ATRAKSI SEBAGAI PENUNJANG PLACEMAKING DI EMBUNG KALIAJI SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Dimas Krisna Aristia Putra[1], Hastuti Saptorini[2], Mu'zizah Rizka Wulan Ghanni[3]
[1]Jurusan Arsitektur ,Universitas Islam Indonesia
[1]Email: 122512027@students.uii.ac.id

***ABSTRAK** : Embung Kaliaji di Dusun Sangurejo, Sleman, Yogyakarta, awalnya dirancang sebagai fasilitas irigasi untuk mendukung pertanian salak. Namun, embung ini telah berkembang menjadi destinasi wisata dengan daya tarik yang terus meningkat. Penelitian ini bertujuan menganalisis atraksi utama di Embung Kaliaji dalam kaitannya dengan placemaking, yakni proses transformasi ruang menjadi tempat yang bermakna secara sosial, budaya, dan ekonomi. Pendekatan penelitian bersifat kualitatif deskriptif dengan parameter atraksi berdasarkan konsep something to see (objek), something to do (aktivitas), dan something to get (hasil). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan pemetaan aktivitas pengunjung. Hasil menunjukkan bahwa Embung Kaliaji menjadi pusat aktivitas memancing, piknik, olahraga, dan interaksi sosial yang beragam, didukung oleh fasilitas yang memadai serta keindahan alam yang memikat, Temuan ini memperlihatkan bahwa Embung Kaliaji tidak hanya menawarkan pengalaman wisata, tetapi juga memperkuat peran sosial sebagai ruang publik.*

***Kata kunci**: Atraksi, Embung, Embung Kaliaji, Placemaking*

PENDAHULUAN

Embung adalah struktur konservasi air berbentuk kolam yang berfungsi sebagai penampung air hujan, air limpasan, dan sumber air lainnya. Tujuannya adalah untuk mendukung kegiatan pertanian, perkebunan, dan peternakan, terutama selama musim kemarau. Embung ini biasanya terletak di daerah perbukitan dengan cekungan yang dalam. Air yang ditampung di embung umumnya berasal dari limpasan air hujan yang mengalir dari daerah tangkapan, yang biasanya tidak berada dalam aliran sungai utama. (Gayuh A.A 2021), Dan embung merupakan salah satu daya tarik wisata alam buatan yang cukup dikenal dengan pemanfaatan sumber air sebagai media pembibitan ikan, yang kemudian dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai wisata rekreasi dengan atraksi wisata pemancingan.(Desti and Qomarun 2024). Sementara itu hubungan manusia dengan air, terutama yang terkait dengan *blue space* (seperti pantai, danau, sungai, dan laut), memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kesejahteraan mental. Interaksi dengan elemen air ini dapat meningkatkan mood, mengurangi stres, dan meredakan kecemasan.(Yoke Ting & Bahauddin, 2022) . Dari perspektif lingkungan, pariwisata berbasis air dapat berupa waduk memberikan peluang penting untuk mengembangkan dan menerapkan model berkelanjutan baru dalam pengelolaan sumber daya air. Hal ini berdampak positif terhadap konservasi lingkungan, keanekaragaman hayati, dan ekosistem lokal. (Ariyani & Fauzi, 2024)

Embung Kaliaji yang merupakan waduk kecil yang terletak di Dusun Sangurejo, Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Awalnya, waduk ini difungsikan sebagai fasilitas untuk mendukung potensi pertanian di Desa Wonokerto, Embung Kaliaji memiliki kapasistas tampungan sebesar 54.500 m^3 yang digunakan sebagai fasilitas irigasi sawah seperti padi dan sayuran serta perkebunan salak untuk dua kelurahan yaitu Kelurahan Wonokerto dan Kelurahan Donokerto. Luas daerah pengaliran untuk sawah seluas 28 ha. Namun saat ini luas daerah yang sudah dialiri oleh Embung Kaliaji seluas 11 Ha, dengan rincian 2,2 ha sawah dan 8,8 ha kebun salak (Cholifah and Hendrasari 2014). dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman (2016), Kecamatan Turi sendiri merupakan wilayah dengan produksi salak pondoh terbesar di Kabupaten Sleman. Hal ini sebagian

besar dipengaruhi oleh peran Embung Kaliaji sebagai sumber irigasi utama bagi lahan pertanian salak di daerah tersebut.

