

## PENERAPAN ARSITEKTUR HUMANISME DALAM PERANCANGAN PASAR KULINER DI KOTA BANJARNEGARA

Nurul Ichsan, Desrina Ratriningsih

Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Teknologi Yogyakarta  
sembilansan@gmail.com

### Abstrak

Banjarnegara adalah salah satu kabupaten di provinsi Jawa Tengah yang beribukota di Banjarnegara. Salah satu yang terkenal dari Banjarnegara adalah kulinernya. Banyak pedagang kaki lima berjualan di pinggir-pinggir jalan yang lambat laun mengakibatkan terganggunya lalu lintas. Alun-alun Banjarnegara ini terbilang cukup ramai, dengan adanya *Car Free Day* pada setiap hari Minggu sehingga jumlah pedagang kaki lima yang berjualan di area sekitar Alun-alun Banjarnegara semakin bertambah. Pasar Kuliner adalah sebuah pusat wisata makanan yang terdiri dari gerai-gerai (*counters*) makanan yang menawarkan aneka menu yang variatif. Ide perancangan Pasar Kuliner ini diharapkan dapat memberikan wadah yang aman dan nyaman bagi pedagang dan pembeli, serta mengatasi masalah kepadatan lalu lintas di jalan Alun-Alun Kota Banjarnegara. Pendekatan konsep "Arsitektur Humanisme", didasarkan pada kebutuhan dasar manusia dalam hal ini, pedagang, pengelola, dan pengunjung atau pembeli. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif, dilaksanakan dengan mengumpulkan kemudian melakukan analisa data untuk memperoleh konsep perencanaan dan perancangan. Metode perencanaan meliputi studi pustaka, observasi lapangan untuk mengetahui tapak eksisting, studi banding dan analisis berdasarkan teori-teori arsitektur humanis, yang kemudian digunakan sebagai solusi perancangan dalam desain.

**Kata kunci:** banjarnegara, arsitektur humanisme, pasar kuliner, redesain

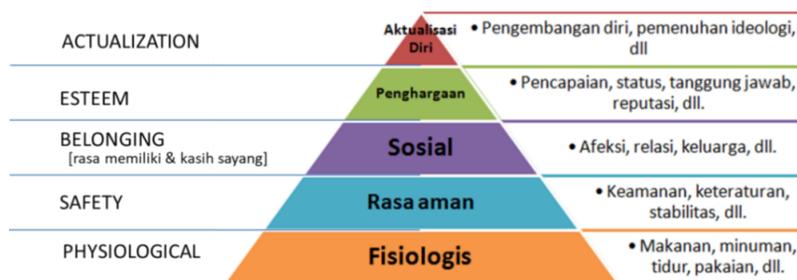
### 1. PENDAHULUAN

Banjarnegara adalah salah satu kabupaten di provinsi Jawa Tengah yang beribukota di Banjarnegara. Salah satu yang terkenal dari Banjarnegara adalah kulinernya. Kuliner di Banjarnegara antara lain buntil, jenang salak, kripik jamur dieng dan minuman tradisional dawet ayu. Diantara kuliner khas tersebut, yang telah berhasil menasional adalah Dawet Ayu. Dawet Ayu khas Banjarnegara ini minuman yang terdiri dari santan, air gula jawa atau juruh dan isinya dawet yang terbuat dari tepung beras dan tepung beras ketan. Pada area pusat kota, khususnya di Jalan Alun-Alun, banyak ditemukan pedagang kaki lima atau PKL yang berjualan. Jalan Alun-alun Banjarnegara ini terbilang cukup ramai, dengan adanya *Car Free Day* pada setiap hari Minggu sehingga jumlah pedagang kaki lima yang berjualan di area sekitar Alun-alun Banjarnegara semakin bertambah. Ramainya pedagang Kali Lima yang berjualan lambat laun menyebabkan kemacetan dan terganggunya lalu lintas.

Pada masa sekarang, kuliner khas Banjarnegara perlu untuk diperkenalkan kepada masyarakat luas, khususnya untuk mereka yang kebetulan berkunjung atau hanya sekedar singgah di Kota Banjarnegara. Dengan adanya kebutuhan ini dirancanglah sebuah fasilitas yang berfungsi selain untuk memperkenalkan kuliner Kota Banjarnegara juga sebagai wadah para pedagang kaki lima untuk berjualan. Potensi pedagang kaki lima yang ada dapat dimanfaatkan menjadi *culinary area* dengan dilakukan penataan (Ratriningsih, 2017).

