



Persepsi Wisatawan terhadap Pengalaman Sensorik dalam *Walking Tour* di Kotagede

Astry Putri Dayanda Anabokay^{1*}, Wiendu Nuryanti²

¹⁻² Departemen Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah

Mada

Email: putrydayanda@gmail.com ^{1*}

Alamat: Jl. Grafika No.2, Sendowo, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, 55284

*Penulis Korespondensi

Abstract: Kotagede, one of the historic districts in Yogyakarta, boasts a rich cultural and architectural heritage that makes it a prominent destination for walking tours. Walking along its historic alleys, traditional buildings, bustling markets, and local life offers visitors an authentic cultural tourism experience. However, the current design of walking tours in Kotagede still tends to emphasize historical narratives and architectural visualization, leaving the multisensory potential of the area underutilized. This study aims to analyze how tourists perceive sensory experiences (visual, auditory, olfactory, gustatory, and tactile) during walking tours in Kotagede and to identify the most dominant elements that shape such experiences. The research employed a descriptive, qualitative approach, utilizing in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The participants consisted of 32 tourists who had just completed a walking tour, selected through purposive sampling. The findings reveal that visual experience is the most dominant sensory element, particularly through traditional architecture and historic buildings. Auditory elements, such as birdsong and market activities, enrich the atmosphere, while tactile experiences with building materials provide authenticity and strengthen tourists' emotional connection with local history. Meanwhile, olfactory elements, such as the aroma of spices, incense, and aged wood, contribute to the overall ambiance, though occasionally disrupted by unpleasant odors from waste. Gustatory experiences are often encountered during tours of local culinary products, demonstrating strong potential as markers of cultural identity, although they are not yet fully integrated into the tour itinerary. These findings highlight a gap between Kotagede's multisensory potential and the existing design of the walking tour. Therefore, the development of more holistic sensory-based walking tours is necessary to enhance visitor satisfaction while reinforcing Kotagede's cultural identity as a meaningful heritage destination.

Keywords: Cultural Tourism; Kotagede; Sensory Experience; Tourist Perception; Walking Tour.

Abstrak: Kotagede, sebagai salah satu kawasan bersejarah di Yogyakarta, memiliki kekayaan budaya dan arsitektur yang menjadikannya destinasi unggulan dalam penyelenggaraan walking tour. Aktivitas berjalan kaki menyusuri lorong bersejarah, bangunan tradisional, serta suasana pasar dan kehidupan lokal menawarkan pengalaman wisata budaya yang autentik. Namun, pengemasan walking tour hingga saat ini masih cenderung menitikberatkan pada narasi sejarah dan visualisasi arsitektur, sehingga potensi multisensori kawasan belum sepenuhnya dimanfaatkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana wisatawan memersepsikan pengalaman sensoris (visual, auditif, olfaktori, gustatori, dan taktil) dalam walking tour di Kotagede serta mengidentifikasi elemen yang paling dominan membentuk pengalaman tersebut. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari 32 wisatawan yang baru saja mengikuti walking tour, dipilih dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman visual menjadi elemen sensoris paling dominan, khususnya melalui arsitektur tradisional dan bangunan bersejarah. Elemen auditif, seperti suara burung dan aktivitas pasar, turut memperkaya suasana, sementara aspek taktil pada material bangunan menambah kesan autentik dan memperkuat keterhubungan emosional wisatawan dengan sejarah lokal. Sementara itu, pengalaman olfaktori melalui aroma rempah, dupa, dan kayu tua memperkaya atmosfer, meskipun di beberapa titik terganggu oleh bau sampah. Elemen gustatori umumnya muncul setelah tur melalui kuliner khas, yang menunjukkan potensi besar sebagai penguat identitas budaya meski belum sepenuhnya terintegrasi dalam alur tur. Temuan ini menegaskan adanya kesenjangan antara potensi multisensori Kotagede dengan strategi pengemasan walking tour yang ada. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan tur berbasis pengalaman sensoris yang lebih holistik untuk meningkatkan kepuasan wisatawan sekaligus memperkuat identitas budaya Kotagede sebagai destinasi wisata bersejarah yang bermakna.