Fungsi embung Kaliaji semakin berkembang Sehingga embung ini menarik banyak pengunjung yang datang untuk berwisata. Sebagai informasi, ternyata Embung Kaliaji pernah dibaburi benih ikan oleh Program studi Manajemen Sumberdaya Akuatik dari Fakultas Pertanian UGM Pada 2021 lalu, sebanyak 25 kilogram benih ikan harper, 20 kilogram benih ikan nila, dan 5000 ekor bandeng dilepas di sini. Tak heran, jika saat ini para pemancing sudah bisa menuai benih yang dulu ditabur di Embung Kaliaji.(Izzuddin 2024). Oleh karena itu, topik *placemaking* pada Embung Kaliaji menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam karena pada lokasi tersebut terjadi placemaking dimana tempat yang awalnya hanya difungsikan sebagai fasilitas irigigasi sawah dan kebun salak saja, namun sekarang menjadi sebuah area rekreasi masyarakat sekitar.

KAJIAN PUSTAKA

Placemaking dapat di definisikan sebagai sebuah pendekatan untuk meningkatkan kualitas tempat di lingkungan, komunitas, atau wilayah dengan tujuan menciptakan masa depan yang lebih baik. Pendekatan ini melibatkan imajinasi dan tindakan kolaboratif untuk merancang ruang yang bermanfaat bagi Masyarakat (Wickoff, 2014), Place tidak hanya dipandang dari sisi fisiknya, tetapi juga dari pengalaman ruang yang dirasakan oleh penggunanya. Placemaking adalah proses yang menghidupkan ruang publik, membuatnya relevan dan bermakna. Kedua aspek ini saling berkaitan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat. 0-(Project for Public Spaces 2016). *Placemaking* merupakan cara di mana semua manusia mengubah tempat mereka, menemukan diri mereka ke tempat di mana mereka tinggal (Schneekloth 1995). Pendekatan placemaking dapat dikatakan sebagai sebuah metode perancangan kawasan yang mencakup dimensi yang lebih luas, dan merupakan hasil dari penggabungan elemen-elemen fisik dan non-fisik.(Wahyuni 2019). Dalam jurnal *placemaking* ruang jalan corridor komersial oleh (Victorya et al. 2016). Desain yang baik bukan hanya tentang peningkatan estetika lingkungan kita, tetapi juga berkaitan dengan peningkatan kualitas hidup, kesetaraan peluang, dan pertumbuhan ekonomi." Para pemimpin publik seharusnya memprioritaskan kegiatan yang mencerminkan prinsip-prinsip panduan ini; dan *placemaking* adalah apa yang diinginkan oleh masyarakat. (Craft 2014). . Suasana antar pengguna yang memungkinkan untuk saling berkomunikasi dan berkolaborasi membuat sebuah kawasan mampu memperkuat placemaking yang terjadi karena terbangun pula nilai kebersamaan dalam bentuk berbeda sebagai bentuk dari kreativitas yang ada(Bimantoro et al. 2022). Place making juga mendorong terjadinya kunjungan berulang wisatawan melalui strategi penciptaan identitas sehingga sebuah destinasi memiliki citra kuat, yang juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan nilai-nilai yang di bawa (Bonifasia Yuniar Rifa 2021). Dan salah satu cara untuk menciptakan *placemaking* adalah dengan atraksi, yang dimana atraksi dapat mengundang pengunjung untuk datang sehingga para pengunjung yang memiliki ketertarikan yang sama tersebut menemukan sebuah tempat untuk diri mereka, tempat dimana mereka menemukan ruang untuk mereka gunakan melakukan apa yang mereka sukai.

Atraksi adalah segala sesuatu yang mampu menarik atau memotivasi calon pengunjung untuk datang ke suatu destinasi, seperti halnya daya tarik sebuah magnet. (Hidayah 2021), . Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.(UU kepariwisataan 2009). *placemaking* berdasarkan atraksi dapat dikatakan sebagai pendekatan perencanaan dan pengelolaan ruang yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan fungsi sebagai destinasi pariwisata. Daya tarik wisata yang bersumber dari alam adalah keindahan alam yang

