

# REVITALISASI TAMAN HARMONI UNTUK MENARIK KUNJUNGAN WISATAWAN

## *Revitalization Of Taman Harmoni To Attract Tourist Visits*

GABRIEL BRILLIANTANTI

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut  
Madya, Gunung Anyar, Kec. Gunung Anyar, Surabaya, Indonesia, 60294.  
Program Studi Pariwisata, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa  
Timur, Surabaya, Indonesia, 60294

\*email korespondensi: [gabrielbrillian10@gmail.com](mailto:gabrielbrillian10@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study analyzes the effectiveness of physical revitalization at Taman Harmoni Surabaya (former Keputih landfill) in transforming its destination image and enhancing its urban eco-tourism appeal. Using a descriptive qualitative method, data was collected through interviews, observation, and documentation from 3 purposively sampled informants (individuals familiar with the area's history and first-time visitors). The results indicate that landscape transformation through aesthetic elements, such as Tabebuia trees and flower gardens, effectively eliminates past negative stigmas. This physical optimization successfully establishes Taman Harmoni as a healthy, sustainable public space, acting as a determining factor in increasing tourist visits.*

**Keywords:** *Tourist Visit Interest, Land Revitalization, Taman Harmoni Surabaya, Urban Eco-tourism.*

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis efektivitas revitalisasi fisik Taman Harmoni Surabaya (eks-TPA Keputih) dalam mengubah citra destinasi dan meningkatkan daya tarik urban eco-tourism. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 3 informan yang dipilih secara *purposive sampling* (informan yang memahami sejarah kawasan dan pengunjung baru). Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi lanskap melalui penambahan elemen estetis, seperti pohon Tabebuia dan taman bunga, efektif menghapus stigma negatif masa lalu. Optimalisasi fisik ini berhasil menjadikan Taman Harmoni sebagai ruang publik yang sehat dan berkelanjutan, sekaligus menjadi faktor penentu dalam meningkatkan volume kunjungan wisatawan.

**Kata kunci:** *Minat Kunjung Wisatawan, Revitalisasi Lahan, Taman Harmoni Surabaya, Urban Eco-tourism.*

## PENDAHULUAN

Taman Harmoni Surabaya merupakan salah satu destinasi wisata perkotaan yang lahir dari proses transformasi radikal lahan bekas Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Keputih yang beroperasi hingga tahun 2001. Revitalisasi lahan eks-TPA menjadi ruang terbuka hijau yang estetik dan fungsional merupakan langkah strategis Pemerintah Kota Surabaya dalam mewujudkan kota yang berkelanjutan sekaligus mendukung pengembangan sektor pariwisata berbasis lingkungan. Keberhasilan fisik transformasi ini menjadikan Taman Harmoni sebagai ikon *urban eco-tourism* yang menawarkan perpaduan antara keasrian alam, nilai edukatif, dan estetika visual yang tinggi. Namun, pertanyaan mendasar yang perlu dijawab adalah apakah keberhasilan revitalisasi fisik tersebut benar-benar mampu menarik dan mempertahankan minat kunjung wisatawan secara konsisten dalam jangka panjang.

Fenomena *urban eco-tourism* semakin relevan di tengah meningkatnya kebutuhan masyarakat kota akan ruang hijau yang dapat berfungsi sebagai tempat pemulihan mental dan rekreasi sehari-hari. Pergeseran preferensi wisatawan dari destinasi buatan menuju ruang terbuka berbasis alam menjadi tren yang kuat di berbagai kota besar dunia, termasuk Indonesia (Le Hong & Hsu 2022). Taman Harmoni hadir sebagai respons atas tren ini sekaligus sebagai bukti bahwa lahan yang sebelumnya dianggap tidak produktif dan bahkan negatif bagi citra kota dapat dikonversi menjadi aset pariwisata yang bernilai tinggi. Transformasi semacam ini sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan yang mendorong kota-kota untuk menciptakan ruang terbuka yang meningkatkan kualitas hidup warganya.