Secara umum Pasar Kuliner dapat dideskripsikan menjadi, pasar adalah tempat orang melakukan kegiatan jual beli (KBBI, 2019), sedangkan kuliner adalah sesuatu yang biasa digunakan untuk merujuk pada pada hal yang berhubungan dengan memasak atau produk makanan yang siap dihidangkan melalui proses kegiatan memasak (Fadhila, 2015). Dijelaskan pula oleh Fadhila (2015) bahwa karakteristik fisik dari produk makanan dan minuman antara lain : kualitas, cara penyajian, susunan menu, porsi makanan, dekorasi ruang maupun pengaturan meja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pasar kuliner adalah sebuah tempat dimana orang berjual beli, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa, dalam hal ini berhubungan dengan masak-memasak, yaitu kuliner. Perancangan Pasar Kuliner Banjarnegara tidak hanya menyediakan makanan dan minuman namun juga suasana lingkungan yang dijadikan objek tujuan wisata.

Proses perancangan Pasar Kuliner Banjarnegara ini mengambil pendekatan arsitektur humanisme yaitu suatu gagasan yang mengkaitkan dengan teori dari *Abraham Maslow* tentang lima kebutuhan dasar manusia (*Human Needs*). Melalui desain Pasar Kuliner Banjarnegara ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna, dari sisi *psikologis, safety, belonging, esteem* dan *actualization* sekaligus sebagai fasilitas-fasilitas yang dapat menunjang segala kegiatan dan aktifitas wisata di Kota Banjarnegara serta mampu menjadi tempat berkesan bagi para pengunjung yang datang dengan adanya Pasar Kuliner



Gambar 1  
Hirarki Kebutuhan Manusia Abraham Maslow

Sumber : Lang, 1987

Masih menurut Lang, 1987 , Arsitektur Humanis juga dapat dideskripsikan juga sebagai berikut :

Tabel 1  
Analisis *Human Needs* Jon Lang

PHYSIOLOGICAL	Perlindungan (Shelter), Acces to Service
SAFETY	Orientation, Privacy, Teritoriality
BELONGING	Communal Setting, Symbolic Aesthetic, Acces to Service
ESTEEM	Personalization, Symbolic Aesthetic,
ACTUALIZATION	Choice , Development Opportunities

Sumber: Lang, 1987

Dari teori Human Needs Abraham Maslow dan Jon Lang dapat disimpulkan dalam kerangka konsep sebagai berikut :

1. Kebutuhan Fisiologis (*physiological needs*)

Merupakan kebutuhan dasar dalam hirarkhi. Kebutuhan untuk bertahan hidup, seperti adanya udara, makanan dan tempat untuk berlindung. (Lang, 1994)

2. Kebutuhan Rasa Aman (*safety needs*)

Kebutuhan akan keselamatan yang terkait dengan faktor *human needs* yang lain, paling utama terkait dengan Psychological Needs. Secara psikis, jika berada di suatu tempat, manusia harus merasa aman dari berbagai macam gangguan fisik yang bisa bersumber dari faktor alam, seperti bencana alam. Elemen manusia, seperti kejahatan maupun dari faktor lingkungan sekitar kita, seperti kondisi lalu lintas yang padat, atau yakin bahwa manusia berada di suatu bangunan yang kokoh secara struktur dan konstruksi. Manusia juga perlu secara psikologis aman, memiliki kendali atas lingkungan, untuk mengetahui di mana mereka berada di ruang dan waktu, agar tidak hilang secara sosial atau fisik. Selain itu, ada kebutuhan untuk privasi dari kecaman untuk melakukan berbagai kegiatan dan untuk mengembangkan kepercayaan diri. (Lang, 1994)

Dalam memenuhi kebutuhan keselamatan pengguna, perancangan Pasar Kuliner juga harus memenuhi beberapa kriteria bangunan publik, diantaranya harus : *Responsive*, yang berarti ruang publik terencana & terkelola untuk memenuhi kebutuhan pengguna. *Democratic*, melindungi hak-hak kelompok pengguna, dimiliki bersama, tempat manusia belajar hidup bersama. *Meaningful*, yang menjadikan orang/pengguna terhubung kuat dengan tempat tersebut, dengan kehidupan pribadinya dan dengan dunia yang lebih luas dalam konteks fisik & sosial. (Ratriningsih, 2017).