meliputi, topografi umum seperti flora dan fauna di sekitar danau, sungai, pantai, pulau-pulau, mata air panas, sumber mineral, teluk, gua, air terjun, cagar alam, hutan dan sebagainya. iklim yang meliputi, sinar matahari, suhu udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembaban dan sebagainya juga menjadi sebuah daya tarik wisata, dapat dikatakan bahwa daya tarik wisata yang memiliki sumber dari keindahan alam, Dan iklim merupakan bagian dari atraksi.(Abdulhaji, Sina, and Yusuf 2016). Penting uuntuk menyediakan berbagai layanan fasilitas yang membuat pengunjung nyaman dan menciptakan tempat yang memiliki makna budaya dan karakteristik lokal. Terakhir kriteria access & linkage, dapat memanfaatkan akses dan menghubungkan dengan daya tarik di sekitarnya.(Aina, 2024). Dikarenakan masing-masing daerah memiliki karakteristik geografis yang berbeda maka pengembangan olahraga wisata sangat memungkinkan untuk dijadikan sebuah alternatif olahraga rekreasi bagi pencinta olahraga seperti olahraga air (*diving, canoing, snorkeling, surfing*, dan sebagainya). (I Ketut Sudiana 2018). Pengembangan kegiatan wisata secara keselurulran akan bertumpu pada keunikan, kekhasan dan daya tarik dari sumber daya wisata alam dan (Suwarno et al. 2009). (Helpiastuti 2018) mengatakan untuk menghidupkan ruang sebagai tempat yang memiliki nilai ekonomi, sosial, yang signifikan sehingga memberikan dampak positif pada pembangunan komunitas dan ekonomi lokal ada 3 cara antara lain :

- **Something to see** (sesuatu untuk dilihat): Artinya di daerah tersebut harus memiliki objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dan tidak dimiliki oleh daerah lain. Something to See (Sesuatu yang dapat dilihat) Berkaitan dengan atraksi di destinasi wisata, "something to see" mengacu pada keharusan bagi objek wisata untuk memiliki daya tarik visual atau tontonan yang menarik bagi pengunjung. Artinya, tempat tersebut harus memiliki karakteristik unik yang mampu menarik minat wisatawan untuk datang dan menikmati keindahan atau keunikan yang ditawarkan.(Oksafa Silvandi, Givara Batusangkar, and Mandalia 2021)
- **Something to do** (sesuatu untuk dilakukan): Selain yang dapat dilihat dan disaksikan di daerah tersebut, maka diperlukan ketersediaan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tersebut. Something to Do (Sesuatu yang Dapat Dilakukan) Berhubungan dengan aktivitas wisatawan di destinasi wisata, "something to do" menekankan pentingnya menyediakan berbagai aktivitas yang menyenangkan dan bermanfaat bagi pengunjung. Ini bisa berupa fasilitas rekreasi, seperti area bermain atau tempat makan dengan makanan khas lokal, yang dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, membuat wisatawan merasa bahagia, santai, dan ingin menghabiskan lebih banyak waktu di lokasi tersebut.(Oksafa Silvandi et al. 2021)
- **Something to buy/get** (sesuatu untuk didapatkan): Di daerah tersebut harus menyediakan fasilitas, setempat untuk dibawa ke tempat asal wisatawan. (Selfi Budi Helpiastuti 2018)Kajian ini menjadi dasar teori untuk mengeksplorasi kesesuaian atraksi wisata air di Embung Kaliaji sebagai daya tarik utama wisata.

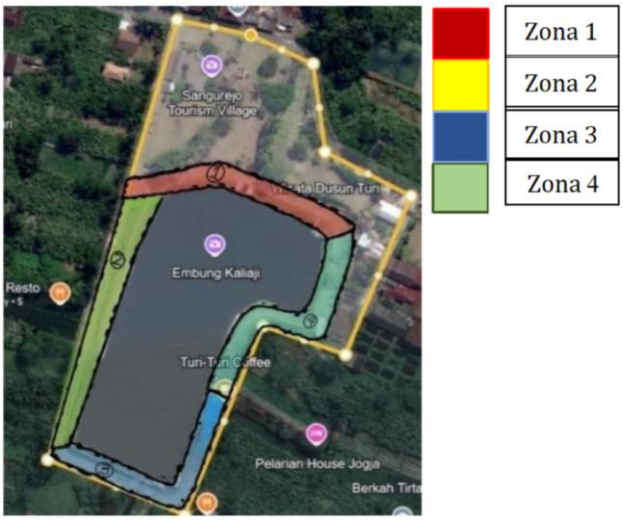
Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apa saja atraksi yang terjadi di Embung kaliaji sehingga menjadi sebuah *placemaking* disana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Embung Kaliaji yang merupakan waduk kecil yang terletak di Dusun Sangurejo, Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Awalnya, waduk ini difungsikan sebagai fasilitas untuk mendukung potensi pertanian di Desa Wonokerto, terutama dalam budidaya salak. Kecamatan Turi sendiri merupakan wilayah dengan produksi salak pondoh terbesar di Kabupaten Sleman. Hal ini sebagian besar dipengaruhi oleh peran Embung Kaliaji sebagai sumber irigasi utama bagi lahan