Namun, revitalisasi fisik suatu lokasi tidak secara otomatis menjamin minat kunjung wisatawan yang stabil. Lupton dkk. (2023) menunjukkan bahwa destinasi

berbasis ruang terbuka hijau yang memiliki nilai estetika visual tinggi atau “*Instagramable*” mencatat tingkat retensi pengunjung yang lebih baik dibandingkan destinasi konvensional. Taman Harmoni memiliki sejumlah daya tarik visual unggulan antara lain pohon Tabebuia yang mekar menyerupai sakura, hutan bambu, serta penataan tanaman berdasarkan warna dan jenis yang menciptakan harmoni estetika tersendiri. Keunikan-keunikan ini secara teoritis merupakan modal besar dalam menarik wisatawan. Akan tetapi, tantangan berupa stigma negatif sebagai bekas lokasi pembuangan sampah tetap menjadi hambatan psikologis yang nyata, khususnya bagi segmen wisatawan yang sangat memperhatikan aspek kebersihan dan keamanan lingkungan.

Manajemen taman kota yang mencakup penghijauan rutin, pemeliharaan fasilitas, serta pengawasan kebersihan yang ketat terbukti mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung (Ragilanty 2024). Taman Harmoni dikelola oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Surabaya dengan pendekatan manajemen yang sistematis. Keberhasilan pengelolaan fisik ini tercermin dari kondisi taman yang terawat dan fasilitas pendukung yang memadai. Namun demikian, keberhasilan manajemen operasional semata belum cukup untuk menjawab pertanyaan besar mengenai efektivitas revitalisasi dalam menarik dan mempertahankan minat kunjung wisatawan secara berkelanjutan, terutama di tengah kompetisi destinasi wisata urban yang semakin ketat di Kota Surabaya.

Studi-studi terdahulu mengungkapkan bahwa banyak taman kota yang ramai di periode awal pembukaan namun mengalami penurunan kunjungan dalam jangka menengah karena gagal membangun daya tarik yang konsisten di benak masyarakat (Valente dkk. 2022). Fenomena ini mengindikasikan bahwa revitalisasi

fisik harus disertai dengan upaya-upaya lain yang bersifat non-fisik agar daya tarik destinasi dapat bertahan lama. Dalam konteks ini, konsep destination branding menjadi instrumen strategis yang tidak hanya membantu membentuk identitas destinasi, tetapi juga membangun persepsi positif jangka panjang di benak wisatawan (Kusumaningrum, 2022; Phung & Nguyen, 2023). Penelitian (Garanti dkk. 2024) menegaskan bahwa branding tempat yang berkelanjutan secara konsisten berkontribusi pada peningkatan niat kunjung dan loyalitas wisatawan. Sementara itu (Lv dkk. 2024) membuktikan bahwa ruang hijau urban memiliki potensi besar sebagai aset pariwisata berkelanjutan yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi hijau. Lebih lanjut (Aboalghanam dkk. 2025) menunjukkan bahwa *User-Generated Content* (UGC) di media sosial secara signifikan memengaruhi minat kunjung wisatawan melalui pembentukan citra destinasi yang autentik dan terpercaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas revitalisasi Taman Harmoni dalam menarik minat kunjung wisatawan serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Masalah tersebut akan dipecahkan melalui pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam kepada wisatawan guna mendapatkan persepsi komprehensif terhadap transformasi lahan eks-TPA ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam, sistematis, dan faktual mengenai fenomena implementasi revitalisasi Taman Harmoni Surabaya dan kaitannya dengan minat kunjung wisatawan.

Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara spesifik konteks pengelolaan destinasi wisata berbasis ruang terbuka hijau yang lahir dari transformasi lahan eks-TPA, serta memahami perspektif berbagai pihak yang terlibat secara langsung (Creswell, 2022).

