MEDIA WISATA
ISSN 16935969 - EISSN 26858436
Volume 24, Number 2, 2026
http://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta, Indonesia

WALKING TOUR AS AN EDUTAINMENT MEDIA

An Analysis of the Role of The "Cerita Sakta" Tour Operator in the Development of Urban Tourism in Depok And Bogor

***Budiman Mahmud Musthofa[1], Uggasena Ariya Saputra[2]**
[1]Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Universitas Indonesia, Indonesia Email: b.mahmud@ui.ac.id
*(Corresponding author)

ABSTRACT

Article History

Submitted:
26 Ocktober 2026
Reviewed:
29 Ocktober 2026
Accepted:
04 November 2026
Published:
15 November 2026

Walking tours are a growing form of urban tourism that appeal to young travelers by offering immersive experiences focused on everyday urban life, culture, history, and culinary heritage. This study aims to analyze the strategic practices of Cerita SAKTA, a student-initiated tour operator that has successfully attracted participants to walking tours in Depok and Bogor through an edutainment-based approach. The research employs a descriptive qualitative method, with data collected through participant observation, in-depth interviews, and documentation. The results indicate that Cerita SAKTA applies an integrated strategy that includes assessing local tourism potential, designing thematic routes, utilizing media and digital technology, developing engaging narratives, and building external collaborations. These strategies enable the effective integration of educational and entertainment elements through storytelling, interactive engagement, and visual media. The tour operator performs multiple roles as curator, facilitator, collaborator, and innovator, while tour guides act as communicative and humorous performers who enhance visitor engagement. This study recommends expanding walking tour routes, adopting updated technologies, strengthening collaboration with local communities, government institutions, and asset managers, and maintaining the "price it with love" pricing model as a unique value and competitive advantage of the walking tour experience.

Keywords: *Urban Tourism, Walking tour, Edutainment*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata Indonesia menunjukkan pertumbuhan positif yang signifikan, tercermin dari data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Desember 2024 yang mencatat kunjungan sebanyak 1.244.372 wisatawan mancanegara, meningkat 8,72% dibanding tahun sebelumnya (Wisnubroto, 2025). Peningkatan ini merupakan bagian dari upaya berkelanjutan dalam memperkuat pariwisata nasional sebagai sumber devisa negara yang diandalkan (Wisnubroto, 2025). Secara kumulatif sepanjang tahun 2024, Indonesia menerima lebih dari 13,9 juta kunjungan dengan pengeluaran rata-rata wisatawan

mencapai US$ 1.391,85 per kunjungan, di mana alokasi terbesar digunakan untuk akomodasi dan konsumsi (Wisnubroto, 2025).

Pertumbuhan angka kunjungan ini turut mendorong tren wisata urban yang semakin populer di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Denpasar (Lalita, 2024; Juniawan, 2024). Wisata urban didefinisikan sebagai aktivitas pariwisata yang memanfaatkan sumber daya perkotaan seperti kegiatan ekonomi, museum, taman kota, hingga tempat ibadah sebagai daya tarik utama bagi wisatawan (Kurniansah & Hali, 2018). Wisatawan masa kini cenderung tertarik pada kombinasi antara modernitas kota dan kekayaan budaya lokal, seperti yang ditemukan di kawasan Kota Tua Jakarta atau Pecinan Glodok yang menawarkan nuansa sejarah kental (Lalita, 2024).

Pengembangan wisata urban yang sukses memerlukan koordinasi terintegrasi antara elemen atraksi, amenitas, dan aksesibilitas dalam sistem perkotaan yang saling terkait (Nasrulah, 2023). Selain itu, aspek kelembagaan memegang peran penting dalam meningkatkan keterampilan sumber daya manusia, termasuk pemandu dan operator tur yang harus menerapkan prinsip pembangunan berkelanjutan (Nasrulah, 2023). Hal ini sejalan dengan target Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan ke-11 mengenai pembangunan kota dan komunitas yang berkelanjutan serta ramah lingkungan (Musthofa, 2023).

Salah satu bentuk wisata yang sedang berkembang adalah walking tour atau wisata jalan kaki (Musthofa, 2023). *Walking tour* merupakan salah satu bentuk wisata urban yang berkembang sejak abad ke-19 sebagai respons terhadap meningkatnya minat wisatawan dalam mengeksplorasi kota secara lebih mendalam (Gordon, 2014). Seiring berjalannya waktu, *walking tour* berkembang dari sekadar rute tertulis menjadi pengalaman wisata yang lebih interaktif, di mana wisatawan tidak hanya melihat tetapi juga memahami warisan budaya dan arsitektur kota yang mereka kunjungi (Gordon, 2014).