Kata kunci: persepsi wisatawan; pengalaman sensorik; *walking tour*; Kotagede; wisata budaya.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata saat ini tidak lagi dipahami hanya sebagai aktivitas kunjungan ke destinasi, melainkan telah mengalami pergeseran menuju *experience economy* di mana wisatawan mencari pengalaman yang berkesan, otentik, dan menyentuh emosi. Pergeseran tersebut tercermin dalam proyeksi tren pariwisata 2024 yang disampaikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Dalam konteks ini, salah satu pendekatan yang berkembang adalah *sensory tourism*, yaitu pariwisata yang menekankan peran panca Indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan sentuhan dalam membentuk persepsi dan memori wisatawan. Pendekatan ini menjadi semakin penting terutama pada aktivitas wisata berbasis pengalaman, seperti *walking tour*, yang memberi kesempatan wisatawan untuk berinteraksi langsung dengan lingkungan destinasi.

Kotagede di Yogyakarta merupakan salah satu destinasi favorit untuk *walking tour*, berdasarkan wawancara dengan beberapa pemandu wisata *walking tour* di Kota Yogyakarta. Kawasan ini dikenal dengan kekayaan sejarah, arsitektur tradisional, serta narasi budaya yang disampaikan pemandu wisata. Berdasarkan observasi, pengalaman wisatawan di Kotagede lebih banyak dibentuk oleh elemen visual berupa bangunan *heritage* serta penuturan verbal mengenai sejarah dan budaya lokal. Padahal, *walking tour* secara alami memberi peluang terciptanya pengalaman multisensori. Wisatawan dapat mendengar kicau burung atau keramaian pasar, mencium aroma makanan tradisional, merasakan tekstur dari material atau ukiran dari bangunan, hingga mencicipi kuliner khas.

Sayangnya, potensi sensory tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan dalam pengelolaan *walking tour* Kotagede. Penyelenggara masih lebih menekankan pada narasi sejarah dan visualisasi arsitektur, sementara dimensi inderawi lainnya belum digarap maksimal sebagai daya tarik utama. Hal ini menimbulkan kesenjangan antara kekayaan sensory yang dimiliki Kotagede dengan praktik pengemasan wisata yang cenderung monodimensional.

Penelitian mengenai *walking tour* di Indonesia sejauh ini masih banyak berfokus pada infrastruktur, daya tarik budaya, rute wisata, dan manfaat ekonomi. Misalnya, Pramana & Mulyasari (2025) mengkaji *walking tour* Kotagede dalam perspektif *slow tourism*, sementara studi lain menekankan penguatan ekonomi lokal dan pelestarian budaya (Anugroho, 2017). Namun, kajian yang secara khusus menyoroti persepsi wisatawan terhadap *sensory experience* masih jarang dilakukan, padahal penelitian internasional menegaskan pentingnya dimensi sensorik dalam membentuk pengalaman wisata yang berkelanjutan (Agapito, Valle, & Mendes,

2014; Agapito, 2020). Di Kotagede, studi Cliffe (2024) sempat menyoroiti degradasi soundscape, tetapi belum ada penelitian komprehensif tentang pengalaman multisensory mulai dari suara, aroma, tekstur bangunan, hingga cita rasa kuliner dalam aktivitas *walking tour*.

Kondisi ini menunjukkan adanya gap penelitian, yakni keterhubungan *walking tour* dengan perspektif *sensory tourism* di kawasan *heritage* seperti Kotagede. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi memperkaya literatur pariwisata berbasis pengalaman dengan menempatkan dimensi sensorik sebagai variabel utama. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi komunitas dan penyelenggara *walking tour* untuk merancang paket wisata yang lebih imersif dan memorable, sekaligus mendukung strategi *experience-based tourism* dan *storynomic tourism*.

Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi wisatawan terhadap *sensory experience* dalam *walking tour* Kotagede, mengidentifikasi elemen inderawi paling dominan, serta mengungkap kesenjangan antara potensi multisensory dengan praktik pengemasan tur saat ini. Pada akhirnya, hasil penelitian diharapkan memberi rekomendasi pengembangan *walking tour* berbasis pengalaman inderawi yang mampu meningkatkan daya tarik, kepuasan, dan daya saing destinasi.

2. KAJIAN TEORITIS

Walking tour

Menurut UNWTO (2019), *walking tour* merupakan aktivitas wisata populer yang memberi peluang wisatawan untuk mengenal masyarakat lokal, budaya, dan alam secara lebih dekat, sekaligus berpotensi menjadi bentuk pariwisata berkelanjutan karena berdampak ekonomi dan sosial tanpa memerlukan investasi besar. *Walking tour* banyak dikaji sebagai wisata alternatif yang menggabungkan budaya, sejarah, dan keberlanjutan. Haq, Candra, dan Habibi (2024) melalui MlakU 01 menunjukkan bahwa *walking tour* berperan dalam pelestarian budaya sekaligus edukasi.

Dari sisi persepsi wisatawan, Ruts dan Budiarto (2019) menemukan bahwa kepuasan dan loyalitas dalam Food *Walking Tour* Jakarta dipengaruhi keterjangkauan harga, citra positif, dan kualitas pemandu. Sementara itu, Milojkovic et al. (2023) menegaskan pentingnya pemandu dalam *free walking tour* untuk menyeimbangkan kepuasan dan pelestarian. Annisa (2023) menambahkan bahwa berjalan kaki memungkinkan wisatawan mengeksplorasi destinasi melalui panca indera, menciptakan pengalaman otentik dengan biaya terjangkau. Lebih jauh, *walking tour* dapat dikembangkan sebagai strategi wisata perkotaan, antara lain melalui urban

walking tour untuk membentuk citra kota, *culinary walking tour* untuk mendukung ekonomi lokal, serta *heritage walking tour* untuk memperkuat apresiasi budaya.

Sensory Tourism dan Multisensory experience

Salah satu pendekatan yang semakin mendapat perhatian dalam literatur pariwisata adalah *sensory tourism*. Pancaindra adalah pintu masuk utama untuk membentuk persepsi dan pengalaman wisatawan. Sensasi yang ditangkap mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah menjadi dasar dari pengalaman sadar seseorang. Karena itu, aspek sensorik terbukti sangat penting dalam menciptakan keterlibatan, nilai, dan pengalaman wisata yang berkesan dibandingkan dengan aspek lainnya. Dalam konteks pariwisata, pendekatan ini dipopulerkan oleh Agapito, Valle, & Mendes (2014) yang menegaskan bahwa keterlibatan kelima indera tersebut dapat memperkaya persepsi wisatawan dan memperkuat memori pengalaman. menunjukkan bahwa dimensi sensorik memiliki peran penting dalam membangun pengalaman yang bermakna dan berkesan bagi wisatawan. Lebih lanjut, Guzel & Dortyol, 2016 Pengalaman sensorik terbukti tidak hanya memengaruhi persepsi saat berwisata, tetapi juga berdampak pada perilaku pasca-pengalaman seperti kepuasan, loyalitas, serta niat untuk merekomendasikan.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori di atas, dapat dipahami bahwa *walking tour* merupakan salah satu bentuk pariwisata berbasis pengalaman yang potensial untuk dikembangkan melalui pendekatan sensorik. Dalam konteks Kotagede, pengalaman wisatawan tidak hanya dibangun oleh narasi sejarah dan visual arsitektur, tetapi juga melalui elemen auditori, olfaktori, gustatori, dan taktil. Namun, kesenjangan masih terlihat antara potensi multisensori yang ada dengan praktik pengemasan wisata yang cenderung monodimensional. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan dimensi sensorik sebagai variabel utama dalam memahami pengalaman wisatawan pada *walking tour* Kotagede. Kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:

Walking tour → *Multisensory experience* → Persepsi & Memori Wisatawan

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami persepsi wisatawan terhadap *sensory experience* dalam kegiatan *walking tour* di Kotagede. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian terletak pada pengalaman subjektif wisatawan yang sulit diukur secara kuantitatif, sehingga diperlukan deskripsi yang mendalam dan kontekstual. Lokasi penelitian berada di Kota Yogyakarta, Provinsi D.I. Yogyakarta, dengan unit analisis

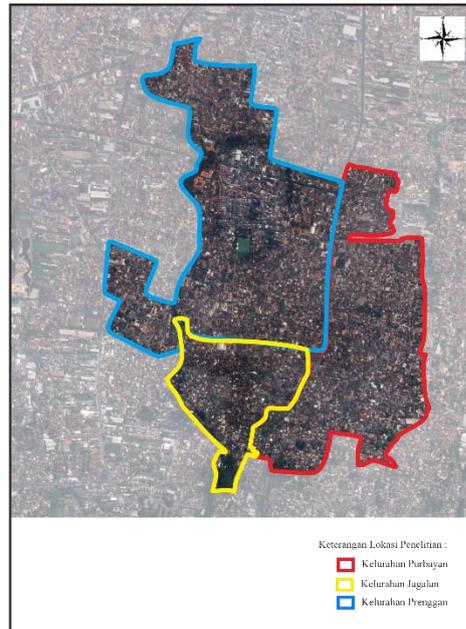
walking tour di kawasan Kotagede yang meliputi dua kecamatan, yakni Kotagede dan Banguntapan. Area penelitian mencakup tiga kelurahan, yaitu Purbayan, Jagalan, dan Prenggan. Ketiga wilayah tersebut termasuk dalam jalur *walking tour* yang umum digunakan penyelenggara karena memiliki keterkaitan sejarah, budaya, serta bangunan cagar budaya, sehingga menjadi rute favorit wisatawan sebagaimana terkonfirmasi melalui wawancara awal dengan pemandu tur.

Subjek penelitian adalah wisatawan yang mengikuti kegiatan *walking tour* di Kotagede. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) Wisatawan yang baru saja menyelesaikan *walking tour* sehingga pengalaman mereka masih segar untuk digali, dan (2) bersedia diwawancarai serta menceritakan pengalaman inderawi yang dirasakan. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 32 orang wisatawan sebagai sampel dalam tahap kualitatif penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu: (1) Wawancara mendalam dengan wisatawan peserta *walking tour* untuk menggali pengalaman inderawi meliputi visual, auditif, olfaktori, gustatori, dan taktil. (2) Observasi partisipatif, dengan peneliti turut mengikuti *walking tour* untuk mencatat secara langsung elemen-elemen sensorik yang muncul sepanjang perjalanan. (3) Dokumentasi, berupa catatan lapangan, foto, serta materi promosi *walking tour* sebagai data pendukung.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik melalui tahapan yang dikemukakan oleh Miles & Huberman (1994), meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (conclusion drawing/verification). Analisis diarahkan untuk menemukan pola-pola persepsi wisatawan terhadap *sensory experience*, sekaligus mengidentifikasi dimensi inderawi yang paling dominan dalam membentuk pengalaman wisata..

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kotagede, terletak di selatan Kota Yogyakarta, adalah destinasi wisata bersejarah dengan kekayaan budaya dan arsitektur tradisional. Sebagai pusat Kesultanan Mataram Islam, Kotagede dikenal dengan bangunan cagar budaya seperti masjid, makam, dan rumah tradisional, serta pasar yang hidup dengan atmosfer khas. Berjarak sekitar 5 km dari pusat Kota Yogyakarta, kawasan ini mudah diakses dan menarik bagi wisatawan.



