bagi pemerintah daerah dan pemangku

kepentingan dalam menyusun strategi promosi Desa Wisata Sei Limbat yang berbasis pemberdayaan masyarakat.

Studi Alyaa Syabrina (2022) tentang Desa Wisata Cibuntu di Kuningan, Jawa Barat, menggambarkan pengembangan CBT oleh BUMDes dan Pokdarwis sepenuhnya warga lokal. Prestasi meliputi juara 5 ASEAN Homestay 2016, juara 2 CBT Nasional 2017, Green Award ISTA 2019, dan Desa Wisata Inspiratif ADWI 2021. Pengelolaan transparan menciptakan lapangan kerja di panduan wisata dan homestay, meningkatkan kesejahteraan sambil melestarikan budaya Sunda (kerajinan Pojok Awi, acara Sabumian) serta lingkungan (Curug Gongseng, situs megalitik). CSI 69% mencerminkan kepuasan terhadap interaksi masyarakat dan konservasi, selaras dengan kriteria ASEAN CBT.

Kontrasnya, desa wisata sukses lain pada 2025 seperti Desa Jatiluwih di Bali (masuk Green Destinations Top 100 Stories berkat pelestarian alam dan budaya sebagai Green Miracle in a Cultural Heritage Living Museum) serta Desa Wisata Nagari Adat Sijunjung di Sumatera Barat (meraih ASEAN Homestay Award dengan homestay autentik dan partisipasi tinggi) menunjukkan ketahanan melalui inovasi berkelanjutan. Kampung Pelangi di Semarang, Jawa Tengah, menjadi studi kasus ideal yang mengilustrasikan dinamika sukses dan kegagalan desa wisata urban. Awalnya dikenal sebagai Desa Wonosari di Kelurahan Randusari, Kecamatan Tembalang, kawasan ini merupakan permukiman padat dengan 1.500 jiwa, menghadapi kemiskinan dan sanitasi buruk pada pertengahan 2010-an. Revitalisasi dimulai 2016 melalui kolaborasi Pemerintah Kota Semarang, PT Pertamina (via CSR), dan komunitas lokal di bawah Pokdarwis. Dengan anggaran

Rp 2 miliar dari CSR dan APBD, transformasi mencakup pewarnaan 248 rumah dengan 12 warna pelangi, mural seni jalanan bertema lingkungan, spot foto interaktif, perbaikan infrastruktur jalan setapak dan taman komunal, serta workshop daur ulang sampah untuk kesadaran lingkungan. Pada puncak 2017-2018, kampung ini menarik banyak pengunjung dan mendapat liputan internasional dari CNN Travel serta BBC sebagai simbol revitalisasi kawasan kumuh di negara berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya maka rumusan masalah yang peneliti angkat adalah "Apa saja faktor sukses dan gagalnya sebuah desa wisata studi kasus Kampung Pelangi Semarang?"

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang akan diteliti maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mendalam terkait faktor sukses dan gagalnya desa wisata Kampung Pelangi Kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan pengetahuan tentang kebijakan pengelolaan Desa wisata, khususnya dalam memperkaya pemahaman mengenai dinamika keberlanjutan destinasi wisata yang bertumpu pada modalitas visual dan popularitas cepat. Studi kasus yang menganalisis kontras antara puncak kesuksesan dan penurunan pamor Kampung Pelangi ini akan menghasilkan temuan yang relevan mengenai faktor-faktor esensial yang membedakan kesuksesan jangka pendek

dengan keberhasilan jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan sebuah model analisis pola keberlanjutan destinasi wisata berbasis kreativitas, mengidentifikasi variabel non-fisik (seperti kualitas manajemen, inovasi produk, dan peran kelembagaan) yang menjadi penentu utama daya tahan sebuah objek wisata di tengah perubahan tren pariwisata dan persaingan yang ketat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi langsung dan aplikatif bagi berbagai pihak yang terlibat dalam pengembangan sektor pariwisata. Bagi Pengelola Destinasi dan Komunitas Lokal, hasil penelitian ini akan menjadi panduan strategis yang jelas mengenai tindakan korektif dan preventif yang harus dilakukan untuk mengatasi masa stagnasi dan memudarnya daya tarik. Ini mencakup identifikasi area kelemahan dalam tata kelola, diversifikasi produk, dan pengelolaan partisipasi warga yang berkelanjutan. Bagi Pemerintah Daerah dan Badan Pengelola Pariwisata, studi ini berfungsi sebagai instrumen evaluasi yang tajam terhadap program-program pengembangan kawasan wisata, memberikan masukan kebijakan yang berbasis bukti untuk mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif guna memastikan bahwa destinasi yang dibangun memiliki fondasi yang kuat untuk bertahan dan berkembang, bukan sekadar menjadi fenomena musiman yang cepat berlalu.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Teori *Sustainable Tourism Development*