Lokasi penelitian adalah kawasan Taman Harmoni Surabaya yang berlokasi di Jalan Keputih Tegal Tim. II No. 249, Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Penelitian dilaksanakan selama sebulan, pada bulan April 2026. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keunikan karakteristik taman sebagai destinasi wisata yang lahir dari revitalisasi lahan bekas TPA, menjadikannya objek yang sangat relevan untuk dikaji dari sudut pandang daya tarik wisata dan minat kunjung.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu dokumentasi, wawancara, dan observasi. Wawancara semiterstruktur, yaitu informan utama yang terdiri dari 3 orang pengunjung. Kriteria pemilihan informan ditetapkan secara spesifik untuk menasar subjek yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu individu atau masyarakat yang mengetahui sejarah kawasan Taman Harmoni sebelum dialihfungsikan menjadi taman (eks-TPA). Kelompok masyarakat yang mengetahui sejarah eks-TPA sangat penting untuk mengukur keberhasilan strategi *rebranding* pengelola dalam mengubah stigma negatif masa lalu menjadi citra ruang terbuka hijau yang positif. Kriteria selanjutnya adalah pengunjung yang baru pertama kali datang berkunjung ke Taman Harmoni. Kelompok pengunjung yang baru pertama kali datang dibutuhkan untuk menilai efektivitas daya tarik promosi saat ini, guna mengetahui saluran media pemasaran mana yang paling berhasil mendatangkan wisatawan baru. Pemilihan informan

menggunakan teknik *purposive sampling* untuk kategori pengunjung (Sugiyono, 2018).

Observasi langsung terhadap kondisi fisik taman, aktivitas pengunjung, serta dinamika sosial yang terjadi di lokasi. Observasi diarahkan pada tiga komponen utama, yaitu tempat (kondisi dan fasilitas kawasan Taman Harmoni), pengunjung, serta aktivitas (pola kunjungan, interaksi sosial, dan respons pengunjung terhadap daya tarik taman). Ketiga, dokumentasi yang mencakup arsip foto kondisi taman, data kunjungan, brosur, materi publikasi digital, serta ulasan wisatawan pada *platform Google Maps*. Teknik dokumentasi digunakan untuk memvalidasi informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi lapangan.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dkk. (2014) yang mencakup tiga tahapan berkesinambungan. Tahap pertama adalah reduksi data, di mana peneliti memilah dan memfokuskan data yang relevan dengan topik revitalisasi dan minat kunjung dari keseluruhan data yang terkumpul. Tahap kedua adalah penyajian data dalam bentuk narasi untuk mempermudah identifikasi pola dan keterkaitan antar temuan. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara bertahap dan diperkuat oleh bukti-bukti lapangan serta data dokumentasi, sehingga menghasilkan temuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Revitalisasi Taman Harmoni Surabaya**

Proses analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan menggunakan model interaktif Miles dkk. (2014) yang diterapkan secara ketat dalam tiga tahapan

berkesinambungan. Pada tahap reduksi data, peneliti berhasil memilah dan memfokuskan data inti yang secara langsung berkaitan dengan tema revitalisasi dan minat kunjung wisatawan dari keseluruhan korpus data yang terkumpul melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Proses seleksi ini memastikan bahwa hanya data yang memiliki relevansi dan bobot bukti memadai yang diikutsertakan dalam analisis lebih lanjut.

Pada tahap penyajian data, temuan-temuan lapangan disusun secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif yang terstruktur, sehingga pola-pola keterkaitan antara variabel revitalisasi fisik dan respon wisatawan dapat teridentifikasi secara jelas. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dan senantiasa dikonfirmasi oleh bukti-bukti lapangan konkret serta data dokumentasi resmi, sehingga seluruh temuan yang dihasilkan memenuhi standar pertanggungjawaban ilmiah. Penerapan model ini terbukti mampu menghasilkan temuan yang koheren dan dapat diandalkan sebagaimana disajikan dalam uraian berikut.

#### **a. Transformasi Fisik dan Penataan Kawasan Tematik**

Data observasi lapangan secara langsung mengungkapkan bahwa dari sisi konsep penataan kawasan, area seluas kurang lebih sembilan hektare ini telah berhasil ditransformasi menjadi taman tematik yang terbagi dalam enam zona yang masing-masing merepresentasikan enam benua di dunia. Zona Amerika secara nyata menampilkan patung bison yang dibuat dari bahan-bahan daur ulang, sementara zona Asia dihiasi payung-payung khas dari Cina, Jepang, dan Thailand yang terverifikasi hadir di lokasi. Zona Afrika

menghadirkan patung gajah ikonik, dan Indonesia diwakili oleh ikon merak merah dengan ekor yang tersusun dari tanaman berwarna-warni.