pertanian salak di daerah tersebut. Fungsi Embung Kaliaji semakin berkembang Sehingga embung ini menarik banyak pengunjung yang datang untuk berwisata. Orang- orang terlibat dalam aktivitas di sana, lokasinya yang nyaman dan memiliki citra yang baik yang membuat akhirnya ruang tersebut menjadi tempat yang ramah sosial yaitu tempat di mana orang bertemu satu sama lain dan membawa orang lain ketika mereka datang untuk mengunjungi.

Pemetaan pada Embung Kaliaji dibagi menjadi 4 bagian berdasarkan mayoritas aktivitas dan pengguna seperti pada gambar 1.2.



Gambar 1.2: Peta Sebaran Pengunjung pada Embung Kaliaji
Sumber: Google Earth.com, Penulis (2024)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang dimana Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang mendeskripsikan dan menganalisis prosedur pemecahan masalah yang diteliti melalui pengamatan dengan cara menggambarkan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang nampak. Metode ini digunakan untuk menganalisis atraksi yang ada pada Embung Kaliaji dengan menggunakan variabel atraksi dan menggunakan 3 parameter sebagai penimubul atraksi untuk menghidupkan ruang sebagai ruang yang memiliki nilai ekonomi, sosial, dan budaya yang signifikan, sehingga memberikan dampak positif pada pembangunan komunitas dan ekonomi lokal di antantaranya something to see, something to do, dan something to get /buy yang dimana something to see dapat berdasarkan hal apa yang pemgunjung ingin lihat dan mengapa memilih lokasi yang digunakan untuk melihat itu, something to do dapat berdasarkan aktifitas apa yang ingin dilakukan pada tiap zona tersebut dan mengapa memilih aktivitas tersebut pada zona tersebut, dan something to get dapat berupa hasil yang didapatkan setelah melakukan aktivitas tersebut pada lokasi tersebut. Metode penelitian ini dapat dijabarkan seperti pada tabel dibawah ini.

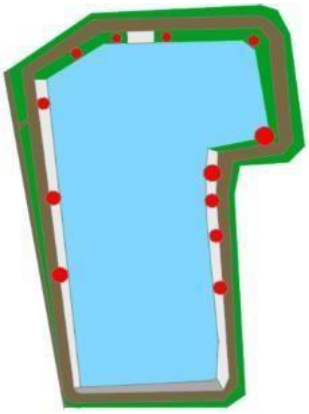
Tabel 1.1 : Penjelasan Variabel, parameter ,dan cara pengumpulan data

Variabel	Parameter	Cara Pengumpulan Data	Keterangan
Atraksi	Something to See (Objek)	Observasi, Wawancara, Pemetaan	Mengapa memilih tempat tersebut, dimana lokasi yang digunakan, kapan waktu yang tepat.
	Something to do (Aktivitas)	Observasi, Wawancara, Pemetaan	Aktivitas apa yang dilakukan, dimana lokasi tersebut, kapan dilakukan.
	Something to get (Hasil)	Observasi, Wawancara, Pemetaan	Dimana lokasinya, Apa yang didapat,

Sumber : Penulis(2024)