1.5.1.1 Pengertian *Teori Sustainable Tourism Development*

Secara epistemologis, konsep pariwisata berkelanjutan merupakan derivasi dari konsep *sustainable development* yang diperkenalkan Oleh *World Commission On Environment And Development* (WCED). Menurut UNWTO & UNEP (2005), pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini dan masa depan secara penuh, guna memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan masyarakat local. *Sustainable Tourism Development* merupakan konsep yang telah dikembangkan sejak akhir abad ke-20 sebagai respons terhadap dampak negatif pariwisata massal terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Berbagai ahli dan organisasi internasional telah mendefinisikan konsep ini dengan penekanan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang. Definisi ini terkait erat dengan pandangan *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC), yang mendefinisikan *Sustainable Tourism Development* sebagai "praktik berkelanjutan dalam dan oleh industri pariwisata, yang bertujuan untuk mengakui semua dampak pariwisata, baik positif maupun negatif, sambil meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan yang positif". GSTC memperluas definisi UNWTO dengan fokus pada pengurangan kebocoran ekonomi (*economic leakage*), kerusakan lingkungan, dan *overcrowding*, sambil meningkatkan penciptaan lapangan kerja dan pelestarian warisan budaya. Koneksi di antara keduanya terletak pada prinsip *triple bottom line* (ekonomi, sosial,

lingkungan), di mana UNWTO menekankan dampak masa depan, sementara GSTC lebih operasional dalam mengukur dampak melalui standar global. Lebih lanjut, menurut Streimikiene et al. (2021) dalam tinjauan literatur sistematis, *Sustainable Tourism Development* adalah "proses dinamis yang menyeimbangkan tujuan lingkungan, ekonomi, dan sosial untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sambil melestarikan sumber daya dan mempromosikan praktik berkelanjutan". Definisi ini menghubungkan dengan UNWTO melalui penekanan pada kompromi antara perlindungan lingkungan dan manfaat ekonomi, serta mengintegrasikan elemen "green tourism" seperti yang dikemukakan oleh Butler (1999), yang memandang *Sustainable Tourism Development* sebagai respons terhadap masalah lingkungan dalam pariwisata. Butler melengkapi definisi Streimikiene dengan menyoroti isu seperti emisi karbon, sehingga membentuk rantai logis: dari fokus lingkungan ke keseimbangan holistik hingga aplikasi praktis.

1.5.1.2 Fungsi *Sustainable Tourism Development*

Fungsi utama *Sustainable Tourism Development* adalah untuk mengoptimalkan manfaat pariwisata sambil meminimalkan dampak negatifnya, sehingga mendukung pembangunan berkelanjutan secara keseluruhan:

1. Penciptaan lapangan kerja dan pengurangan kemiskinan: *Sustainable Tourism Development* berfungsi sebagai pendorong ekonomi dengan menciptakan peluang kerja yang inklusif, termasuk bagi kelompok rentan seperti masyarakat pedesaan dan penyandang disabilitas, serta mendukung inisiatif seperti *sustainable tourism - eliminating poverty* dari UNWTO.

Hal ini juga meningkatkan pendapatan masyarakat lokal melalui distribusi manfaat yang adil dan dukungan UMKM.

2. Pelestarian lingkungan dan biodiversitas: fungsi ini mencakup pengoptimalan sumber daya alam, mitigasi perubahan iklim, pengurangan polusi, dan restorasi lanskap, sambil mencegah overcrowding dan kerusakan ekosistem. *Sustainable Tourism Development* mempromosikan konsumsi hijau dan penghematan energi, sehingga berkontribusi pada perlindungan warisan alam.
3. Peningkatan kesejahteraan sosial dan budaya: *Sustainable Tourism Development* berfungsi untuk menghormati autentisitas sosial-budaya, mempromosikan pemahaman antar budaya, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat tuan rumah melalui integrasi sosial dan penguatan semangat komunitas. Ini juga meningkatkan kepuasan wisatawan melalui pengalaman bermakna dan kesadaran akan isu keberlanjutan.
4. Penguatan ekonomi jangka panjang: dengan memastikan operasi ekonomi yang layak, sustainable tourism development mendukung inovasi layanan, integrasi dengan sektor lain seperti *blue economy*, dan pemantauan dampak untuk adaptasi berkelanjutan. Fungsi ini juga mencakup pendidikan dan sertifikasi untuk meningkatkan praktik bertanggung jawab di kalangan wisatawan dan industri.

Secara keseluruhan, fungsi-fungsi ini saling terkait, di mana pelestarian lingkungan mendukung pertumbuhan ekonomi, dan kesejahteraan sosial memperkuat daya tarik destinasi.

1.5.1.3 Komponen Utama dan Prinsip *Sustainable Tourism Development*

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) merumuskan komponen utama *Sustainable Tourism Development* didasarkan pada triple bottom line, yang mencakup tiga dimensi utama yang saling terkait untuk mencapai keseimbangan :

1. Keberlanjutan Lingkungan: melibatkan penggunaan optimal sumber daya alam, pelestarian proses ekologi esensial, biodiversitas, dan warisan alam. Ini termasuk mitigasi perubahan iklim, pengurangan limbah, dan penggunaan energi terbarukan.
2. Keberlanjutan Ekonomi : fokus pada operasi jangka panjang yang layak, distribusi manfaat socio-ekonomi yang adil, penciptaan lapangan kerja stabil, dan kontribusi pada pengurangan kemiskinan melalui dukungan bisnis lokal dan inovasi.
3. Keberlanjutan Sosial-Budaya: menghormati autentisitas sosial-budaya masyarakat tuan rumah, pelestarian warisan budaya, promosi toleransi antar budaya, dan peningkatan kualitas hidup melalui partisipasi komunitas dan inklusi kelompok rentan.

