



PENGEMBANGAN *CULTURAL TOURISM* PADA KAMPUNG WISATA AKTIVITAS BRANDING DAN PEMASARAN DIGITAL

¹Kussudyarsana, ²Dyah Widi Astuti, ³Muhammad Halim Maimun

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Surakarta

email: ¹kus165@ums.ac.id, ²dyahwidi.dw@gmail.com, ³mhm160@ums.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan wisata budaya (cultural tourism) di Kampung Kemlayan, Kecamatan Serengan, Kotamadya Surakarta. Kemlayan selama ini dikenal sebagai tempat banyak maestro budaya lahir, namun mengalami degradasi sebagai dampak dari aktivitas ekonomi yang terjadi di daerah tersebut. Kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan dapat mengembalikan lagi citra Kemlayan sebagai Kampung Budaya. Terdapat empat strategi utama utama yang diterapkan dalam PKM pengembangan wisata budaya Kampung Kemlayan. Pertama, ditetapkanlah jalur wisata Kampung Kemlayan dengan empat tema utama: sejarah, budaya, maestro, dan kuliner. Kedua, dilakukan kegiatan branding melalui pembuatan logo, maskot, dan simbol. Aspek ketiga mencakup pembuatan strategi pemasaran digital wisata Kampung Kemlayan melalui platform sosial media seperti TikTok, YouTube, dan Instagram. Keempat, dilakukan pelatihan pengelolaan media sosial kepada masyarakat setempat. Hasil dari kegiatan ini telah di rasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar, khususnya mitra PKM yaitu LPMK Kemlayan yang tercermin pada kepuasan mereka atas kegiatan pengabdian masyarakat ini yang angkanya di atas 80%.

Keyword: Kampung Kemlayan, Wisata Budaya

1. Pendahuluan

Kampung Kemlayan adalah salah satu permukiman perkotaan yang telah ada sejak

masa pemerintahan Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Kampung ini terletak di Kecamatan Laweyan, Kotamadya Surakarta, Jawa Tengah. Kampung ini di kenal sebagai

kampung seni dan budaya, dimana banyak menelurkan seniman besar seperti Gesang, Sardono W Kusumo maupun Ki Anom Suroto dan di kenal sebagai Kampung Pengrawit. yaitu abdi dalem Keraton Kasunanan Surakarta yang bertanggung jawab atas bagian karawitan. Pada masa tersebut, permukiman-permukiman seperti Kemlayan biasanya muncul karena adanya kepentingan dan kegiatan dari penghuni atau penguasa kampung tersebut (Priyatmoko, 2018).

Berdasarkan pada RTRW kota Surakarta tahun 2011-2031, pemanfaatan peruntukan lahan Kelurahan Kemlayan saat ini didominasi oleh kawasan perdagangan dan jasa, serta permukiman dengan kepadatan tinggi. Padahal konsekuensi dari posisi suatu kawasan yang strategis pada pusat kota tersebut menyebabkan marginalisasi ekonomi dan dekapitalisasi spasial bagi warganya yang miskin (Kisiala and Racka, 2021). Hal ini semakin mempercepat runtuhnya pamor Kemlayan yang dulunya dikenal sebagai kampung budaya.

Lokasi Kampung Kemlayan yang strategis di pusat kota juga telah menyebabkan masalah ekonomi dan ketidaksetaraan spasial bagi penduduk miskin (Kisiala dan Racka, 2021). Hal ini semakin mempercepat kemunduran Kampung Kemlayan yang dulu terkenal sebagai kampung budaya. Jika sebelumnya Kemlayan dikenal sebagai tempat tinggal elit abdi dalem dan priyayi dengan pola permukiman dan bangunan khasnya, saat ini karakteristik tersebut sudah tidak begitu mencolok. Citra ini perlahan-lahan mulai meredup dan digantikan sebagai pusat perdagangan. Orientasi pembangunan yang mengutamakan pada fisik dan ekonomi, telah menggerus citra tersebut. Secara perlahan tetapi pasti, bangunan lama yang menjadi saksi sejarah peradaban dan

budaya masa lalu berubah menjadi bangunan pertokoan. Hal ini juga diperparah dengan banyaknya bangunan lama yang terbengkalai, kepadatan penduduk yang tinggi, kesenjangan tingkat perekonomian antara kawasan komersial dengan permukiman masyarakat sekitarnya juga memberikan kontribusi terhadap permasalahan kawasan.