Data dan Analisis

Embung Kaliaji memiliki berbagai atraksi sebagai daya tarik utama . Salah satunya ialah memancing Pemetaan aktivitas memancing dilakukan dengan mempertimbangkan keberadaan atraksi. Analisis ini mencakup identifikasi area-area potensial berdasarkan distribusi ikan, kedalaman air, diperoleh berasal dari observasi lapangan, wawancara dengan masyarakat setempat, serta survei preferensi pengunjung membantu menggambarkan pola aktivitas yang berlangsung. Untuk area spot memancing dapat dilihat sebarannya pada gambar 2.1 dengan mayoritas laki-laki sebagai pelaku aktivitas yang merupakan penduduk sekitar maupun mahasiswa yang sedang ikut trend memancing. Sering kali pengunjung melakukan kegiatan memancing pada kondisi kontur tanah yang miring dengan aksesibilitas yang sulit dapat dilihat di gambar 2.3, pengunjung rela melakukan hal tersebut karena lokasi itu merupakan spot yang ramai ikan. Tak jarang juga pengunjung melakukan aktivitas memancing ini pada kondisi hujan dengan mengenakan jas hujan yang dapat dilihat pada gambar 2.2. hasil yang didapatkan disini berupa ikan yang mereka dapatkan ketika memancing. Aktifitas ini tersebar pada seluruh zona kecuali zona 3 yang dikarenakan kurangnya akses pemancing menuju perairan embung sehingga zona 3 tidak pernah digunakan sebagai tempat memancing.



Gambar 2.1: Peta Sebaran aktivitas memancing pada embung kaliaji
Sumber : Penulis (2024)



Gambar 2.2: Dokumentasi aktivitas dengan kondisi cuaca hujan
Sumber: Dokumentasi pribadi, Penulis (2024)

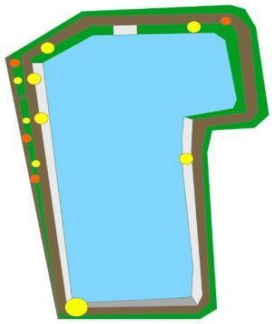


Gambar 2.3: Dokumentasi aktivitas dengan kontur miring
Sumber: Dokumentasi pribadi, Penulis (2024)

Atraksi lainnya yang ada pada embung kaliaji adalah aktivitas bersantai dan piknik dengan sebaran areanya terdapat pada gambar 2.5, dengan kunjungan paling banyak pada sore hari dimana pelaku aktifitas laki-laki dan perempuan berupa keluarga kecil ataupun pemuda yang hanya bersantai. Atraksi pada aktivitas bersantai ini berasal view yang didapat ketika sore hari dan juga aktivitas latihan perahu kayak pada embung yang biasanya dilakukan pada akhir pekan yang dapat dilihat pada gambar 2.9. Atraksi ini menimbulkan sebuah peluang yang mendorong pedagang kaki lima ikut mengunjungi lokasi dapat dilihat pada gambar 2.5 dengan notasi jingga. Penyebaran aktifitas duduk bersantai ini tersebar secara menyeluruh pada tiap zona dimana zona ini digunakan sebagai aktivitas tersebut karena adanya tempat duduk berupa perkerasan ataupun kondisi permukaan tanah yang tertutup oleh rumput sehingga tidak langsung bersentuhan dengan pasir.



Gambar 2.4: Duduk tanpa perkerasan,PKL
Sumber: Penulis(2024)

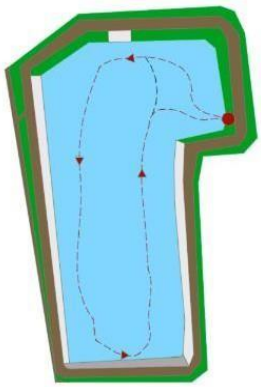


Gambar 2.5: Peta sebarn aktivitas
Sumber: Penulis (2024)

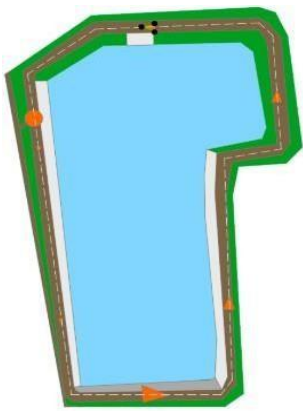


Gambar 2.5: Dokumentasi aktivitas kayakking
Sumber : Dokumentasi pribadi(2024)