Gambar 1. Lokasi Penelitian tersebar di 3 kelurahan

Sumber: Analisis Penulis (2025)

Penelitian ini fokus pada persepsi wisatawan terhadap pengalaman sensorik dalam *walking tour* di Kotagede, yang dilakukan antara Januari hingga Maret 2025. Lokasi penelitian mencakup tiga kelurahan utama dalam jalur tur: Purbayan, Jagalan, dan Prenggan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 32 wisatawan, observasi partisipatif, dan dokumentasi berupa catatan lapangan, foto, dan materi promosi. Teknik ini memastikan bahwa pengalaman yang digali relevan dan segar dalam ingatan wisatawan.

Pengalaman Visual

Hasil analisis menunjukkan bahwa elemen visual, terutama arsitektur tradisional dan struktur bangunan bersejarah, sangat mendominasi pengalaman peserta selama *walking tour*. Banyak peserta yang menyebutkan bahwa mereka sangat mengagumi keindahan arsitektur di sekitar masjid dan area "*Between Two Gates*."



Gambar 2. Gapura /gerbang masuk masjid di Kotagede, salah satu elemen visual yang menarik bagi wisatawan selama *walking tour*.

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Beberapa kutipan yang mendukung temuan ini antara lain:

"Masjid Gedhe Mataram dengan gapura pintu masuk yang ikonik sangat menarik dan berkesan." (R24)

"Saya sangat menyukai area 'Between Two Gates'. Tempatnya bersih, rapi, dan memiliki gaya arsitektur Jawa yang elegan serta terkesan mewah." (R2)

Dari kutipan di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar peserta merasa terkesan oleh visual bangunan yang masih terjaga kelestariannya, meskipun beberapa elemen sudah berusia lama. Hal ini menunjukkan bagaimana elemen historis dan estetika berperan penting dalam memperkaya pengalaman peserta. Terlebih lagi, gapura masjid yang ikonik menjadi titik fokus yang memberikan kesan mendalam bagi para peserta. Hasil ini sejalan dengan Luo & Zhang (2024) yang menunjukkan bahwa pengalaman visual tidak hanya memberikan stimulasi estetis, tetapi juga membentuk identitas tempat (*place identity*) melalui keterlibatan emosional dan ingatan kolektif. Dengan demikian, aspek visual dari pengalaman wisata menjadi faktor penting dalam memperkuat makna kunjungan dan keterikatan wisatawan terhadap destinasi

Pengalaman Suara (*Auditif*)

Suara lingkungan sekitar memiliki dampak besar terhadap pengalaman tur. Hasil analisis mengungkapkan dua jenis suara utama yang didengar oleh peserta: suara alam dan suara aktivitas pasar. Suara alam, seperti suara burung, memberikan kesan tenang dan nyaman, terutama di area yang lebih sepi seperti makam dan "*Between Two Gates*." Sebaliknya, suara

pasar yang lebih ramai seringkali dianggap sebagai bagian yang tak terpisahkan dari lingkungan yang kaya akan aktivitas sosial.

Beberapa kutipan yang mengungkapkan pengalaman suara adalah:

"Suara burung serasa menghidupkan suasana di area heritage yang cenderung sepi."

(R26)

"Suara pedagang menawarkan dagangannya di pasar sangat terasa, namun saya cukup menikmatinya." (R3)

Namun, ada juga pendapat yang menyatakan bahwa suara pasar bisa sedikit mengganggu, terutama di beberapa titik tertentu, namun hal ini dianggap sebagai hal yang wajar mengingat pasar adalah bagian integral dari kehidupan sehari-hari di Kota Gede. Lee & Choi (2020) juga mencatat bahwa elemen-elemen sensoris, seperti musik tradisional dan aroma, memberikan dampak yang signifikan terhadap pengalaman pengunjung di situs warisan budaya, yang mengonfirmasi hasil penelitian ini.

Pengalaman Sentuhan (*Taktil*)

Sentuhan pada objek atau bangunan memiliki makna khusus bagi peserta, yang melihatnya sebagai cara untuk menghubungkan diri dengan sejarah dan budaya lokal. Banyak responden yang mengingat pengalaman mereka menyentuh ukiran kayu, batu, dan elemen lainnya yang mencerminkan keaslian bangunan tersebut.