Langkah-langkah strategis untuk menjaga eksistensi Kampung Kemlayan perlu dilakukan. Diharapkan bahwa melalui strategi pengembangan ini, warisan budaya dari masa lalu dapat terus bertahan dan memberikan manfaat di masa depan, sehingga pembangunan berkelanjutan Kota Surakarta dapat tercapai. Upaya menggalakan pembangunan sektor pariwisata dengan memanfaatkan potensi budaya di Kampung Kemlayan perlu dilakukan. Untuk itu kegiatan PKM Wisata Budaya, bisa menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kerjasama dengan institusi pemerintah dan kemasyarakatan yang ada Kampung Kemlayan, diharapkan bisa menjadi solusi atas permasalahan yang terjadi di Kampung tersebut, termasuk dalam hal ini dengan LPMK Kemlayan.

LPMK Kemlayan telah menyadari bahwa eksistensi kawasan merupakan masalah yang sifatnya multidimensi dimana memerlukan penanganan yang integratif. Kegiatan yang telah mereka lakukan untuk mempertahankan ciri khas Kemlayan sebagai Kampung Seni dan budaya, belum membuahkan hasil yang berarti. Program yang mereka lakukan sifatnya masih sporadis dan belum terstruktur. Di sisi lain keterbatasan waktu dan sumberdaya menjadi kendala LPMK dalam mempertahankan Kemlayan sebagai Kampung Seni-Budaya.

Tabel 1 Masalah dan Solusi masalah Kampung Kemlayan

No	Masalah	Solusi Masalah	Target/Luaran Kegiatan	Indikator luaran
1	Rendahnya minat generasi muda untuk belajar seni budaya tradisional peninggalan leluhur.	Mengenalkan generasi muda terhadap kegiatan Seni- Budaya	Adanya keterlibatan anak muda Kampung Kemlayan dalam pelestarian seni budaya	jumlah remaja yang terlibat dalam kegiatan Seni-budaya sebanyak 7 orang
2	Tergerusnya citra Kampung Kemlayan dari pusat seni-budaya menjadi pusat perdagangan.	Revitalisasi citra Kampung Kemlayan sebagai kampung Wisata Budaya melalui promosi melalui Sosial media	Meningkatnya citra Kampung Kemlayan sebagai kampung budaya	Munculnya Branding Kampung Budaya di Berita nasional dan sosial media
3	Potensi cultural tourism belum dimanfaatkan secara optimal.	Pemanfaatan Teknologi digital dalam pemasaran wisata budaya	Munculnya paket wisata pelatihan seni- budaya dan wisata Kampung budaya	Subscriber Youtube dan Instagram sejumlah 500 dalaam 8 bulan.

Terdapat beberapa masalah yang di hadapi oleh Mitra, PKM , yaitu LPMK Kemlayan yaitu: 1) tergerusnya citra Kampung Kemlayan dari pusat seni-budaya menjadi pusat perdagangan (2) rendahnya minat generasi muda untuk belajar seni budaya tradisional peninggalan leluhur, (3) potensi cultural tourism belum dimanfaatkan secara optimal. Untuk itu, langkah- langkah strategis untuk menjaga eksistensi Kampung Kemlayan perlu diterapkan salah satunya adalah dengan mengembangkan cultural tourism di Kampung Kemlayan. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah: (1) meningkatkan minat generasi muda akan seni budaya peninggalan

leluhur di Kemlayan. (2) mengembalikan citra Kampung Kemlayan sebagai kampung budaya dan (3) menggali potensi tourism Kampung Kemlayan melalui ekonomi digital.