Aktivitas yang menimbulkan atraksi lainnya ialah olahraga yang dimana ada 2 jenis olahraga yang dapat ditemukan disini yaitu olahraga perahu kayak dan olahraga jogging. Untuk olahraga perahu kayak lokasinya berada pada area timur Embung Kaliaji dengan sebaran area dan sirkulasinya seperti pada gambar 2.10. Biasanya kegiatan ini dilakukan ketika pagi sekitar pukul 7.00 hingga sore sekitar pukul 16.00 pada akhir pekan. Pelaku dari aktivitas ini merupakan komunitas persatuan olahraga dayung seluruh Indonesia pengkab PODSI Kabupaten Sleman. Sementara itu pada olahraga jogging memiliki sirkulasi mengelilingi Embung Kaliaji seperti pada gambar 2.11. Kegiatan ini dilakukan paling sering ketika pagi hari dan juga sore dari dengan pelaku aktivitas laki-laki dan prempuan baik penduduk sekitar maupun bukan dari sekitar Embung Kaliaji mereka memilih embung kaliaji sebagai lokasi jogging karena lokasinya yang memiliki pemandangan yang indah juga memiliki jalan memutar yang memudahkan mereka untuk mengetahui progress olahraga mereka.



Gambar 2.6: Peta sebaran sirkulasi olahraga perahu kayak
Sumber: Penulis (2024)



Gambar 2.7: Pola jogging pengunjung
Sumber: Penulis (2024)



Gambar 2.8: Dokumentasi aktivitas
Sumber: Penulis (2024)



Gambar 2.9: Dokumentasi aktivitas
Sumber: Penulis (2024)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Embung Kaliaji, didapatkan bahwa tempat ini memiliki berbagai potensi sebagai ruang publik yang mendukung aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya melalui atraksi yang ada. Embung Kaliaji yang awalnya berfungsi sebagai waduk kecil untuk irigasi lahan pertanian salak berkembang fungsinya sehingga mengarah menuju potensi wisata yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya berbagai atraksi utama yang dapat mendukung placemaking, yaitu:

1. Aktivitas Memancing Memancing merupakan atraksi utama yang menarik pengunjung, terutama laki-laki dari kalangan penduduk lokal maupun mahasiswa. Aktivitas ini sering kali dilakukan di area dengan aksesibilitas yang sulit tetapi memiliki potensi tinggi berdasarkan spot yang ramai ikan. Pengunjung bahkan rela memancing di kondisi hujan demi mendapatkan pengalaman yang maksimal.
2. Bersantai dan Piknik Atraksi ini menarik berbagai kelompok, termasuk keluarga kecil dan anak muda, yang menikmati keindahan alam Embung Kaliaji terutama pada sore hari. Kehadiran pedagang kaki lima yang menyediakan makanan dan minuman turut mendukung aktivitas ini, sehingga menambah daya tarik tempat.
3. Olahraga Perahu Kayak dan Jogging Perahu Kayak: Dilakukan oleh komunitas PODSI Kabupaten Sleman di area timur embung. Aktivitas ini biasanya berlangsung pada akhir pekan dan menjadi daya tarik bagi pengunjung yang menyukai olahraga air.

Jogging: Aktivitas jogging mengelilingi embung menjadi populer karena pemandangan yang indah dan jalur yang memudahkan pengunjung untuk melacak progres olahraga mereka.

Tabel 3.1 : Perolehan data berdasar parameter

Variabel	Parameter	Data yang diperoleh
Atraksi	Something to See (Objek)	View embung, Aktivitas olahraga perahu kayak
	Something to do (Aktivitas)	Memancing, Duduk bersantai, Olahraga
	Something to get (Hasil)	Ikan hasil tangkapan

Sumber : Penulis(2024)

Ketiga jenis parameter atraksi ini secara keseluruhan mendukung terciptanya ruang publik yang dinamis dan ramah sosial di Embung Kaliaji. Dengan adanya elemen- elemen tersebut, Embung Kaliaji tidak hanya berfungsi sebagai waduk untuk irigasi tetapi juga menjadi destinasi wisata yang memberikan dampak positif pada kesejahteraan masyarakat lokal. Menghadirkan sebuah ruang publik sebagai sarana masyarakat menyalurkan ketertarikan mereka, melakukan kegiatan yang mereka sukai, maupun hanya meluangkan waktu untuk mendapatkan ketenangan belaka menjadi sebuah cara terjadinya *placemaking* pada sebuah ruang dan menjadikan ruang(space) tersebut menjadi sebuah tempat(place) bagi masyarakat sekitar kawasan tersebut ataupun dari luar kawasan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulhaji, Sulfi, Ibnu Sina, and Hi Yusuf. 2016. "PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN FASILITAS TERHADAP CITRA OBJEK WISATA DANAU TOLIRE BESAR DI KOTA TERNATE. "