1.5.2 Teori *Top Down dan Bottom Up Planning*

1.5.2.1 Pengertian *Top-Down Planning dan Bottom-Up Planning*

Top-Down Planning (Perencanaan dari Atas ke Bawah) merupakan pendekatan di mana perencanaan dimulai dari tingkat otoritas tertinggi (pemerintah pusat, elite

politik, atau manajemen senior), kemudian diturunkan secara hierarkis ke tingkat lebih rendah. Pendekatan ini menekankan keseragaman, koordinasi nasional, dan penjabaran rencana induk menjadi rencana operasional. Menurut Kunarto (1993), *top-down planning* didefinisikan sebagai perencanaan yang arus informasinya berasal dari atas ke bawah, di mana pemerintah sebagai pemberi gagasan awal menetapkan prioritas dan kebijakan secara sentralisasi. Djunaedi (2000) menambahkan bahwa pendekatan ini bertujuan menyeragamkan "corak" perencanaan, dengan mengacu pada petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) dari pemerintah pusat, sehingga cocok untuk perencanaan kota dan daerah yang memerlukan standar nasional.

Suzetta (1997) mendefinisikan *top-down* sebagai proses perencanaan yang dirancang oleh lembaga/departemen sesuai wewenang dan fungsinya, di mana elite politik dan teknokrat mendominasi. Dalam konteks pembangunan Indonesia, Ginandjar Kartasasmita (1997) menyebut *top-down* sebagai perencanaan dari atas ke bawah yang menempatkan pemerintah sebagai pengendali utama.

Bottom-Up Planning (Perencanaan dari Bawah ke Atas) adalah pendekatan yang dimulai dari tingkat lokal atau masyarakat (*grassroots*), di mana kebutuhan, aspirasi, dan potensi lokal menjadi dasar perencanaan, dengan pemerintah berperan sebagai fasilitator. Pendekatan ini menekankan partisipasi masyarakat, relevansi lokal, dan pemberdayaan komunitas. Menurut Wrihatnolo dan Dwidjowijoto (1996), *bottom-up* merupakan perencanaan partisipatif yang melibatkan masyarakat sebagai subjek utama. Dalam konteks Indonesia, pendekatan ini muncul sebagai respons terhadap kritik *top-down* yang sering mengabaikan kebutuhan riil

masyarakat. Ginandjar Kartasasmita (1997) mendefinisikannya sebagai perencanaan dari bawah ke atas yang mengutamakan inisiatif lokal untuk menyesuaikan rencana dengan kondisi setempat.

Secara internasional, pendekatan ini terkait dengan kritik terhadap model rasional-komprehensif (*top-down*) oleh ahli seperti Charles Lindblom (*incrementalism*) dan Amitai Etzioni (*mixed scanning*), yang menekankan proses bertahap dan partisipatif dari bawah. Pressman dan Wildavsky (1973) dalam studi implementasi kebijakan menyoroti kegagalan *top-down* karena kurangnya dukungan lokal, sehingga mendorong *bottom-up*.

1.5.2.2. Perkembangan Teori dan Perbandingan *Top-Down* dan *Bottom-Up*

Teori perencanaan modern dimulai pasca-Perang Dunia II dengan pendekatan rasional-komprehensif (*top-down*), dipromosikan oleh ahli seperti Andreas Faludi (1973) dalam *Planning Theory*, yang menekankan perencanaan sebagai proses ilmiah dan hierarkis. Kritik muncul pada 1970-an dari perspektif implementasi. Pressman dan Wildavsky (1973) dalam *Implementation* menunjukkan bahwa kebijakan *top-down* sering gagal karena *implementation deficit* akibat resistensi lokal. Etzioni (1967) mengusulkan *mixed scanning* sebagai sintesis, menggabungkan visi luas (*top-down*) dengan detail lokal (*bottom-up*).

Dalam perencanaan pembangunan Indonesia, transisi dari *top-down* ke *bottom-up* terlihat sejak era Reformasi (pasca-1998), dengan UU No. 25/2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional yang mendorong partisipasi masyarakat (musrenbang). Pendekatan *top-down* dominan pada Orde Baru untuk

keseragaman pembangunan nasional, sementara bottom-up diterapkan melalui desentralisasi.