Gambar 3. Salah satu ukiran di tembok pakeliran Masjid di Kotagede, salah satu elemen sentuhan yang menarik bagi wisatawan selama *walking tour*.

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Kutipan yang mendukung temuan ini antara lain:

"*Saya sangat menyukai sentuhan pada ukiran kayu dan infrastruktur kuno selama walking tour. Berkesan kokoh dan padat.*" (R1)

"*Merasa tekstur batu yang kasar dan berlumut, membuatnya terasa sangat kuno dan bersejarah.*" (R12)

Elemen material bangunan, seperti batu yang berlumut dan ukiran kayu, memberikan pengalaman sensoris yang mendalam dan menambah kesan autentik pada kunjungan tersebut. Peserta merasa seakan-akan mereka bisa merasakan kehadiran sejarah dengan menyentuh langsung objek-objek bersejarah ini. Wang & Liu (2020) menemukan bahwa pengalaman visual dan sentuhan langsung dengan elemen-elemen warisan budaya meningkatkan kepuasan pengunjung dan memperkuat keterlibatan mereka dengan tempat tersebut.

Pengalaman Bau (*Olfaktori*)

Beberapa peserta mengidentifikasi bau yang khas selama *walking tour*, yang terkait erat dengan kuliner tradisional, rempah-rempah, serta aroma dupa yang sering tercium di sekitar tempat ibadah dan makam. Di sisi lain, ada juga bau yang kurang menyenangkan, seperti bau sampah yang terkadang tercium di beberapa area.

Beberapa kutipan yang menggambarkan pengalaman bau adalah:

"*Aroma rempah-rempah dari pasar tradisional memang menyegarkan, tapi kalau kelamaan saya enggak tahan.*" (R31)

"*Ada aroma dupa yang tercium di sendang dan kayu kuno di dalam Masjid Gedhe.*" (R13)

Secara umum, meskipun ada bau yang kurang menyenangkan dari sampah di beberapa titik, bau rempah-rempah dan dupa memberikan kesan yang kuat dan menambah kedalaman pengalaman sensoris peserta. Aroma ini bisa memberikan sensasi yang lebih mendalam terkait kearifan lokal dan keberagaman budaya yang ada di Kota Gede. Hasil ini sejalan dengan Rahman (2016) menyebutkan Indera penciuman atau *smellscape* berperan penting dalam pengalaman wisata heritage. Aroma pasar tradisional, makanan lokal, hingga atmosfer khas suatu destinasi berfungsi sebagai pemicu memori olfaktif yang memperkuat keterikatan emosional wisatawan terhadap tempat tersebut.

Pengalaman Rasa (*Gustatori*)

Meskipun banyak peserta yang tidak sempat mencicipi makanan selama *walking tour* dikarenakan beberapa penyelenggara tidak menyediakan sesi mencicipi makanan dan fokus ke narasi yang disampaikan, tetapi sebagian besar wisatawan tetap merasa puas dengan cita rasa kuliner lokal yang mereka coba setelah *tour*. Makanan seperti kipo, roti kembang waru, dan

legomoro menjadi highlight bagi beberapa responden. Pengalaman rasa yang mereka sebutkan menunjukkan bahwa kuliner adalah bagian yang sangat menonjol dari pengalaman mereka meskipun tidak dimasukkan dalam agenda tur.



Gambar 4. Kipo Salah satu makanan khas kotagede, salah satu elemen rasa yang menarik bagi wisatawan selama *walking tour*.