2. Metode

Kegiatan PKM ini memerlukan beberapa tahapan dimana pelaksanaannya akan melibatkan mitra dan mahasiswa. Tahapan tersebut meliputi: (1) Sosialisasi lapangan, (2) FGD, (3) Survey Pemetaan. (4) pemasangan logo, simbol dan maskot (5) pelatihan sosial media (6) event: jelajah Kampung Budaya, (7) pembuatan content digital



Gb1. Tahapan PKM

Tahap pertama adalah perencanaan desain kegiatan dan sosialisasi, yang melibatkan identifikasi kebutuhan masyarakat dan melibatkan pemangku kepentingan terkait untuk mengembangkan rencana yang menjawab kebutuhan tersebut. sosialisasi tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dan mendiskusikan dengan mitra mengenai persiapan pelaksanaan meliputi beberapa hal teknis diantaranya adalah waktu dan jadwal pelaksanaan, personel yang dilibatkan, sarana dan prasarana yang dibutuhkan.

Pada tahapan kedua, FGD (Focus Group Discussion) dilakukan untuk mendapatkan pandangan dan ide dari komunitas setempat. Selain itu, kami juga telah bekerja keras dalam pembuatan peta wisata dan program jelajah kampung Kemlayan yang akan memudahkan pengunjung untuk menjelajahi keindahan dan budaya kami. Tidak hanya itu, kami juga telah membuat video yang memperlihatkan potensi wisata unik di kampung Kemlayan, yang akan menjadi panduan visual yang menarik bagi pengunjung potensial. Terakhir, kami dengan bangga mengumumkan acara besar kami, "Mider Kemlayan" yang akan menjadi highlight dalam promosi dan pengembangan kampung wisata.



Gb. 2 Kegiatan FGD dengan Tokoh Masyarakat di Kemlayan

Pada tahapan ketiga dilakukan survey pemetaan potensi wisata jelajah Kampung. Kegiatan ini berupaya memverifikasi data sekunder dan membandingkannya dengan data primer di lapangan. Kegiatan ini melibatkan LPMK, sejarawan, saksi sejarah dan ketua RW di Kampung Kemlayan. Beberapa situs yang penting yang ada di Peta dasar di verifikasi dan didiskusikan untuk mendapatkan gambaran tentang keberadaan situs sejarah dan budaya. Hasil tersebut kemudian di jadikan dasar untuk mengembangkan desain peta jelajah Kampung wisata. Sebagai hasilnya adalah beberapa jalur jelajah Kampung Wisata dengan 8 tema yang berbeda. Diantaranya adalah jalur situs bersejarah, situs maestro, situs kuliner, dan situs umum yang sifatnya adalah kombinasi dari beberapa tema di atas.





Gb. 3 Survey Pemetaan Jelajah Kampung Wisata



G. 4 Logo kampung Kemlayan dan Barcode situs Budaya

Keempat, adalah dengan penyediaan infrastruktur penunjang seperti Logo, Maskot dan penanda digital yang diletakkan di situs-situs sejarah dan budaya. Logo yang di ciptakan untuk Kampung Kemlayan menggabungkan empat elemen penting dalam budaya dan identitas kami: selendang, nada, wayang, dan angklung. Setiap elemen ini memiliki makna mendalam dan simbolisme yang mendefinisikan nilai-nilai dan visi Kampung Kemlayan.



- Selendang, yang melambangkan keanggunan dan kelembutan, mewakili komitmen kami untuk memberikan layanan yang lembut dan penuh perhatian kepada pelanggan kami. Selendang juga mencerminkan keragaman budaya kami, menandakan bahwa kami menghargai dan merangkul keberagaman dalam tim kami dan dalam kemitraan dengan pelanggan dari berbagai latar belakang.
- Nada, dengan ikon musik sebagai simbolnya, adalah penanda penting dari keahlian kami dalam menciptakan harmoni dalam setiap aspek bisnis kami. Seperti not-not dalam sebuah komposisi musik, kami merancang setiap detail layanan dan produk kami dengan presisi, untuk mencapai kesempurnaan dalam kualitas dan pengalaman pelanggan.
- Wayang, seni tradisional yang kaya dengan cerita dan budaya, mencerminkan warisan budaya kami yang kuat. Kami berkomitmen untuk mempertahankan nilai-nilai tradisional sambil mengembangkan inovasi baru, sebagaimana wayang juga terus berkembang dari masa ke masa.
- Angklung, alat musik tradisional yang khas, menggambarkan semangat kerja sama dalam tim kami. Seperti nada-nada dalam sebuah angklung yang harus berbunyi bersama-sama untuk menciptakan harmoni, kami menganggap