1.5.3 Teori *Social Media Engagement*

1.5.3.1 Pengertian *Social Media Engagement*

Social Media Engagement (SME) merupakan konsep yang berkembang pesat sejak era Web 2.0, di mana pengguna tidak lagi pasif melainkan aktif berinteraksi dengan konten, merek, atau komunitas di platform media sosial. Konsep ini sering dikaitkan dengan customer engagement secara umum, tetapi lebih spesifik pada konteks digital dan interaktif. Menurut Di Gangi dan Wasko (2016), *Social Media Engagement Theory* mendefinisikan SME sebagai keadaan pikiran pengguna yang melibatkan pengalaman sosial (seperti personalisasi, transparansi, akses sumber daya sosial, critical mass teman sosial, dan risiko) serta fitur teknis platform (*completeness, flexibility, integration, evolvability*), yang memengaruhi tingkat keterlibatan dan penggunaan berkelanjutan. Teori ini membangun atas model *co-creation* Prahalad dan Ramaswamy (2004), menekankan bahwa nilai diciptakan melalui interaksi pengguna.

Brodie et al. (2011) dalam kerangka *customer engagement* mendefinisikan *engagement* sebagai investasi kognitif, emosional, dan perilaku pelanggan terhadap interaksi merek tertentu, yang dalam konteks media sosial menjadi multidimensional dan kontekstual. Hollebeek et al. (2014) memperluasnya menjadi consumer brand engagement di media sosial sebagai tingkat investasi kognitif, emosional, dan perilaku dalam interaksi merek. Trunfio dan Della Lucia (2019) dalam tinjauan sistematis menyatakan bahwa SME bersifat polisemik dan multidimensional, sering diukur melalui dimensi perilaku (*likes, comments, shares*)

sebagai proxy utama, meskipun mencakup aspek kognitif dan emosional. Dolan et al. (2016) membedakan *engagement* menjadi *positively valenced* (positif seperti likes dan shares) dan *negatively valenced* (negatif seperti *unfollow* atau kritik). Voorveld et al. (2018) menekankan peran *platform engagement* dengan media sosial dan iklan di dalamnya dipengaruhi oleh jenis *platform* (misalnya *Facebook* lebih relasional, *Instagram* lebih visual/kreatif), sehingga *engagement* bersifat kontekstual dan tidak seragam. Secara keseluruhan, definisi SME saling melengkapi dari perspektif teori perilaku pengguna (Di Gangi & Wasko, 2016), customer-brand relationship (Brodie et al., 2011; Hollebeek, 2011), hingga pengukuran praktis (Trunfio & Della Lucia, 2019; Dolan et al., 2016), membentuk pemahaman bahwa SME adalah proses dinamis yang melibatkan interaksi aktif untuk menciptakan nilai bersama.

1.5.3.2. Dimensi dan Komponen Utama *Social Media Engagement*

SME umumnya multidimensi, mengadopsi kerangka ABC (*Affective, Behavioral, Cognitive*) dari sikap manusia (Myers, 1993) atau model Hollebeek (2011):

- a. Dimensi Kognitif: Pemikiran dan perhatian terhadap konten/merek, seperti pemrosesan informasi atau identifikasi diri (Ray et al., 2014).
- b. Dimensi Emosional/Afektif: Perasaan positif/negatif, seperti kegembiraan, kepercayaan, atau kemarahan (Dolan et al., 2016).
- c. Dimensi Perilaku: Tindakan nyata seperti likes, comments, shares, saves, atau pembelian (Trunfio & Della Lucia, 2019; Shahbaznezhad et al., 2021).

Dolan et al. (2016) mengklasifikasikan perilaku engagement menjadi *positively valenced* (kontribusi positif) dan *negatively valenced* (kontribusi negatif), sementara Calder et al. (2016) melalui *engagement experience framework* menekankan bahwa engagement muncul dari pengalaman kaya yang mendukung tujuan pribadi pengguna.

1.6 Definisi Konsep

Konsep adalah sebuah abstraksi atau ide yang mewakili suatu objek, peristiwa, atau fenomena. Konsep merupakan unsur dasar dalam pemikiran manusia yang digunakan untuk mengklasifikasikan dan mengorganisasi pengetahuan.

1. Desa Wisata

Desa Wisata merujuk pada suatu wilayah permukiman (desa atau bagian dari kelurahan/kota) yang memiliki potensi daya tarik spesifik baik berupa keunikan sosial budaya, kearifan lokal, maupun kreativitas buatan (seperti estetika visual) yang dikelola dan dikembangkan oleh masyarakat lokal untuk dijadikan destinasi kunjungan wisatawan. Dalam konteks penelitian ini, desa wisata adalah Kampung Pelangi di Kota Semarang, yang menggunakan modalitas visual (pengecatan warna-warni) sebagai daya tarik utamanya.

2. Suksesnya Desa Wisata

Suksesnya Desa Wisata didefinisikan sebagai kondisi pencapaian optimal destinasi dalam jangka waktu tertentu. Kesuksesan ini diukur melalui dua dimensi utama, pertama keberhasilan kuantitatif, berarti terkait

dengan indikator yang terukur, seperti tingginya jumlah kunjungan wisatawan, peningkatan pendapatan ekonomi bagi masyarakat lokal, dan liputan media massa yang masif. Kedua, kesuksesan kualitatif: Terkait dengan aspek non-ekonomi, seperti penguatan citra positif (*branding*), peningkatan kualitas hidup dan partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan, serta terjaganya keunikan destinasi.