Guna memaksimalkan pengalaman visual pengunjung, Dinas Lingkungan Hidup Kota Surabaya telah membangun andang atau panggung pandang yang secara terverifikasi memungkinkan wisatawan menyaksikan keindahan ikon-ikon tersebut dari perspektif ketinggian. Temuan lapangan membuktikan bahwa konsep pembagian zona berbasis benua ini tidak sekadar menghadirkan nilai estetika tinggi, tetapi juga terbukti efektif menanamkan nilai edukatif yang memperkenalkan pengunjung pada keanekaragaman budaya dunia dalam satu kawasan terpadu.

Observasi terhadap perilaku pengunjung mengonfirmasi bahwa fasilitas taman dirancang dan diimplementasikan sesuai standar Ruang Bermain Ramah Anak (RBRA), mulai dari area *playground* yang aman dan memenuhi standar keselamatan anak hingga ruang terbuka yang difungsikan sebagai panggung pentas seni. Pendekatan desain yang inklusif ini terbukti menjadikan Taman Harmoni mampu memenuhi kebutuhan berbagai segmen pengunjung secara bersamaan, mulai dari keluarga dengan anak kecil, remaja, hingga orang dewasa.

#### **b. Peningkatan Eksposur Digital dan Daya Tarik Wisata**

Hasil reduksi data menunjukkan bahwa revitalisasi Taman Harmoni Surabaya telah menghasilkan perubahan yang nyata dan terukur, sebagaimana dibuktikan oleh meningkatnya eksposur publik terhadap kawasan ini melalui penyebaran konten di berbagai platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Data observasi lapangan mengonfirmasi bahwa peningkatan eksposur

digital ini bukan fenomena acak, melainkan merupakan dampak langsung dan terencana dari pembangunan fasilitas-fasilitas baru yang dilakukan oleh Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya.

| No | Platform  | Akun/Lokasi                                     | Jenis Konten                                                                                           | Interaksi                                              | Keterangan                                                                                                                                                                     |
|----|-----------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Instagram | @tamanharmoni hutan bambu                       | Foto dan video kawasan taman tematik, zona benua, kuliner Sorpring, dan spot instagramable hutan bambu | Penyebaran konten secara masif oleh pengunjung         | Taman Harmoni turut menerima kunjungan mancanegara. Hal ini terlihat dari kedatangan delegasi Kota Mangaung, Afrika Selatan, dalam rangka peninjauan kerja sama internasional. |
| 2. | Tiktok    | Lokasi: Taman Harmoni Keputih (@suroboyok u)    | Video foto pembukaan resmi Taman Harmoni Keputih (3 Agustus 2025)                                      | 12.300 likes, 239 komentar                             | Konten viral pasca pembukaan resmi interaksi tinggi menunjukkan antusiasme publik atas revitalisasi taman                                                                      |
| 3. | Tiktok    | Lokasi: Taman Harmoni Keputih (@banggasurabaya) | Video progres revitalisasi Taman Harmoni ditinjau langsung Wali Kota Eri Cahyadi                       | 3.157 likes, 179 komentar                              | Konten oleh akun resmi Pemerintah Kota Surabaya memperluas jangkauan promosi keluar batas lokal                                                                                |
| 4. | Tiktok    | Lokasi: Taman Harmoni Keputih (@lovesuroboyok)  | Video vlog kawasan hutan bambu sebagai spot foto hits di Surabaya                                      | 254 likes, 41 komentar                                 | Konten organik kreator lokal membuktikan daya tarik visual hutan bambu sebagai magnet konten media sosial                                                                      |
| 5. | Tiktok    | Lokasi: Taman Harmoni Keputih                   | Beragam konten wisata dari berbagai kreator dengan tag lokasi                                          | Peringkat #3 objek wisata Surabaya hits di Tiktok 2026 | Eksposur digital taman melampaui batas regional menjangkau audiens nasional                                                                                                    |

|  |  |                  |                                |  |                                                                 |
|--|--|------------------|--------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------|
|  |  | (agregat konten) | Taman Harmoni Keputih Surabaya |  | dan internasional secara organik tanpa biaya pemasaran tambahan |
|--|--|------------------|--------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------|

Sumber: Observasi lapangan dan dokumentasi data media sosial, 2025.



Sumber: Olahan Peneliti (Tangkapan Layar Media Sosial), 2025.