kolaborasi tim sebagai kunci keberhasilan kami. Kami percaya bahwa dengan bersatu, kami dapat menciptakan hasil yang lebih indah dan bermakna.



Gb. 5 Maskot Kampung Kemlayan

Penanda fisik seperti gapura, simbol, dan maskot membantu dalam menciptakan identitas yang kuat untuk kampung wisata Kemlayan. Penanda tersebut membantu pengunjung mengenali dan mengingat destinasi ini dengan mudah. Identitas yang kuat juga dapat membantu dalam membedakan kampung Kemlayan dari destinasi wisata lainnya. Penciptaan Kesadaran Penanda fisik ini dapat menjadi sarana efektif untuk menciptakan kesadaran tentang kampung wisata Kemlayan. Ketika pengunjung atau calon pengunjung melihat simbol atau maskot tersebut, mereka akan teringat tentang destinasi tersebut. Ini dapat membantu meningkatkan minat dan kunjungan. Selain itu, penanda fisik ini dapat digunakan sebagai alat pemasaran dan promosi yang efektif. Dalam kegiatan PKM ini, beberapa logo dan maskot ditempelkan di gapura untuk memperkaya Gapura atau

simbol yang menarik dapat menjadi daya tarik visual yang kuat.

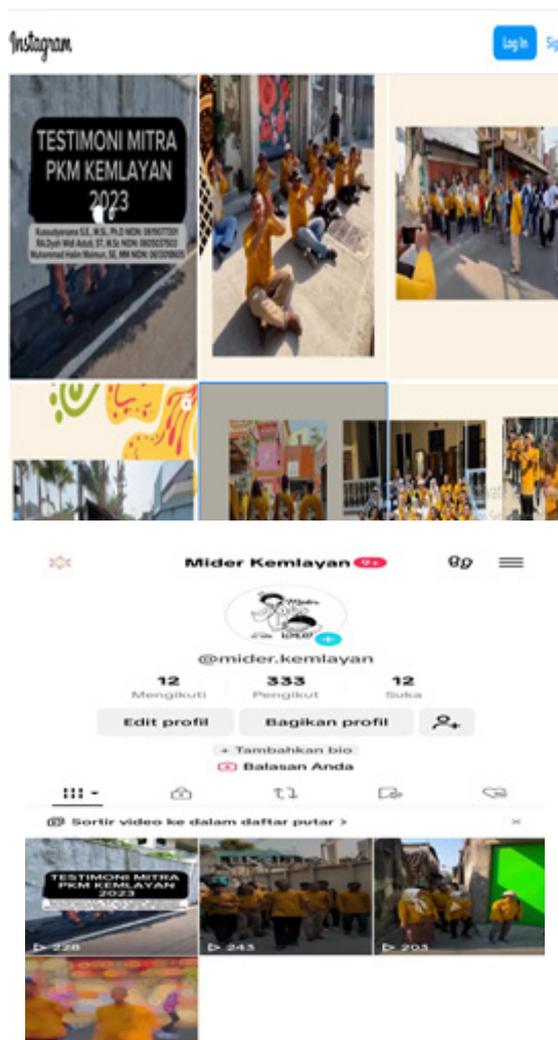


Gb. 6 Gapura Kampung Kemlayan

Gapura atau penanda fisik lainnya juga dapat digunakan sebagai sarana untuk memberikan petunjuk dan orientasi kepada pengunjung. Ini dimaksudkan untuk membantu pengunjung dalam menemukan tempat-tempat penting, seperti pusat informasi wisata, lokasi acara budaya, atau lokasi aktivitas wisata. Selain itu Gapura dapat menjadi daya tarik fotogenik. Pengunjung cenderung berfoto di depan gapura atau simbol ini, dan berbagi foto-foto tersebut di media sosial, yang pada gilirannya dapat membantu dalam promosi destinasi.