Selain itu, dalam pemenuhan rasa aman juga sangat terkait dengan unsur *privacy* dan teritori. *Privacy* adalah kemampuan individu atau kelompok untuk mengontrol interaksi dengan individu/kelompok lain secara visual, audial, dan bau (Lang, 1987). Privasi pada dasarnya merupakan konsep yang terdiri atas proses 3 dimensi. Pertama, privasi merupakan proses pengontrolan *boundary*. Artinya, pelanggaran terhadap *boundary* ini merupakan pelanggaran terhadap privasi seseorang. Kedua, privasi dilakukan dalam upaya memperoleh optimalisasi. Seseorang menyendiri bukan berarti ia ingin menghindarkan diri dari kehadiran orang lain atau keramaian, tetapi lebih merupakan suatu kebutuhan untuk mencapai tujuan tertentu. Ketiga, privasi merupakan proses multi mekanisme. Artinya, ada banyak cara yang dilakukan orang untuk memperoleh privasi, baik melalui ruang personal, teritorial, komunikasi verbal, dan komunikasi non-verbal. (Gifford dalam Helmi, 1999).

Ruang personal adalah ruang di sekeliling individu, yang selalu di bawa kemana saja orang pergi, dan orang akan merasa terganggu jika ruang tersebut diinterferensi. (Gifford dalam Helmi, 1999). Dalam penataan sebuah ruang, diperlukan jarak yang sesuai dengan konsep ruang yang diinginkan atau yang disebut *proxemics*.

Menurut Lang, 1987, teritori berupa ruang (*space*) dimana seseorang atau kelompok menggunakan dan mempertahankannya sebagai batas yang eksklusif. Teritori berfungsi sebagai tatanan tempat yang memenuhi privasi melalui kontrol teritori menjadi penting untuk pemenuhan Kebutuhan Dasar Manusia (Human Needs). Terdapat karakteristik teritori, antara lain: kepemilikan

atau hak atas tempat, penandaan area, hak pertahanan melawan gangguan, dan fungsi pemenuhan kebutuhan fisik hingga kebutuhan kognitif & estetis.

### 3. Kebutuhan Rasa Memiliki (*belonging needs*)

Kebutuhan ini menekankan pada kebutuhan manusia untuk mencintai dan dicintai serta saling memiliki sebagai sesama manusia. Rasa mencintai dan memiliki mencakup aspek yang luas, dapat berupa perhatian, kedekatan, kebutuhan diterima, dan diantara teman-temannya. (Hariyono, 2014).

### 4. Kebutuhan akan Harga Diri (*esteem needs*)

Ada dua macam kebutuhan akan harga diri. Pertama, adalah kebutuhan-kebutuhan akan kekuatan, penguasaan, kompetensi, percaya diri, dan kemandirian. Sedangkan yang kedua adalah kebutuhan akan penghargaan dari orang lain, status, ketenaran, dominasi, kebanggaan, dianggap penting dan apresiasi dari orang lain. (Hariyono, 2014).

### 5. Kebutuhan Aktualisasi Diri (*self actualization*)

Kebutuhan ini mengarah pada keinginan seseorang untuk mengembangkan kapasitas kerjanya dengan baik yang seringkali nampak pada hal-hal yang sesuai untuk mencapai citra dan cita diri seseorang. Motivasi kerja sangat diperlukan dalam kemampuan manajemen untuk dapat mensinkronasikan antara cita diri dan cita organisasi untuk dapat melahirkan hasil produktivitas organisasi yang lebih baik. (Hariyono, 2014).

## 2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif, dilaksanakan dengan mengumpulkan kemudian melakukan analisa data untuk memperoleh konsep perencanaan dan perancangan. Metode perencanaan meliputi studi pustaka, observasi lapangan untuk mengetahui tapak eksisting, studi banding dan analisis berdasarkan teori-teori arsitektur humanis. Metode perancangan berbasis arsitektur humanis serta menggunakan metode pemodelan baik model konseptual dan model fisik.