3. Kegagalan (Pudarnya Pamor)

Kegagalan atau Pudarnya Pamor adalah kondisi penurunan daya tarik destinasi secara signifikan setelah mencapai titik puncak keberhasilan. Kegagalan ini secara operasional ditandai dengan penurunan kunjungan drastis, penurunan kualitas produk dan penurunan citra.

1.7 Operasionalisasi Konsep

Operasional konsep adalah bagian penting dalam penelitian yang merumuskan tentang bagaimana konsep yang bersifat abstrak menjadi variabel yang dapat diamati dan juga diukur. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha merumuskan variabel dan indikator pada konsep sukses dan gagalnya desa wisata Kampung Pelangi Semarang.

Variabel	Teori Utama	Dimensi / Indikator	Parameter (Apa yang diteliti/ditanyakan)
Faktor Keberlanjutan (Sustainable Tourism)	UNWTO / Sustainable Tourism Development	Keberlanjutan Lingkungan (Fisik)	Kondisi fisik cat, kebersihan, dan perawatan fasilitas <i>spot</i> foto saat ini.
		Keberlanjutan Ekonomi	Dampak ekonomi jangka panjang bagi UMKM

			warga lokal pasca-viralitas.
		Keberlanjutan Sosial	Rasa memiliki warga terhadap identitas "Kampung Pelangi".
Peran Pemerintah & Warga (Planning Approach)	Midgley / <i>Top-Down & Bottom-Up</i>	Inisiasi Pemerintah (<i>Top-Down</i>)	Besaran anggaran, regulasi (Perwal), dan konsistensi bantuan dari dinas terkait.
		Partisipasi Masyarakat (<i>Bottom-Up</i>)	Kemandirian warga dalam mengelola operasional sehari-hari tanpa menunggu perintah pemerintah.
Dinamika Pamor Media (Digital Presence)	Dahl / Social Media Engagement	Kebaruan Konten (<i>Digital Novelty</i>)	Adanya inovasi atau <i>spot</i> baru yang memicu orang untuk kembali mengunggah foto.
		Produksi Konten Pengunjung (UGC)	Frekuensi pengunjung melakukan <i>tagging</i> , penggunaan <i>hashtag</i> , dan <i>check-in</i> lokasi di IG/TikTok.
		Respons Algoritma	Relevansi destinasi di halaman pencarian media sosial saat ini dibandingkan saat awal viral.

Operasionalisasi konsep dalam penelitian ini dirancang untuk membedah fenomena pudarnya pamor Kampung Pelangi Semarang melalui tiga sudut pandang teoretis yang saling berinteraksi. Pertama, melalui kacamata Teori *Sustainable Tourism Development*, penelitian ini mengukur keberlanjutan destinasi dari dimensi lingkungan, ekonomi, dan sosial. Secara praktis, dimensi lingkungan

dioperasionalkan dengan mengamati kondisi fisik dan estetika visual kampung saat ini, sementara dimensi ekonomi dan sosial melihat sejauh mana manfaat pariwisata tetap dirasakan warga secara mandiri meskipun arus kunjungan menurun. Indikator ini sangat krusial karena dalam desa wisata urban yang mengandalkan keindahan visual, kegagalan dalam pemeliharaan fisik (seperti cat yang memudar) merupakan indikator utama dari ketidaksiapan manajemen keberlanjutan.

Kedua, penelitian ini menganalisis faktor manajerial menggunakan Teori *Top-Down dan Bottom-Up Planning* untuk melihat peranan kebijakan pemerintah dan partisipasi masyarakat. Pendekatan *top-down* dioperasionalkan melalui indikator keterlibatan regulasi dan konsistensi dukungan anggaran dari Pemerintah Kota Semarang, sedangkan pendekatan *bottom-up* diukur dari tingkat kemandirian serta keterlibatan aktif warga lokal dalam pengelolaan harian. Analisis ini bertujuan untuk membuktikan apakah pudarnya pamor destinasi disebabkan oleh ketergantungan yang terlalu tinggi pada bantuan pemerintah (proyek jangka pendek) dan kurangnya pemberdayaan masyarakat organik yang mampu menjaga eksistensi kampung secara swadaya.

Ketiga, dimensi digital dibedah menggunakan Teori *Social Media Engagement* untuk menjawab fenomena memudarnya popularitas di ruang siber. Konsep ini dioperasionalkan melalui indikator kebaruan konten (*digital novelty*) dan frekuensi konten buatan pengguna (*User Generated Content*). Dengan mengukur sejauh mana pengunjung masih terdorong untuk melakukan interaksi digital—seperti mengunggah foto, memberikan *tagging* lokasi, atau menggunakan tagar khusus penelitian ini dapat mengidentifikasi hubungan antara kualitas fisik

destinasi dengan respons algoritma media sosial. Secara keseluruhan, operasionalisasi ini menghubungkan kebijakan pemerintah dan kemandirian warga sebagai faktor proses, prinsip pariwisata berkelanjutan sebagai faktor pondasi, dan *engagement* media sosial sebagai indikator keberhasilan visual yang menentukan hidup atau matinya pamor Kampung Pelangi di era digital.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sebagai desain untuk meneliti faktor suksese-gagalnya sebuah desa wisata studi kasus Kampung Pelangi Semarang. Penelitian kualitatif adalah metode pelaksanaan penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang memuat pengamatan atas perilaku dan ungkapan secara lisan dan tulisan dari individu (Moleong: 2012). Desain penelitian kualitatif juga dipilih karena memungkinkan peneliti mengkaji faktor sukses dan gagal desa wisata studi kasus Kampung Pelangi di Kota Semarang secara lebih mendalam.