Salah satu fasilitas yang terbukti paling berhasil menarik arus kunjungan adalah kawasan kuliner bertema "Pasar Ngisor Pring (Sorpring)", di mana pengunjung dapat menikmati sajian kuliner tradisional hingga kekinian di bawah naungan hutan bambu yang rimbun. Hasil wawancara dengan pengunjung mengonfirmasi bahwa pengalaman kuliner yang autentik di lingkungan alam tersebut secara konsisten mendorong terciptanya konten-konten organik yang disebarluaskan secara sukarela di media sosial, sehingga jangkauan promosi taman meluas secara eksponensial tanpa memerlukan anggaran pemasaran tambahan yang signifikan.

### **c. Jangkauan Wisatawan Internasional**

Data wawancara yang diperoleh dari Kepala Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Surabaya yaitu Bapak Dedik Irianto, melalui Suara Surabaya memberikan bukti institusional yang kuat atas temuan-temuan lapangan tersebut. Pernyataan resmi beliau menegaskan bahwa Taman Harmoni tidak sekadar difungsikan sebagai ruang terbuka hijau biasa, melainkan dirancang secara terencana sebagai wahana edukasi dan destinasi wisata yang menyeluruh, dengan target tidak hanya wisatawan domestik tetapi juga pasar wisatawan mancanegara sebagai orientasi jangka panjang.

Fakta lapangan memvalidasi pernyataan ini yaitu tercatatnya kunjungan rombongan wisatawan dari Malaysia yang datang setelah menyaksikan konten Taman Harmoni melalui platform YouTube, bahkan pada saat kawasan tersebut masih berada dalam tahap penyelesaian pembangunan. Bukti ini menegaskan bahwa daya tarik Taman Harmoni telah melampaui batas regional dan berhasil menjangkau segmen wisatawan internasional sebuah pencapaian yang amat signifikan mengingat rekam jejak kawasan ini sebagai eks-TPA Keputih yang ditutup paksa pada tahun 2001 akibat tekanan protes warga.

### **Pembahasan**

Berdasarkan keseluruhan temuan yang diperoleh melalui tiga tahapan analisis Miles dkk. (2014), dapat ditegaskan bahwa revitalisasi Taman Harmoni bukan sekadar proyek fisik yang bersifat tunggal dan parsial. Bukti-bukti lapangan secara konsisten menunjukkan bahwa kawasan ini merupakan bagian integral dari

ekosistem pembangunan pariwisata yang terencana, berkelanjutan, dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan sektor wisata urban yang komprehensif.

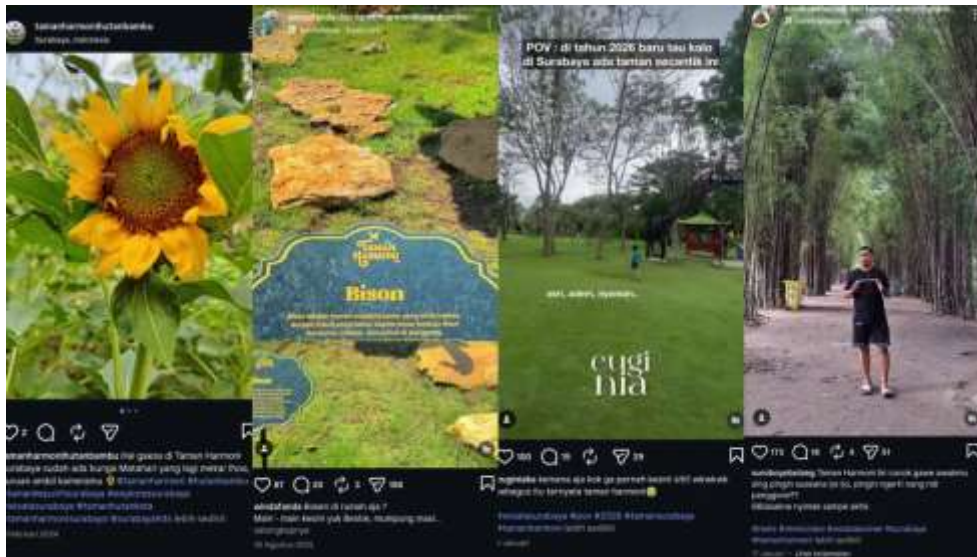
#### **a. Revitalisasi sebagai Rekonstruksi Identitas Kawasan**