Gambar 2

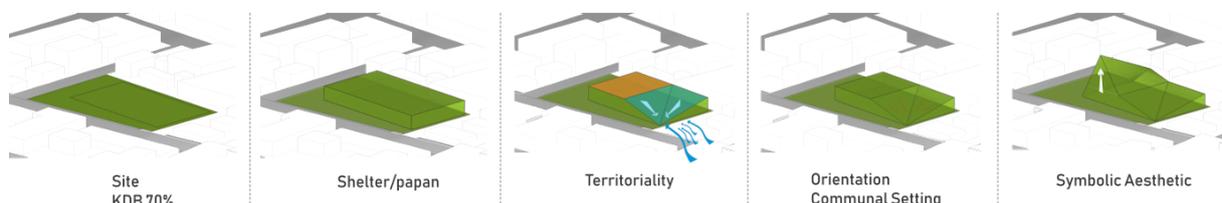
Peta lokasi Pasar Kuliner Banjarnegara

Sumber : Google Earth, diolah penulis, 2018

Lokasi Site berada pada pusat kota Banjarnegara yang terdapat fasilitas pendukung seperti hotel, terminal, serta lokasi site yang tepat pada jalan utama yaitu Jl. Raya Brengkrok Banjarnegara. Site ini memiliki luasan 0.8 Ha, dekat dengan alun-alun kota Banjarnegara. Potensi yang dimiliki site ini adalah letak site yang berada di pusat kota dimana untuk para pengunjung dengan mudah mencapainya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Konsep Gubahan Massa

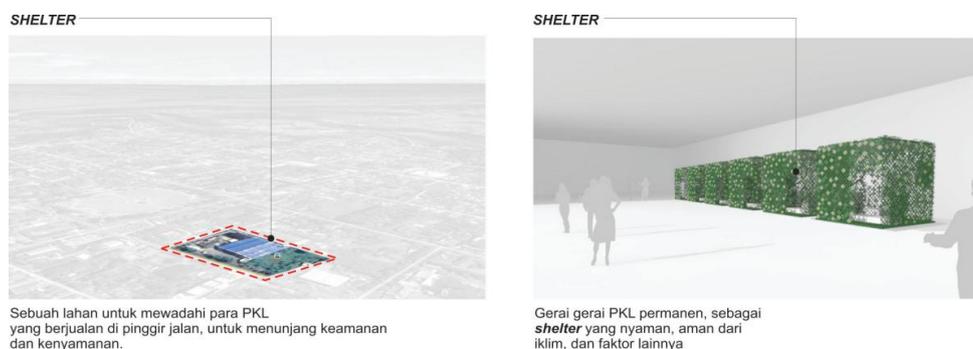


Gambar 3  
Proses Desain Massa Bangunan Pasar Kuliner

Proses Desain massa bangunan Pasar Kuliner dilakukan sesuai dengan fungsi dan zona bangunan yang telah ditentukan, dari zona utama, zona servis, dan zona pendukung, serta mengaitkan dengan teori *Abraham Maslow* dan *John Lang* tentang lima kebutuhan dasar manusia (*Human Needs*). Dari tersedianya lahan atau tempat untuk perancangan pasar kuliner dan hasil perancangan berupa bangunan yang bertujuan untuk memfasilitasi para Pedangang Kaki Lima untuk berdagang dengan tempat yang nyaman, aman, serta lengkap dengan fasilitas publik bersama, dan juga membuka peluang wisata kuliner di Banjarnegara dengan desain bangunan yang memiliki citra berbeda dari bangunan di sekitarnya, menjadikan sebagai estetika simbolik.

#### 1. *Physiological Needs (Shelter, Acces to Service)*

Perancangan pasar kuliner, Pedagang Kaki Lima sudah memiliki shelter permanen untuk berdagang, sehingga terhindar dari hujan, panas secara langsung. Shelter atau gerai untuk pedagang kaki lima juga di desain sesuai dengan standar.



Sebuah lahan untuk mewedahi para PKL yang berjualan di pinggir jalan, untuk menunjang keamanan dan kenyamanan.

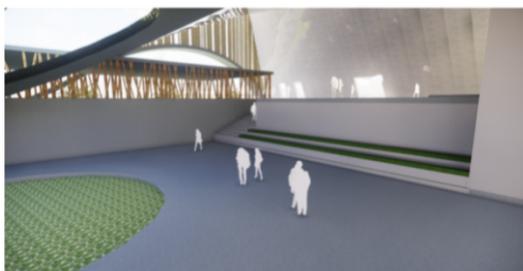
Gerai gerai PKL permanen, sebagai shelter yang nyaman, aman dari iklim, dan faktor lainnya