Pada tahapan kelima adalah menyiapkan sumberdaya manusia (SDM) dalam bidang Pariwisata Budaya. Caranya adalah memberikan pelatihan Tour Guide kepada sejumlah anak muda di kampung tersebut dan pelatihan mengembangkan promosi digital ke media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Sumberdaya manusia yang terampil dan berpengetahuan adalah kunci untuk mengelola destinasi wisata dengan baik. Mereka dapat merancang program wisata yang menarik, memelihara fasilitas, mengatur lalu lintas wisatawan, dan memberikan layanan yang baik kepada pengunjung. Sumberdaya manusia yang terinformasi dapat berperan penting dalam meningkatkan kesadaran lingkungan di kampung wisata Kemlayan. Mereka dapat memberikan informasi tentang

pentingnya menjaga kelestarian alam, praktik berkelanjutan, dan perilaku ramah lingkungan kepada pengunjung. Hal ini membantu dalam melestarikan lingkungan alam yang menjadi daya tarik wisata.



Gb. 7. Media Sosial Promosi Kampung Budaya Kemlayan

Pada tahapan keenam dan Ketujuh dengan mempromosikan Kampung Kemlayan melalui event Mider Kemlayan dan mempromosikannya melalui sosial media. Dalam promosi tersebut di sampaikan informasi tentang keunikan Kampung Kemlayan beserta even wisata berupa jelajah Kampung yang dinamakan Mider Kemlayan. Pada saat ini follower dari Instagram Mider Kemlayan sudah lebih dari 1000 orang. Pemasaran digital memungkinkan kampung

Kemlayan untuk mencapai audiens global dengan lebih mudah. Melalui platform online, informasi tentang kampung, budaya, dan potensi wisata bisa diakses oleh wisatawan dari seluruh dunia. Ini memungkinkan peningkatan jumlah pengunjung dan potensi pendapatan. Dengan pemasaran digital, kampung Kemlayan dapat mempromosikan budaya dan tradisinya dengan lebih efektif. Mereka dapat berbagi konten visual, video, artikel, dan cerita tentang budaya, kuliner, kerajinan, serta peristiwa budaya khas kampung. Hal ini dapat membantu dalam mempertahankan dan mempromosikan aspek-aspek unik dari kampung Kemlayan. Melalui media sosial, situs web, dan platform komunikasi digital lainnya, kampung Kemlayan dapat berinteraksi dengan calon wisatawan dan pengunjung.

Kegiatan branding pada Kampung Kemlayan bertujuan untuk membangun identitas Kampung Kemlayan Surakarta kepada khalayak melalui berbagai aktivitas branding yang inovatif. Salah satu langkah pertama kami adalah dengan membuat akun resmi di berbagai platform media sosial seperti TikTok, Facebook, Instagram, dan YouTube, sehingga kami dapat lebih dekat dan terhubung dengan komunitas serta penggemar setia kami. Ini bertujuan menghasilkan konten yang inspiratif dan informatif yang akan menggambarkan kekayaan budaya dan tradisi unik kami, serta cerita-cerita menarik yang ada di Kampung Kemlayan. Hal ini diharapkan dapat memperkuat citra kampung Kemlayan serta menjalin ikatan yang erat dengan semua yang mencintai dan mendukung perjalanan kami. Terus ikuti kami di berbagai platform ini untuk mendapatkan wawasan eksklusif tentang apa yang terjadi di Kampung Kemlayan Surakarta.