Transformasi dari lokasi yang sebelumnya menjadi sumber konflik sosial menjadi destinasi yang mampu menarik kunjungan wisatawan asing secara nyata merupakan bukti paling kuat atas keberhasilan revitalisasi dalam merekonstruksi identitas kawasan secara menyeluruh dan tuntas. Keberhasilan Taman Harmoni dalam mengubah stigma eks-TPA Keputih menjadi destinasi wisata mencerminkan bahwa revitalisasi yang direncanakan dengan baik tidak hanya mampu memulihkan fungsi ruang publik, tetapi juga mampu menciptakan nilai tambah sosial, ekonomi, dan budaya yang signifikan bagi masyarakat sekitar.

Temuan ini sejalan dengan konsep revitalisasi kawasan yang menekankan pentingnya pendekatan holistik, yaitu yang tidak hanya berfokus pada pembenahan fisik semata, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial, budaya, dan ekologi secara terpadu. Garanti dkk. (2024) menegaskan bahwa *destination branding* yang berkelanjutan, yang memadukan nilai ekologis dan identitas budaya lokal, secara konsisten menghasilkan respons positif dari wisatawan berupa peningkatan niat kunjung dan rekomendasi. Senada dengan hal ini, Lv dkk. (2024) membuktikan bahwa ruang hijau *urban* yang dikelola secara berkelanjutan mampu berfungsi sebagai daya tarik wisata sekaligus pendorong pertumbuhan ekonomi hijau yang inklusif. Konsep taman tematik berbasis enam benua yang diterapkan di Taman Harmoni terbukti mampu menjawab kebutuhan berbagai segmen pengunjung sekaligus menanamkan nilai edukatif lintas budaya kepada masyarakat.

## **b. Peran Media Sosial dalam Promosi Destinasi Wisata Urban**

Temuan penelitian ini juga memperkuat pemahaman tentang peran strategis media sosial sebagai instrumen promosi destinasi wisata yang efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan temuan Aboalghanam dkk. (2025) yang membuktikan bahwa UGC secara signifikan memengaruhi minat kunjung wisatawan melalui pembentukan citra destinasi, serta studi Phung dan Nguyen (2023) yang menegaskan bahwa branding pariwisata berkelanjutan harus mengintegrasikan dimensi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran destinasi. Analisis data media sosial Taman Harmoni (2024–2026) menunjukkan pergeseran pola interaksi yang signifikan pasca revitalisasi. Pada 2024, unggahan statis sangat minim interaksi. Namun, pada 2025–2026, pemanfaatan format video dan *User Generated Content* (UGC) menghasilkan lonjakan keterlibatan. Metrik *shares* (hingga 51 kali) dan *saves* (mencapai 444 kali) menjadi indikator paling valid untuk mengukur *visit intention*, yang mewakili tahapan *desire* (keinginan kuat) dan advokasi e-WOM (rekomendasi digital). Penyebaran konten organik oleh pengunjung melalui Instagram, TikTok, dan YouTube secara nyata telah memperluas jangkauan promosi Taman Harmoni jauh melampaui batas wilayah lokal tanpa memerlukan anggaran pemasaran yang besar. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengembangan fasilitas yang berorientasi pada penciptaan pengalaman yang memiliki nilai estetika tinggi dan layak untuk dibagikan di media sosial merupakan strategi promosi yang sangat relevan di era digital.



Sumber: Olahan Peneliti (Tangkapan Layar Media Sosial), 2026.

Tingginya minat di ranah digital tersebut terbukti valid dan terkonversi menjadi kunjungan nyata di lapangan. Puncak interaksi media sosial pada akhir 2025 dan awal 2026 selaras dengan data kunjungan faktual yang menembus 40.000 wisatawan selama periode Nataru 2025-2026, sebagaimana diungkapkan oleh Koordinator Pengelolaan Taman Harmoni Surabaya, Bagus Ali Rohman. Capaian ini semakin bermakna mengingat Taman Harmoni baru diresmikan pada Agustus 2025, sehingga angka kunjungan tersebut diraih dalam kurun waktu kurang dari satu tahun sejak peresmian. Hal ini menegaskan bahwa interaksi media sosial, khususnya fitur *saves* dan *shares*, merupakan prediktor yang valid dan akurat terhadap peningkatan kunjungan fisik wisatawan. Dalam konteks ini, kawasan kuliner “Pasar Ngisor Pring (Sorpring)” berfungsi bukan hanya sebagai fasilitas penunjang, tetapi juga sebagai magnet konten yang secara otomatis mendorong pengunjung untuk mendokumentasikan dan menyebarluaskan pengalaman mereka. Keberhasilan pendekatan ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan dimensi

konektivitas digital dalam setiap perencanaan dan pengembangan destinasi wisata urban.