Gambar 4  
Penerapan *Physiological Needs* pada desain Pasar Kuliner

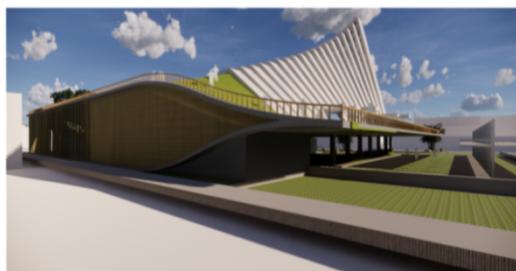


**Gambar 5**  
**Visualisasi Interior Pasar Kuliner**

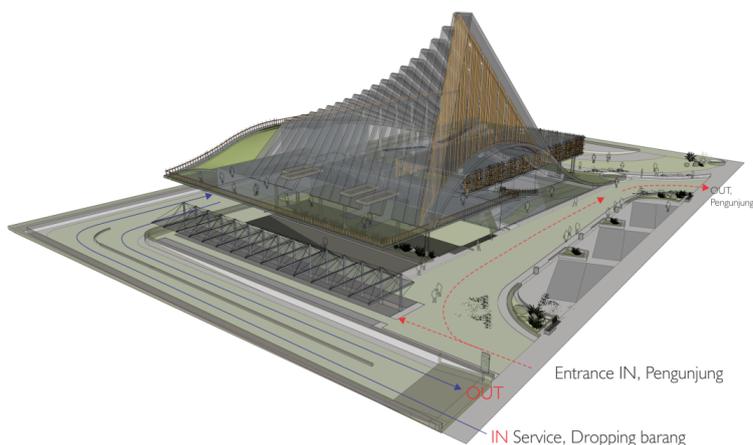
*Acces to Service* , memisahkan akses pengunjung dengan kegiatan servis sehingga pengunjung tidak akan terganggu dengan aktifitas sirkulasi dropping barang.



Akses service, pelayanan terhadap pengunjung, dengan elevasi lantai yang berbeda.



Akses service barang, terpisah dengan akses pengunjung, dari loading dock menuju gudang dan gerai PKL, dengan menggunakan lif barang.



**Gambar 6**  
**Penerapan *Acces to Service* pada desain Pasar Kuliner**

Kebutuhan paling mendasar dalam penerapan desain pasar kuliner Banjarnegara, yaitu kebutuhan fisiologis. Pangan, papan, sebagai faktor penting dalam hal ini. Dengan adanya pasar kuliner disini dapat memenuhi kebutuhan pangan untuk manusia, serta papan yang permanen sebagai tempat untuk memfasilitasi para PKL yang berdagang di pinggir jalan.

## 2. Safety Needs (Orientation, Privacy, Territoriality)

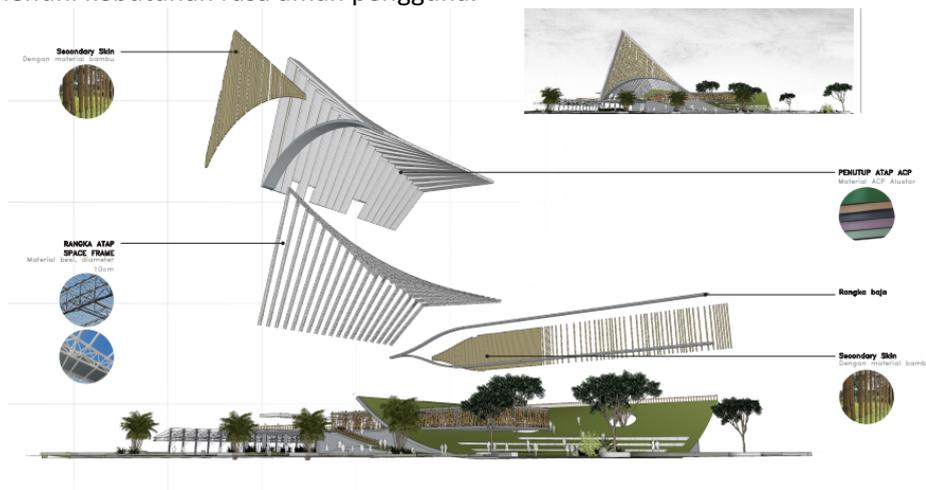
Kebutuhan ini menekankan pada rasa aman, tenang, dan jaminan seseorang dalam melakukan aktifitas. Secara psikis, pengunjung Pasar Kuliner merasa aman dari berbagai macam gangguan fisik yang bisa bersumber dari faktor alam, seperti panas, hujan dan angin. Penerapan desain Pasar Kuliner tetap memanfaatkan cahaya matahari dan angin sebagai pencahayaan dan penghawaan langsung tetapi masih nyaman di dalam ruangan serta terhindar dari hujan.