3. Hasil dan Pembahasan

Terdapat perbedaan yang nyata sebelum dan sesudah di langsung kegiatan PKM Cultural Tourism di Kampung Kemlayan, Surakarta. Sebelum diadakan PKM Cultural

Tourism, jalur jelajah Kampung belum tertata dengan baik. Tidak terlihat tema dan narasi situs yang jelas pada jelajah Kampung Wisata Kemlayan. Setelah didakan PKM Cultural Tourism, jalur jelajah Kampung menjadi lebih jelas dan terarah. Mereka dapat mengunjungi kawasan Kampung dengan lebih jelas dan terarah. Mereka memperoleh informasi yang jelas tentang situs yang disinggahi melalui bar-code yang disediakan di setiap situs yang ada.- dimana para wisatawan dapat men-scan

bar code tersebut. Selain itu masyarakat dapat mengetahui keberadaan even dan promosi di Kampung Kemlayan melalui Instagram dan Tiktok. Lebih dari itu, branding berupa maskot dan Logo menjadi identitas yang telah muncul pada kegiatan ini. Adanya Pelatihan Tour Guide dan pengelolaan Media Sosial bagi anak muda Kemlayan memberikan keterampilan pengelolaan media dan komunikasi kepada masyarakat Kampung Kemlayan

Tabel 2. Kondisi sebelum dan Sesudah PKM

No	Kondisi Sebelum PKM	Kondisi Setelah ada PKM Kampung Kemlayan
1	Belum ada jalur tur tematik di Kampung Wisata Budaya di kampung Kemlayan	Sudah muncul jalur jelajah kampung Wisata budaya di Kemlayan.
2	Belum ada sosial media wisata tentang Kampung Kemlayan	Sudah ada akun Kampung Wisata Budaya Kemlayan di Sosial Media, Tiktok dan Instagram.
3	Belum ada deskripsi digital pada situs budaya di Kampung Kemlayan	Sudah muncul deskripsi digital pada situs budaya di Kampung Kemlayan
4	Belum ada Logo dan Maskot Kampung Kemlayan	Sudah muncul Logo dan Maskot Kampung Kemlayan
5	Belum mempunyai tour guide dari Warga Kampung sendiri	Tersedianya tour guide yang berasal dari Kampung Kemlayan sendiri.
6	Belum ada orang dari Kampung Kemlayan sendiri yang menangani Media sosial	Sudah pengelola digital marketing yang berasal dari Kampung Kemlayan sendiri.

Kebermanfaatan Program

Responden diberikan pertanyaan terkait dengan kegiatan PKM yang selama ini dilakukan. Dalam hal ini responden yang mengisi pertanyaan adalah mitra yang meliputi LPMK, Staf Kelurahan, Pokdarwis, Ketua RW. Ada 8 poin pertanyaan yang diberikan kepada mereka. Pertanyaan tersebut meliputi kesesuaian target dan harapan, pemecahan masalah mitra, manfaat. Kecepatan respon, dan kesungguhan dalam melakukan pengabdian masyarakat. Hasil dari survey yang dilakukan memperlihatkan

bahwa sebagian besar respon merasa puas dan sangat puas terhadap kegiatan yang dilakukan. Tingkat kepuasan berkisar antara 80-90% yang terbagi pada puas dan sangat puas. Hanya pada pon pemecahan masalah dan kesesuaian kerjasama dengan mitra dimana ada jawaban cukup. Terdapat 11,8 persen yang menyatakan cukup psda pemecahan masalah mitra dan 5,9% yang menyatakan bahwa kerjasama telah cukup memenuhi harapan. Tidak ada responden yang menyatakan tidak puas dan sangat tidak puas.

Tabel 3. Tingkat Kebermanfaatan PKM

Aspek	Sangat Puas	Puas	cukup	Tidak Puas	Sangat Tidak puas
Kesesuaian dengan Target kerjasama	35,3%	64,7%	0	0	0
Kesesuaian dengan Tujuan Kegiatan	29,4%	70,06%	0	0	0
Pemecahan masalah mitra	29,4%	58,8%	11,8%	0	0
Kerjasama sesuai dengan harapan	17,6%	76,5%	5,9%	0	0
Kebermanfaatan	29,4%	70,6%	0	0	0
Keramahan dan layanan	23,5%	76,5		0	0
Kecepatan respon	29,4%	64,7%	6,9%	0	0
Kesungguhan dalam melakukan pengabdian	29,4%	58,8%	11,8%	0	0