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Beberapa kutipan yang relevan adalah:

"Makanan yang saya coba setelah walking tour enak, terutama kipo dan roti kembang waru." (R9)

"Saya sempat makan cilok dan puas banget, meskipun saya lebih memilih makanannya setelah tur selesai." (R11)

Kuliner merupakan elemen yang dapat memperkaya pengalaman wisatawan setelah walking tour. Namun, kurangnya penjelasan maupun sesi khusus untuk mencicipi makanan lokal dalam tur masih menjadi catatan penting bagi pengembangan pengalaman di masa depan. Yang dan Zhang (2022) menegaskan bahwa kuliner lokal berperan signifikan dalam memperkaya pengalaman wisatawan sekaligus membangun ikatan emosional yang lebih kuat dengan destinasi. Sejalan dengan itu, Virginija dan Liorančaitė (2025) menyoroti bahwa rasa (taste) berfungsi sebagai simbol identitas budaya serta memberikan akses emosional terhadap budaya melalui kuliner tradisional dan narasi lokal.

Hasil analisis ini menggambarkan pengalaman sensoris yang sangat kaya dan beragam selama *walking tour* di Kota Gede. Elemen visual, seperti arsitektur tradisional, sangat berperan dalam menciptakan pengalaman yang mendalam. Suara dari pasar dan alam menjadi bagian yang tak terpisahkan, menciptakan kontras antara kesibukan pasar dan ketenangan di area

makam. Sentuhan pada objek-objek bersejarah, seperti batu dan kayu, memberikan pengalaman yang lebih konkret dan menghubungkan peserta dengan sejarah lokal.

Namun, ada juga tantangan terkait dengan pengelolaan bau, terutama bau sampah di beberapa titik yang bisa mengurangi kenyamanan. Kuliner lokal juga memainkan peran penting dalam pengalaman peserta, meskipun harus ada perbaikan dalam cara pengintegrasian dalam rute tur.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Su & Hsu (2021) yang menunjukkan bahwa pengalaman sensoris memainkan peran penting dalam pemilihan destinasi wisata, khususnya bagi wisatawan yang tertarik pada wisata budaya. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Kastenholz dan Costa (2019) juga menegaskan bahwa elemen sensoris berkontribusi dalam membentuk motivasi wisatawan serta pengalaman emosional mereka di situs budaya. Aroma lokal, suara tradisional, dan pengalaman visual terbukti memengaruhi kepuasan wisatawan sekaligus membantu menciptakan ikatan emosional dengan budaya setempat. Dalam konteks ini, *walking tour* di Kotagede mampu memberikan gambaran yang kuat mengenai keindahan, sejarah, dan kearifan lokal, meskipun masih terdapat ruang perbaikan, terutama dalam aspek pengelolaan lingkungan dan pengembangan pengalaman rasa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *sensory experience* memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan wisatawan dalam *walking tour* di Kotagede. Elemen penglihatan, sentuhan, dan suara menjadi faktor dominan yang menciptakan keterhubungan emosional wisatawan dengan lingkungan bersejarah, sementara elemen rasa dan bau masih kurang dioptimalkan dalam pengemasan tur. Temuan ini juga menyoroti adanya kesenjangan antara potensi multisensori Kotagede dengan praktik penyelenggaraan tur saat ini, terutama terkait keterbatasan interaksi kuliner, kebersihan lingkungan, dan variasi pengalaman suara. Oleh karena itu, pengembangan *walking tour* berbasis *sensory experience* perlu diarahkan pada peningkatan integrasi elemen inderawi secara holistik agar dapat memperkuat daya tarik, kepuasan, serta daya saing destinasi. Penelitian ini masih terbatas pada satu kawasan *heritage* dan jumlah responden tertentu, sehingga studi selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan lokasi maupun pendekatan metodologis, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang peran *sensory experience* dalam pariwisata berbasis pengalaman.