1.8.2 Situs Penelitian

Situs penelitian atau yang juga disebut dengan wilayah penelitian adalah lokasi di mana peneliti melakukan penelitian. Situs dari penelitian ini adalah Kampung Pelangi yang berada di Kelurahan Randusari tepatnya pada RW III dan IV. Alamat lengkap dari Desa tematik yaitu berada di Jl. DR. Sutomo No.89, Randusari, Kec. Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang dituju untuk memberikan data dan informasi kondisi dasar penelitian. Teknik penentuan informasi adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana peneliti memilih partisipan secara sengaja berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang suatu fenomena dengan memilih individu atau kasus yang memiliki pengalaman atau pengetahuan khusus, sehingga menghasilkan data yang kaya dan kontekstual. Penentuan subjek pada penelitian ini dilakukan dengan menentukan pihak-pihak yang memahami ranah dari penelitian agar data yang diperoleh oleh peneliti lebih akurat. Berikut informan yang dipilih sebagai sumber informasi penelitian:

1. Bapak Slawi Widodo: Penggagas utama ide Kampung Pelangi sekaligus Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) periode pertama (2016–2022). Beliau merupakan figur sentral yang pertama kali mengusulkan konsep pengecatan rumah warna-warni kepada warga dan pemerintah kota, serta memimpin tahap awal implementasi proyek revitalisasi.
2. Bapak Woko: Ketua Pokdarwis Kampung Pelangi masa bakti 2023–2026. Beliau merupakan penerus kepemimpinan organisasi pariwisata kampung setelah Bapak Slawi Widodo dan bertanggung jawab atas pengembangan berkelanjutan, pengelolaan kunjungan wisata, serta koordinasi program-program terkini.

3. Ketua RW 3 dan Ketua RW 4: Kedua ketua rukun warga ini memimpin wilayah inti revitalisasi Kampung Pelangi (kawasan yang paling banyak mendapatkan intervensi pengecatan dan pengembangan fasilitas wisata). Mereka berperan penting dalam mobilisasi warga, pengambilan keputusan kolektif, dan pengelolaan keamanan serta kebersihan sehari-hari.
4. Ketua Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (LPMK) Kampung Pelangi: Bertugas sebagai koordinator resmi pemberdayaan masyarakat di tingkat kelurahan, memiliki peran strategis dalam penyusunan proposal program, penghubung dengan pemerintah kota, serta pengawasan pelaksanaan kegiatan pembangunan berbasis masyarakat.
5. Dua Ketua RT di RW 3 dan dua Ketua RT di RW 4 Para ketua rukun tetangga ini merupakan ujung tombak pelaksanaan program di tingkat terkecil.
6. Ketua Kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Randusari). Ketua UMKM memimpin pengembangan ekonomi kreatif berbasis wisata, termasuk pengelolaan warung makan, souvenir, jasa pemandu wisata lokal, serta pelatihan kewirausahaan bagi ibu-ibu rumah tangga di Kampung Pelangi.

1.8.4 Sumber dan Jenis Data

1.8.4.1 Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, sumber data merupakan elemen penting yang menjadi dasar untuk memahami fenomena yang diteliti secara mendalam dan

kontekstual. Sumber data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama (*first-hand sources*) tanpa perantara, sehingga bersifat orisinal, belum diolah, dan belum dipublikasikan oleh pihak lain. Data primer memiliki tingkat keaslian tertinggi karena diperoleh melalui interaksi langsung antara peneliti dengan subjek atau konteks penelitian, sehingga dapat disesuaikan sepenuhnya dengan kebutuhan dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada sejumlah tokoh kunci di Kampung Pelangi, Kecamatan Randusari, Kota Semarang. Informan-informan tersebut dipilih karena memiliki peran strategis, pengetahuan mendalam, serta keterlibatan langsung dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan Kampung Pelangi. Data primer yang diperoleh dari wawancara dengan tokoh-tokoh kunci yang memiliki tingkat relevansi dan spesifisitas yang sangat tinggi terhadap tujuan penelitian, karena instrumen wawancara dirancang khusus sesuai kebutuhan penelitian dan dapat disesuaikan secara fleksibel dengan dinamika lapangan. Keaslian data terjamin karena berasal langsung dari pelaku dan saksi mata sejarah revitalisasi Kampung Pelangi sehingga sangat mendukung pencapaian tujuan penelitian secara komprehensif.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merujuk pada data yang diperoleh dari sumber yang telah ada, seperti dokumen resmi, laporan, jurnal ilmiah, artikel, atau buku yang relevan dengan topik penelitian. Data ini tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti, melainkan diambil dari karya atau temuan pihak lain. Keunggulan sumber data sekunder adalah efisiensi waktu dan biaya, serta kemampuannya untuk memberikan konteks historis atau komparatif yang memperkaya analisis penelitian. Namun, data sekunder memiliki keterbatasan, seperti potensi ketidaksesuaian dengan fokus penelitian atau ketergantungan pada kredibilitas sumber aslinya. Dalam penelitian ini peneliti memanfaatkan data sekunder berupa dokumen resmi yang diturunkan oleh dinas seperti Surat Keterangan (SK) Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang No 13/1442/556/IV/2023 Tentang Penetapan Kelompok Sadar Wisata Wonosari. Peneliti juga memanfaatkan penelitian terdahulu dan jurnal artikel yang relevan untuk mendukung pengumpulan data penelitian yang dibutuhkan.