Gambar 7

### Penerapan Safety Needs pada desain Pasar Kuliner

Perancangan Pasar Kuliner menggunakan konstruksi bentang lebar supaya dapat memenuhi seluruh kebutuhan pengguna. Rangka *space frame* digunakan pada desain dengan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan rasa aman pengguna.

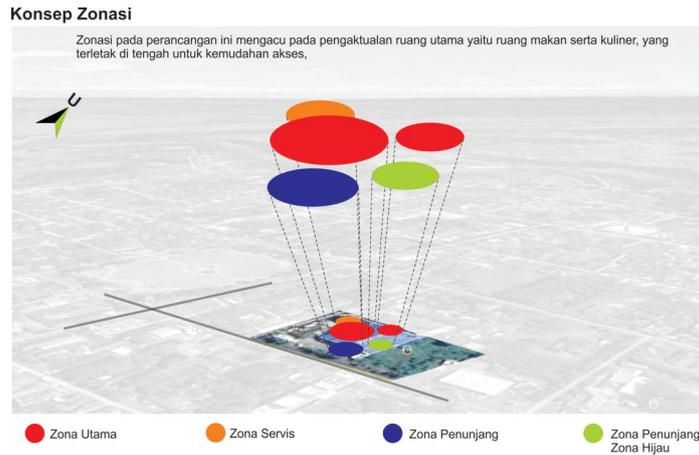


Gambar 8

### Penerapan Struktur dan Material pada Bangunan

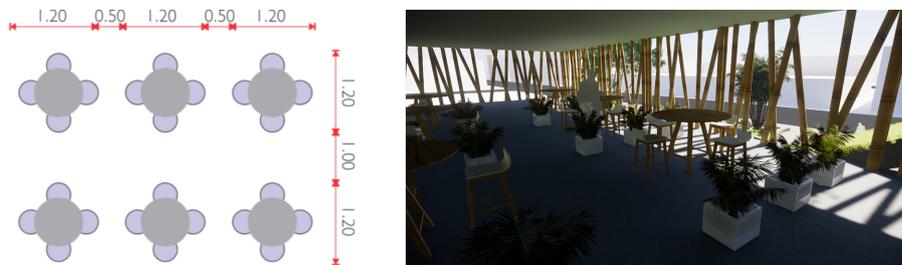
### Privacy dan Teritori

Perancangan Pasar kuliner berada Jl. Raya Brengkok Banjarnegara. Dengan batas yang jelas dari lingkungan sekitar untuk memperkuat teritori. Pembagian Zonasi ruang dirancang agar dapat memberi batas antar pengguna, baik itu pengunjung yang akan makan, pedagang kaki lima maupun pengelola.



**Gambar 9**  
Penerapan zonasi ruang

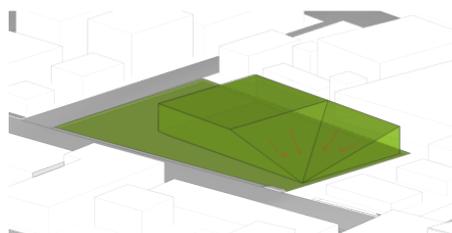
Desain ruang makan Pasar Kuliner mengelompok membentuk kelompok kecil yang mengakibatkan privasi setiap kelompok terbentuk. Terdapat jarak yang sesuai antara area makan dengan ruang servis atau pelayan. Setiap area makan yang harus memiliki standar dalam penataannya, agar dapat membuat *privacy* pengunjung terjaga, seperti pada ruang *meeting* yang dibatasi dengan dinding partisi kayu yang fleksibel untuk membatasi dengan ruang makan pengunjung agar *privacy* dalam ruang *meeting* lebih terjaga.



**Gambar 10**  
Penerapan *privacy* pada layout ruang makan Pasar Kuliner

### 3. *Belonging Needs* (Communal Setting, Symbolic Aesthetic)

Massa bangunan yang memiliki sisi miring pada arah timur, agar dapat berorientasi menghadap area *communal setting* pada sisi sebelah timur yang berupa ruang terbuka dengan fasilitas panggung pertunjukan dimana sebagai view positif buatan pada bangunan.



Communal setting, sebagai ruang publik untuk menunjang kebutuhan akan rasa cinta.