Dari analisis di atas, Anda dapat menyimpulkan bahwa beberapa aspek kerjasama atau aktivitas ini memenuhi ekspektasi dan target yang ditetapkan. Beberapa perbaikan mungkin diperlukan dalam pemecahan masalah mitra, kebermanfaatan, dan kecepatan respon. Dalam hal ini, penting untuk berkomunikasi dengan mitra atau pihak terkait untuk memahami penyebab ketidaksesuaian dan mencari solusi yang tepat.

4. Simpulan

Terdapat empat hal utama yang telah dilakukan di dalam PKM pengembangan wisata budaya Kampung Kemlayan. Pertama, telah ditetapkan jalur jelajah kampung wisata Kemlayan dengan 4 tema utama: sejarah, budaya, maestro dan kuliner. Kedua aktivitas branding berupa logo, maskot dan simbol. Ketiga, pembuatan pemasaran digital wisata Kampung Kemlayan melalui sosial media di Tiktok, YouTube dan Instagram. Keempat,

telah dilakukan pelatihan pengelolaan sosial media kepada masyarakat setempat. Mengingat keberlanjutan kegiatan pengelolaan Kampung wisata sangat penting bagi pengembangan ekonomi masyarakat setempat, maka kegiatan pengabdian masyarakat di daerah tersebut perlu dilanjutkan dengan tema yang lain.

5. Persantunan

Kami ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak DRTM KemendikbudRistek yang telah mendanai kegiatan ini sehingga kegiatan ini bisa terlaksana dengan baik. Terima kasih pula kami sampaikan kepada pihak LPMK Kemlayan yang telah bersedia menjadi tempat pengabdian masyarakat. Tidak pula kami sampaikan terima kasih kepada pihak LPMPP UMS yang telah dengan sabar dan setia memberikan bimbingan dari awal pengajuan sampai kegiatan ini berakhir.

6. Referensi

- Blackstock, K. 2005. A critical look at community-based tourism. *Community Development Journal*. Oxford University Press ad Community. Vol. 40 (1)
- Bruecner, J. 2013. Slums in developing countries: new evidence of Indonesia. *Journal of Housing Economic*. 22, 278-290
- Chen, H., and Rahman, I. 2018. Cultural tourism: an analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*. 26, 153-163
- Dolezal, C., and Novelli, M. 2020. Power in community-based tourism: empowerment and partnership in Bali. *Journal of Sustainable Tourism*. DOI: 10.1080/09669582.2020.1838527
- Durovic, M., and Lovrentjev, S. 2014. Indicators of sustainability in cultural tourism. *The Macrottheme Review, A multidisciplinary journal of global macro trends*. 3(7)
- Kisiala, W., and Racka, I. 2021. Spatial and statistical analysis of urban poverty for sustainable city development. *MPDI, Sustainability*. 13, 858
- Noonan, D., and Rizzo, I. 2017. Economic of cultural tourism: issues and perspective. *J Cult Econ*. 41, 95-107
- Okazaki, E. 2008. A community-based tourism model: its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 6 (5), 511-528
- Priyatmoko, H. 2018. Gamelan di Kemlayan: Studi sejarah kampung abdi dalem niyaga di Surakarta. Patrawidya. Vol. 19 (2), 113-124
- Priyatmoko, H. 2020. Satu kampung tiga maestro. *Bukukatta dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*. Edisi 1
- Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta tahun 2011-2031, Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 1 tahun 2012
- Richards, G. 2018. Cultural tourism: a review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 36, 12-21
- Salazar, N. 2012. Community-based cultural tourism: issues threat and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 20 (1), 9-22
- Smets, P., and Lindert, P. 2016. Sustainable housing and urban poor. *International Journal of Urban Sustainable Development*. Vol. 8, No. 1, 1-9
- UNWTO and UN Global Compact Network Spain. (2016). The tourism sector and the sustainable development goals. UN Global Compact Network Spain.