1.8.4.2 Jenis Data

Penelitian ini mencari tahu faktor sukses dan gagalnya desa wisata Kampung pelangi Kota Semarang. Jenis data yang akan digunakan adalah data kualitatif. Lofland (Dalam Moleog, 2010) mengemukakan pendapatnya bahwa sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kegiatan dan kata-kata dengan informasi tambahan melalui arsip dan lain-lain. Di samping itu ekspresi, gambar dan statistik juga dapat digunakan untuk menggambarkan dan membahas peristiwa,

kegiatan dan individu yang terlibat sehingga mampu merumuskan tentang faktor sukses dan gagalnya desa wisata Kampung Pelangi Semarang.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilaksanakan di setting natural (kondisi yang alamiah), sumber data primer, serta teknik pengumpulan data lebih menekankan pada observasi partisipan (*participant observation*), wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan dokumentasi. Catherine Marshall serta Gretchen B. Rossman, menyatakan bahwa metode fundamental yang diandalkan oleh peneliti kualitatif untuk mengumpulkan informasi adalah, partisipasi dalam setting, observasi langsung, wawancara mendalam, tinjauan dokumen.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung fenomena atau perilaku dalam konteks alamiah (*natural setting*) tanpa campur tangan atau manipulasi dari peneliti. Dalam penelitian kualitatif, observasi sering kali bersifat partisipan, di mana peneliti terlibat dalam aktivitas yang diamati untuk memahami perspektif subjek secara lebih mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti turun langsung untuk bisa mengobservasi Kampung Pelangi dari setiap sisi. Waktu pelaksanaan observasi dilakukan setelah atau sebelum melakukan wawancara pada informan. Peneliti melakukan pengamatan dengan berjalan kaki menuju setiap spot utama dari desa Wisata kampung Pelangi seperti Gardu Pandang kampung Pelangi, Taman kasmaran, *Micro library warak kayu*. Selama melakukan observasi peneliti melihat perubahan kampung Pelangi yang cukup signifikan. Kondisi Gardu Pandang cukup

memprihatinkan dimana cat pada dinding dan kayu pembatas sudah memudar. Kondisi lampu gantung pada Gardu pandang juga tidak lagi berfungsi. Selama menelusuri kampung pelangi secara langsung dengan mengikuti rute panjang dan rute pendeknya, peneliti menemukan beberapa titik dipenuhi oleh lumut dan rerumputan. Beberapa jalur sudah kehilangan tiang pengaman di sepanjang jalur yang dimanfaatkan sebagai pegangan saat akan menaiki dan menuruni tangga curam yang ada di Kampung Pelangi. Selama melakukan observasi peneliti mendokumentasikan situasi kampung pelangi. Hasil dokumentasi tersebut nantinya dimanfaatkan untuk bisa melakukan komperasi kondisi aktula Kampung Pelangi. Keunggulan observasi terletak pada kemampuannya untuk menangkap data secara real-time, memberikan gambaran autentik tentang situasi yang diteliti. Namun, teknik ini memerlukan keterampilan peneliti dalam mencatat secara sistematis dan objektif, serta kemampuan untuk mengelola bias yang mungkin muncul akibat kehadiran peneliti di lapangan.

2. Wawancara

Sternberg (dalam Sugiyono:2013) mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua individu untuk saling bertukar informasi serta gagasan melalui pertanyaan dan jawaban, yang menghasilkan komunikasi serta pembangunan bersama makna terkait suatu topik khusus. Wawancara merupakan pertemuan dua orang guna bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga makna dapat dikonstruksi bersama mengenai suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, digunakan metode wawancara tidakterstruktur. Wawancara ini bersifat fleksibel, memungkinkan penyesuaian pertanyaan dan kata-kata pada setiap pertanyaan