Aina, N. 2024. "IMPLEMENTATION OF PLACEMAKING APPROACH IN LANDSCAPE DESIGN OF BARITO BRIDGE TOURISM AREA. BORDER", 4(2), 125–138. https://doi.org/10.33005/border.v4i2.753

Ariyani, N., & Fauzi, A. 2024. "Unlocking Sustainable Rural Tourism to Support Rural Development: A Bayesian Approach to Managing Water-Based Destinations in Indonesia". Sustainability (Switzerland) , 16(13). https://doi.org/10.3390/su16135506

Bimantoro, Dhimas, Dhini Dewiyanti, Nova Chandra Aditya, and Tri Widianti Natalia. 2022. "Under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License STUDI KONSEP PENDEKATAN PLACEMAKING PADA PERANCANGAN RUANG PUBLIK M BLOC SPACE, JAKARTA SELATAN." DESA Jurnal Desain Dan Arsitektur 3(1):22.

Bonifasia Yuniar Rifa. 2021. "Sense of Place Destinasi Wisata Urban: Kasus Titik Nol Kilometer, Yogyakarta."

Cholifah, Anis Mulyati, and Ratna Septi Hendrasari. 2014. STUDI PENGEMBANGAN PEMANFAATAN EMBUNG KALIAJI SEBAGAI SUPLAI AIR PDAM SLEMAN.

Desti, Farida, and Agustin Qomarun. 2024. "INTEGRASI KAWASAN EMBUNG SKIP DENGAN KAWASAN INDUSTRI TEMPE SEBAGAI WISATA EDUKASI DI NGAWI DENGANPENDEKATAN ARSITEKTUR EKOWISTA."

Gayuh A.A. 2021. "ANALISIS PEMANFAATAN EMBUNG DESA KARANGSAMBIGALIH SUGIO KABUPATEN LAMONGAN."

Hammam Izzuddin. 2024. "Surga Tersembunyi Di Turi Sleman, Embung Kaliaji Punya Banyak Kejutan Bagi Pemancing Dan Wisatawan."

Hidayah. 2021. "Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Di Era Digital: Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing."

I Ketut Sudiana. 2018. "Dampak Olahraga Wisata Bagi Masyarakat ."

Oksafa Silvandi, Givara Batusangkar, and Siska Mandalia. 2021. I-TOURISM Pengembangan Taman Margasatwa Dan Budaya Kinantan Dengan Menerapkan Aspek Pariwisata 3S (Something to See, Something to Do, Something to Buy).

Project for Public Spaces. 2016. "Project for Public Spaces."Sarah Craft. 2014 , Https://Www.Pps.Org/Article/Grplacefeat. "Mml-Economic-Impact-of Placemaking-June2014."

Schneekloth, L. dan Shibley, R. G. 1995. "Placemaking."

Selfi Budi Helpiastuti. 2018. "Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur Analisis Wacana Grand Opening 'Pasar Lumpur' Kawasan Wisata, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember."

Suwarno Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Nindyo, dan Magister Arsitektur dan Perencanaan Pariwisata, Fakultas Teknik, and Universitas Gadjah Mada. 2009. MODEL PENGEMBANGAN TATA RUANG KAWASAN OBJEK WISATA AIR STUDI KASUS: OBJEK WISATA AIR JOLOTUNDO, KLATEN (Models Af L^and Use Development in Water Toarism Area. Vol. 16.

UU kepariwisataan. 2009. "UU Nomor 10 Tahun 2009."

Victorya, Patrani, Rizon Pamardhi Utomo, Galing Yudana, . 2016. "Program Studi, Perencanaan Wilayah, Dan Kota, and Jurusan Arsitektur. PLACEMAKING RUANG JALAN KORIDOR KOMERSIAL KOTA SURAKARTA."

Wahyuni, Sri. 2019. PLACEMAKING SEBAGAI STRATEGI REVITALISASI KAWASAN Studi Kasus : Kawasan Pecinan Kota Makassar.

Wickoff. 2014. " DEFINITION OF PLACEMAKING: Four Different Types."

Yoke Ting, Hiew, and Azizi Bahauddin. 2022. "The Impact of Blue Space in the Interior on Mental Health." ARTEKS : Jurnal Teknik Arsitektur 7(1):53–60. doi: 10.30822/arteks.v7i1.1186.