### **c. Komitmen Institusional dan Keberlanjutan Pengembangan**

Keberhasilan revitalisasi fisik Taman Harmoni diperkuat secara institusional oleh komitmen resmi Pemkot Surabaya yang terdokumentasi dalam pernyataan kebijakan publik. Data wawancara dengan Wali Kota Surabaya, Eri Cahyadi dalam pemberitaan Jawa Pos membuktikan bahwa dalam rencana anggaran tahun 2026–2027, pembenahan akses jalan menuju sejumlah destinasi wisata, termasuk Taman Harmoni, telah ditetapkan sebagai prioritas utama pemerintah kota. Pernyataan resmi beliau memastikan bahwa kawasan seluas delapan hektare ini akan terus dikembangkan dengan Pemkot Surabaya secara konkret berencana menyiapkan sejumlah fasilitas infrastruktur pendukung guna meningkatkan aksesibilitas wisatawan.

Rencana terverifikasi tersebut mencakup penyediaan sarana transportasi khusus serta pelebaran jalur akses menuju Taman Harmoni, termasuk pembangunan jalan kembar dari kawasan MERR hingga ke lokasi taman. Komitmen pemerintah ini secara nyata mencerminkan pemahaman bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata ditentukan tidak hanya oleh kualitas atraksinya, tetapi juga oleh keterjangkauan dan kemudahan akses yang ditawarkan kepada pengunjung. Dengan demikian, keberlanjutan pengembangan Taman Harmoni tidak hanya bergantung pada kualitas fasilitas wisata yang ada, tetapi juga pada keseriusan komitmen pemerintah dalam menyediakan infrastruktur pendukung yang memadai dan berkesinambungan.

#### **d. Dampak Ekonomi bagi Masyarakat Sekitar**

Revitalisasi Taman Harmoni memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat sekitar, khususnya melalui keberadaan kawasan kuliner Pasar Ngisor Pring (Sorpring) yang dikelola secara tematik dan terstruktur. Di kawasan ini, masyarakat sekitar mendapat kesempatan berjualan dengan sistem yang unik, yaitu menggunakan deposit uang kayu yang bernuansa tradisional sehingga menciptakan ekosistem transaksi yang khas sekaligus memperkuat identitas budaya lokal kawasan. Pola ini tidak hanya membuka peluang usaha bagi pedagang lokal, tetapi juga menambah nilai pengalaman wisata yang autentik bagi pengunjung. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan ekonomi taman ini sejalan dengan prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan yang menempatkan komunitas lokal sebagai pelaku aktif, bukan sekadar penonton, dalam pertumbuhan sektor wisata kawasan.

#### **e. Tantangan dan Kelemahan Destinasi**

Di balik keberhasilan revitalisasi, Taman Harmoni masih menghadapi sejumlah tantangan nyata yang perlu mendapat perhatian serius. Pertama, persoalan kebersihan yang bersumber dari perilaku pengunjung. Mengingat latar belakang kawasan ini sebagai bekas TPA Keputih, ironi yang terjadi adalah masih ditemukannya sampah berserakan di berbagai sudut taman meskipun petugas kebersihan telah berjaga dan berkeliling secara rutin. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kesadaran lingkungan sebagian pengunjung belum sepenuhnya terbentuk

dan upaya edukasi perilaku wisatawan perlu ditingkatkan secara konsisten agar tidak menggerus citra bersih yang telah dibangun melalui revitalisasi.