Communal setting dengan kesan yang menarik, serta sense of belonging, terbuka untuk semua.

**Gambar 11**  
Penerapan *Belonging Needs*

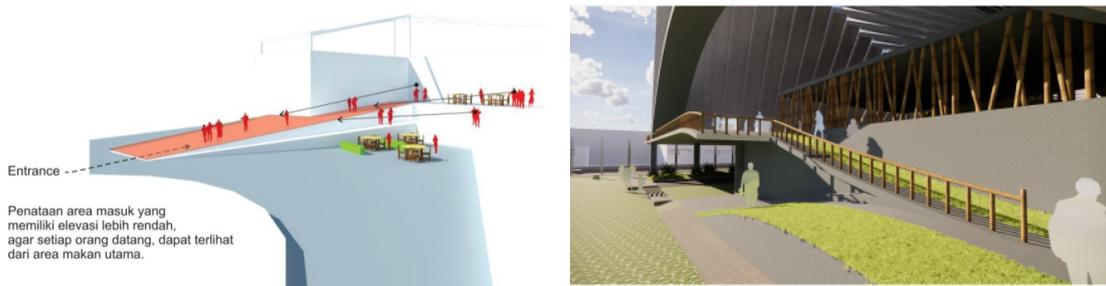


**Gambar 12**  
**Area Publik Communal Setting**

Sebuah area publik terbuka sebagai tempat untuk menciptakan suatu *Communal Setting* yang memiliki *ambience* menarik, serta *sense of belonging*, rasa memiliki, terbuka untuk semua yang datang mengunjungi pasar kuliner. Pengunjung dapat menikmati suasana lingkungan sekitar dengan sesama, saling mengenal berinteraksi tanpa suatu halangan, dimana setiap orang bebas menikmatinya.

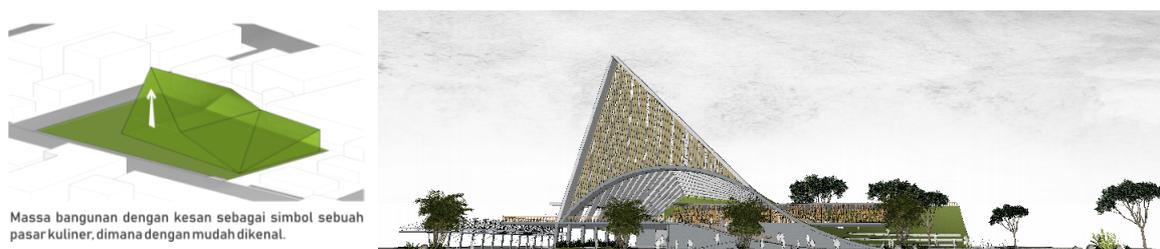
#### 4. *Esteem Needs (Personalization, Symbolic Aesthetic)*

Pada penerapan disini, membuat suatu ruang yang dapat mempengaruhi setiap orang agar memunculkan harga diri orang tersebut dengan peletakan *entrance* yang terbuka serta elevasi lantai yang berbeda.



**Gambar 13**  
**Penerapan Esteem Needs**

Bentuk bangunanpun sangat menonjol dibandingkan dengan bentuk bangunan-bangunan di sekitar, agar dapat menjadi bangunan yang simbolik di kawasan ini.



**Gambar 14**  
**Konsep dan Tampak Fasad Bangunan**

### 5. *Self Actualization Needs* (Choice, Development Opportunities)

Pada penerapan ini desain mengarah pada bentuk massa bangunan dan tampilan fasad bangunan yang menarik perhatian masyarakat, dan juga bangunan lebih menonjol dari bangunan di sekitarnya, serta memunculkan citra dari bangunan pasar kuliner ini. Selain menarik perhatian pengunjung, juga bertujuan untuk mengembangkan peluang kuliner yang ada di Banjarnegara dengan adanya PKL yang berjualan, serta peluang untuk wisatanya.