DAFTAR REFERENSI

- Agapito, D. (2020). The senses in tourism design: A bibliometric review. *Annals of Tourism Research*, 83, 102934. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102934>
- Agapito, D., Valle, P. O. D., & Mendes, J. (2014). The sensory dimension of tourist experiences: Capturing meaningful sensory-informed themes in Southwest Portugal. *Tourism Management*, 42, 224–237. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.011>
- Annisa, L. (2023). Walking tour sebagai strategi pengembangan wisata perkotaan. *Warta Pariwisata*, 21(1), 1–6. <https://doi.org/10.5614/wpar.2023.21.1.01>
- Anurogo, W., Lubis, M. Z., Antroni, C., & Dewanti, N. A. (2019). Cultural and heritage trail tourism: Strengthening local economy and culture resource conservation at Kotagede Yogyakarta. *Sampurasun: Interdisciplinary Journal of Indonesian Culture*, 5(2), 12–17. <https://doi.org/10.23969/sampurasun.v5i2.1217>
- Guzel, O., & Dortyol, T. (2016). Exploring the multi-sensory based memorable tourism experiences: A study of Adam & Eve Hotel in Turkey. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*, 2(4), 28–39. <https://doi.org/10.7172/2449-6634.jmcbem.2016.2.2>
- Haq, R. A., Candra, A., & Habibi, A. (2024). Walking tour impacts as cultural tourism: Mlaku 01. *Jurnal Ilmu Sosial*, 22(1). <http://jurnaldialektika.com/>
- Hidayah, N., Rahman, A., & Khalifah, Z. (2016). The role of sensory experiences in appreciating the cultural heritage attractions. [Conference paper/working paper]. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/323184765>
- Kastenholz, E., & Costa, C. (2019). Emotions, motivations and experiences in cultural tourism: The role of sensory experiences in heritage tourism. *Tourism Management*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). *Tren pariwisata 2024: Experience economy dan arah pengembangan pariwisata Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf. <https://www.kemenparekraf.go.id>
- Lee, S. H., & Choi, J. H. (2020). Exploring the sensory dimensions of cultural heritage tourism: The role of music and aroma. *International Journal of Tourism Research*, 22(3), 238–248. <https://doi.org/10.1002/jtr.2315>
- Luo, J., & Zhang, Y. (2024). Embodied power: How do museum tourists' sensory experiences affect place identity? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 60, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.02.004>
- Mediastika, C. E., Sudarsono, A. S., Utami, S. S., Setiawan, T., Mansell, J. G., Santosa, R. B., Wiratama, A., Yanti, R. J., & Cliffe, L. (2024). The sound heritage of Kotagede: The evolving soundscape of a living museum. *Built Heritage*, 8, Article 38. <https://doi.org/10.1186/s43238-024-00145-0>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.

- Milojkovic, D., Nikolic, M., & Milojkovic, H. (2023). Walking tourism management based on tourists' needs for indoor and outdoor activities in the function of sustainable local economic development. *Review of Socio-Economic Perspectives*, 8(2), 1–18. <https://doi.org/10.19275/RSEP152>
- Pramana, E. D., & Mulyasari, R. (2025). *Walking tour sebagai praktik slow tourism di Kotagede, Yogyakarta* (Unpublished undergraduate thesis). Universitas Gadjah Mada.
- Ruts, D., & Budiarto. (2019). Persepsi wisatawan pada pelaksanaan food walking tour Jakarta.
- Su, Y., & Hsu, M. (2021). The role of sensory experiences in heritage tourism: A case study of a cultural heritage destination in China. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(2), 117–132. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1840497>
- Virginija, J., & Aušra Liorančaitė, Š. (2025). Taste as identity: The role of culinary heritage in Lithuanian tourism experiences. *Global Journal of Tourism Leisure & Hospitality Management*, 2(5), 555598. <https://doi.org/10.19080/GJTLH.2025.02.555598>
- Wang, Y., & Liu, Q. (2020). Sensory engagement and emotional connection in cultural tourism: A study of the impact of sensory experiences on visitor satisfaction. *Journal of Travel Research*, 59(1), 90–101. <https://doi.org/10.1177/0047287519872762>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *Walking tourism – Promoting regional development: Executive summary*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284420520>
- Yang, F., & Zhang, L. (2022). Culinary tourism as a sensory experience: How food influences tourist satisfaction in heritage tourism destinations. *Tourism Geographies*, 24(1), 89–110. <https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1994292>