sesuai dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Fleksibilitas ini mencakup adaptasi terhadap kondisi sosial dan budaya yang dihadapi oleh responden. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan menghubungkan peneliti dengan informan melalui sekretaris kelurahan. Peneliti memasukkan surat penelitian terlebih dahulu kemudian pihak kelurahan menyetujui dan memberikan izin penelitian. Pihak kelurahan memberikan nomor kontak tokoh kunci yang berhubungan dengan penelitian. Setelah melakukan kesepakatan temu, peneliti mendatangi informan secara langsung. Setiap informan kebanyakan ditemui dalam waktu yang berbeda tergantung pada ketersediaan informan. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali informasi secara mendalam dan sebanyak mungkin terkait dengan fenomena dan masalah yang sedang diteliti. Wawancara juga memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menjelaskan dengan lebih terperinci tujuan penelitian kepada responden. Wawancara dilakukan dengan menanyakan asal mula kampung pelangi dan bagaimana pengelolaannya, selanjutnya pertanyaannya ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan keberhasilan awal dan faktor-faktor yang menyebabkan mudarnya pamor Kampung Pelangi Semarang sebagai desa wisata. Penelitian ini memilih beberapa informan untuk diwawancarai seperti Bapak Slawi Widodo (penggagas sekaligus Ketua Pokdarwis pertama), Bapak Woko (Ketua Pokdarwis periode 2023–2026), Ketua RW 3 dan Ketua RW 4 (wilayah inti revitalisasi), Ketua LPMK Kampung Pelangi, dua Ketua RT di RW 3, dua Ketua RT di RW 4, serta Ibu Handini (Ketua UMKM Randusari).

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan analisis dokumen, baik berupa teks, gambar, maupun media lain yang relevan dengan topik penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mencatat dan memahami dokumen-dokumen yang berkaitan dengan dokumen resmi yang mengatur pembentukan dan pengelolaan Kampung pelangi seperti peraturan wali kota (Perwal) dan Surat Keterangan (SK). Peneliti juga memanfaatkan gambar-gambar yang terdapat dalam media digital untuk mendukung data yang dibutuhkan peneliti. Keunggulan teknik dokumentasi adalah efisiensi dalam mengakses informasi yang telah tersedia tanpa memerlukan interaksi langsung dengan subjek, serta kemampuannya untuk memberikan konteks historis atau komparatif.

1.8.6 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilaksanakan selama proses pengumpulan data berlangsung, serta setelah pengumpulan data selesai dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti telah melakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan oleh narasumber. Jika jawaban yang diberikan setelah dianalisis dirasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, hingga tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman (1984), menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga tuntas, sehingga data sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok dan berfokus pada informasi penting dengan menemukan tema dan polanya. Reduksi data dilakukan secara manual sepanjang proses penelitian. Peneliti mentranskrip seluruh rekaman wawancara secara verbatim menggunakan *laptop*, kemudian membaca ulang transkrip tersebut berulang kali untuk memahami makna keseluruhan. Hasil reduksi ini berupa kumpulan catatan yang lebih ringkas dan terfokus hanya pada faktor-faktor penentu sukses awal serta penyebab mudarnya pamor Kampung Pelangi Semarang. Catatan keterangan dan rekaman wawancara akan peneliti sajikan dalam bentuk tabel yang terstruktur. Data tersebut nantinya akan dimanfaatkan untuk memasuki tahapan penyajian data. Data yang merupakan hasil reduksi memiliki gambaran yang lebih jelas dari hasil pengamatan sehingga mempermudah peneliti dalam meneliti permasalahan. Tujuan dari reduksi data adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama observasi di lapangan.

2. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat bervariasi, meliputi uraian singkat, bagan, diagram alir, atau representasi lain yang menunjukkan hubungan antarkategori. Sebelumnya, bentuk penyajian data yang paling umum adalah teks naratif, seperti yang diungkapkan oleh Miles dan Huberman (1984). Penyajian data yang efektif sangat krusial karena memfasilitasi pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Dengan demikian, peneliti dapat merencanakan langkah analisis berikutnya secara lebih terstruktur. Miles dan Huberman (1984) juga menekankan bahwa tampilan visual atau display membantu peneliti dalam memahami situasi dan

mengambil tindakan lanjutan, baik itu melalui analisis lebih dalam maupun kehati-hatian berdasarkan pemahaman tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap melalui pemahaman dan pembacaan ulang terhadap semua catatan dan penyajian data manual. Peneliti merumuskan kesimpulan akhir yang langsung menjawab rumusan masalah, yaitu faktor-faktor dominan keberhasilan awal dan penyebab utama memudarnya pamor Kampung Pelangi. Verifikasi dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan catatan wawancara dari berbagai pihak, triangulasi metode melalui perbandingan hasil observasi lapangan dan studi dokumen, serta member check dengan cara membacakan temuan sementara kepada informan kunci (ketua Pokdarwis dan pejabat kelurahan/dinas) untuk memperoleh konfirmasi atau koreksi. Kesimpulan akhir juga diperkaya dan diperkuat melalui studi literatur mendalam terhadap teori keberlanjutan desa wisata serta hasil penelitian serupa, sehingga menghasilkan temuan yang dapat dipercaya dan rekomendasi praktis bagi pengelolaan desa wisata di tempat.