**Gambar 14**  
**Penerapan *Self Actualization Needs***



**Gambar 15**  
**Perspektif Bangunan Mata Manusia**

Sebagaimana mestinya dalam mendesain sebuah bangunan pasar kuliner, yang harus memperhitungkan pengelolaan ruang dan sarana prasarana yang memadai bagi para pengunjung yang datang, sehingga dapat menunjang kegiatan dalam sebuah wadah atau pusat yang menyediakan segala sesuatu makanan khas daerah dengan pendekatan arsitektur humanisme pada bangunan.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pembahasan mengenai penerapan arsitektur humanis, yaitu berkaitan dengan teori dari *Abraham Maslow* tentang lima kebutuhan dasar manusia (*human needs*), serta penjabaran teori dari *John Lang*, yaitu kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), kebutuhan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan rasa memiliki (*belonging needs*), kebutuhan akan harga diri (*esteem needs*), dan kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*), antara lain:

**Tabel 2**  
Penerapan Arsitektur Humanis dalam perancangan Pasar Kuliner

Arsitektur Humanis		Pencapaian Desain
<i>Physiological Needs</i>	<i>Shelter</i>	Shelter permanen untuk berdagang Pedagang Kaki Lima Desain standar untuk shelter Pedangang Kaki Lima
	<i>Acces to Service</i>	Akses sirkulasi yang membedakan zona untuk pelayanan, pengunjung, <i>service loading dock</i> dengan perbedaan material, warna, serta dapat menggunakan furniture.
<i>Safety Needs</i>	<i>Orientation</i>	Desain bangunan pasar kuliner aman dari angin dan hujan tetapi tetap memanfaatkan cahaya dan angin alami
	<i>Privacy</i>	terdapat ruang khusus untuk aktivitas tertentu, yaitu <i>Ruang meeting</i>
		jarak dan standar ruang makan (era makan yang berkelompok) dengan area servis
<i>Territoriality</i>	pembatas area atau lahan yang jelas terdahap bangunan sekitar. pemisahan zonasi ruang publik, privat, servis	
<i>Belonging Needs</i>	<i>Communal Setting</i>	Ruang publik dengan media untuk para pengunjung mengungkapkan rasa afeksi dan perhatian diantara sesama manusia.
	<i>Symbolic Aesthetic</i>	Sebuah ruang yang memiliki kesan rasa memiliki/ <i>sense of belonging</i> dimana setiap pengguna dapat saling memiliki.
<i>Esteem Needs</i>	<i>Personalization</i>	Layout penataan ruang yang dapat memperlihatkan harga diri seseorang ketika masuk dalam bangunan, seperti sebuah ramp pada area <i>entrance</i> bangunan.
	<i>Symbolic Aesthetic</i>	Sebuah ruang yang memiliki kesan rasa memiliki/ <i>sense of belonging</i> dimana setiap pengguna dapat saling memiliki.

<i>Self Actualization Needs</i>	<i>Choice</i>	Pemilihan sasaran pengunjung dengan melihat konteks sekitar yang dapat mempengaruhi tampilan bangunan untuk memunculkan citra dari bangunan ini.
	<i>Development Opportunity</i>	Potensi kuliner banjarnegara dengan banyaknya PKL dapat dikembangkan dengan sebuah wisata kuliner berupa pasar kuliner.

Penerapan teori-teori tersebut pada Perancangan Pasar Kuliner Banjarnegara diharapkan dapat menyelesaikan persoalan untuk memenuhi kebutuhan, baik pedagang kaki lima yang berjualan maupun pengunjung, sehingga dapat menjadi wadah untuk berjualan ditempat yang aman, nyaman, dan permanen serta dapat menunjang segala kegiatan dan aktifitas wisata di kota Banjarnegara, dan juga menjadi tempat yang berkesan bagi para pengunjung yang datang dengan adanya Pasar Kuliner yang menyajikan kuliner khas kota Banjarnegara.

#### REFERENSI

- Fadhila, Haris. (2016). *Pasar Kuliner, Seni dan Kerajinan di Kota Magelang dengan penekanan arsitektur Kontemporer*. Laporan Tugas Akhir Universitas Negeri Semarang, 2016
- Hariyono, Paulus. (2014). *Arsitektur Humanistic Menurut Teori Maslow*. Prosiding SNST ke-5 Tahun 2014
- Helmi, Avin Fadilla. (1999). *Beberapa Teori Psikologi Lingkungan*. Buletin Psikologi, Tahun VII, No. 2 Desember 1999
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) , <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses tahun 2018
- Lang, Jon (1987), *Creating Architectural Theory, The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design*, New York: Van Nostrand Reinhold Company
- Lang, Jon (1994) , *Urban Design : The American Experience*, New York: Van Nostrand Reinhold Company
- Ratriningsih, Desrina. (2017). *Arahan Penataan Kampung Tradisional Wisata Batik Kauman Surakarta*. *INERSIA*, Vol. XIII No. 2, Desember 2017