Kedua, persoalan visibilitas dan aksesibilitas. Taman Harmoni tidak terlihat langsung dari jalan utama, sehingga pengunjung perlu masuk lebih jauh ke dalam kawasan untuk menemukan taman ini. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya tingkat kesadaran publik terhadap keberadaan destinasi ini, khususnya bagi calon wisatawan yang melintas tanpa terlebih dahulu mencari informasi secara aktif. Kedua tantangan ini menjadi relevan sebagai bahan evaluasi bagi pengelola, mengingat keberlanjutan sebuah destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh kualitas daya tarik fisiknya, tetapi juga oleh kemampuan manajemen dalam menjaga kenyamanan pengunjung dan meningkatkan keterjangkauan informasi secara konsisten.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa revitalisasi Taman Harmoni Surabaya terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik kawasan dan mendorong minat kunjung wisatawan. Transformasi lahan eks-TPA Keputih menjadi taman tematik berskala luas yang dilengkapi berbagai fasilitas rekreasi, kuliner, dan edukasi telah berhasil membalikkan citra negatif kawasan secara fundamental. Kehadiran fasilitas ikonik seperti Pasar Ngisor Pring (Sorpring), zona tematik enam benua, area bermain ramah anak, serta panggung pandang telah menciptakan proposisi nilai yang unik dan kompetitif di antara destinasi wisata urban Kota Surabaya. Keberhasilan ini semakin diperkuat oleh fenomena viral di media sosial, di mana konten-konten

yang dihasilkan secara organik oleh pengunjung di *platform Instagram* dan TikTok menjadi instrumen promosi yang efektif dan menjangkau audiens yang jauh lebih luas, bahkan hingga ke mancanegara.

Antusiasme wisatawan internasional, yang dibuktikan dengan kunjungan rombongan dari Malaysia, menegaskan bahwa revitalisasi Taman Harmoni bukan sekadar intervensi fisik, melainkan sebuah strategi pembangunan destinasi yang berhasil merekonstruksi identitas kawasan secara menyeluruh dan menempatkannya sebagai ikon *urban eco-tourism* bertaraf internasional. Komitmen Pemkot Surabaya untuk terus mengembangkan infrastruktur pendukung akses menuju Taman Harmoni pada tahun anggaran 2026–2027 semakin memperkuat fondasi keberlanjutan kawasan ini sebagai destinasi wisata unggulan jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2022). The 6th Edition of Research Designs: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications.
- Aboalganam, M., AlFraihat, R., & Tarabieh, K. (2025). The impact of user-generated content on tourist visit intentions: The mediating role of destination imagery. *Administrative Sciences*, 15(4), 117.
- Alam berbasis kota dan pesisir. *Panorama: Jurnal Kajian Pariwisata*, 4(2), 31–40.
- Creswell, J. W. (2022). The 6th edition of research designs: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage Publications.
- Garanti, Z., Ilkhanizadeh, S., & Liasidou, S. (2024). Sustainable place branding and visitors responses: A systematic literature review. *Sustainability*, 16(8), 3312.

- Kusumaningrum, I. (2022). Research trends in sustainability and destination branding as systematic literature review. *Turisztikai Tanulmányok*, 7(4), 8–22.
- Le Hong, V., & Hsu, L. (2022). Healing tourism as the "new normal" in tourism industry: Through expert's perspective. In *International Academic Conference on Tourism (INTACT) "Post Pandemic Tourism: Trends and Future Directions"* (pp. 3–19). Atlantis Press.
- Lupton, D., Wozniak O'Connor, V., Rose, M. C., & Watson, A. (2023). More-than-human wellbeing: Materialising the relations, affects, and agencies of health, kinship, and care. *Social Science & Medicine*.
- Ly, Y., Hao, B., Sarker, M. N. I., Zeng, X., & Hu, X. (2024). Exploring the nexus between urban green space and sustainable tourism: Potential for the green economy. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), e2700.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage Publications.
- Phung, T.-B., & Nguyen, D. V. P. (2023). Sustainable tourism branding: A bibliographic analysis. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2269708.
- Ragilanty, A. I. (2024). Optimizing green open space management as a tourist attraction: A study of bamboo forest and harmony park in Surabaya. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(6), 5558–5570.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Valente, D., Marinelli, M. V., Lovello, E. M., Giannuzzi, C. G., & Petrosillo, I. (2022). Fostering the resiliency of urban landscape through the sustainable spatial planning of green spaces. *Land*, 11(3), 367.