Walking tour sebagai bentuk eksplorasi yang mengutamakan mobilitas kaki, memungkinkan wisatawan untuk menikmati pengalaman lebih mendalam terhadap sejarah dan kehidupan sehari-hari suatu kota (Anjarwati et al., 2021). Fenomena ini mencerminkan pergeseran tren global dari *fast tourism* menuju slow tourism, di mana wisatawan lebih memilih meresapi kekhasan budaya lokal tanpa tekanan waktu (Simeoni & De Crescenzo, 2019). Selain manfaat edukasi, kegiatan ini memberikan dampak positif pada kesehatan fisik serta mendukung pengurangan emisi karbon karena sifatnya yang bebas emisi kendaraan (Musthofa, 2023; Wijaya & Wijayati, 2024).

Di Indonesia, *walking tour* berkembang pesat di berbagai kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, hingga Denpasar dengan beragam tema seperti sejarah kolonial hingga kuliner urban (Musthofa, 2023). Di Jakarta, pertumbuhan signifikan aktivitas ini terjadi terutama selama masa pandemi Covid-19 (Musthofa, 2023). Komunitas seperti Jakarta Good Guide (JGG) menjadi salah satu pelopor yang mempopulerkan sistem pembayaran sukarela/seikhlasnya atau "*pay-as-you-wish*" yang berhasil menarik minat ribuan pengikut di media sosial (Musthofa & Saputra, 2023).

Aktivitas jalan kaki ini kini tidak hanya sekadar rekreasi fisik, tetapi telah dikemas sebagai media edutainment yang menggabungkan informasi sejarah dengan narasi yang menghibur (Anjarwati et al., 2021). Konsep pariwisata pendidikan atau *edu-tourism* ini bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar langsung bagi peserta sehingga mereka memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai destinasi yang dikunjungi (Anjarwati et al., 2021). Namun, jumlah operator yang ada saat ini dinilai belum sepenuhnya mampu memenuhi permintaan masyarakat terhadap wisata edukatif berbasis jalan kaki (Musthofa, 2023).

Kesenjangan antara tingginya permintaan dan keterbatasan kapasitas operator yang ada mendorong dibuatnya suatu project operator tur baru yang fokus pada *walking tour*

bernama "Cerita SAKTA" (*Susuri Alam, Kisah, dan Sudut Kota*). Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada kajian mendalam mengenai peran multidimensional operator tur *Cerita SAKTA* yang merupakan inisiatif mahasiswa. Mahasiswa melalui opetaror tur ini berperan sebagai kurator, fasilitator, kolaborator, dan inovator dalam mengintegrasikan pendekatan *edutainment* (*storytelling*, media visual, dan interaksi interaktif) serta pemanfaatan teknologi imersif untuk interpretasi sejarah pada *walking tour* lintas wilayah (Depok dan Bogor). Selain itu, penelitian ini membedakan diri dari studi terdahulu dengan menganalisis model bisnis *price-it-with-love* (harga sukarela), strategi kurasi rute berbasis inklusivitas, serta persepsi langsung peserta terhadap pengalaman wisata urban berkelanjutan secara holistik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi Cerita SAKTA sebagai operator *walking tour* dalam pengembangan wisata urban di Depok dan Bogor? (2) Bagaimana konsep *edutainment* yang diterapkan oleh Cerita SAKTA dalam *walking tour* memengaruhi pengalaman peserta?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi operator tur Cerita SAKTA dalam pengembangan wisata urban melalui walking tour sebagai sarana *edutainment* bagi peserta khususnya generasi muda.

LITERATUR REVIEW

Pariwisata secara yuridis merujuk pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2025. didefinisikan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung sarana, prasarana, fasilitas, dan layanan dengan memperhatikan kebutuhan wisatawan. Secara etimologis, pariwisata identik dengan kata "*travel*" yang berarti perjalanan terencana, baik individu maupun kelompok, untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010 dalam Megasari et al., 2021). Aktivitas ini juga dipahami sebagai perjalanan sementara ke luar domisili untuk berbagai tujuan seperti ekonomi, sosial, budaya, hingga keingintahuan (Suwantoro, 2004).

Klasifikasi pariwisata sangat beragam tergantung pada karakteristik aktivitasnya, mulai dari pariwisata etnik, budaya, rekreasi, hingga alam (Host and Guest, 1989 dalam Kusumanegara, 2009). Bentuk spesifik seperti pariwisata kota (*city tourism*) dilakukan di dalam wilayah perkotaan untuk menikmati lanskap, keanekaragaman flora dan fauna, serta warisan budaya lokal. Terdapat pula jenis pariwisata untuk urusan usaha dagang (*business tourism*) yang merupakan perjalanan profesional terkait pekerjaan, serta pariwisata untuk berkonvensi (*convention tourism*) yang melibatkan peserta dalam jumlah besar (Spillane, 1987 dalam Megasari et al., 2021).

Keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan dipengaruhi oleh motivasi yang didasarkan pada hierarki kebutuhan manusia (Maslow dalam Keliwar & Nurcahyo, 2015). Dalam kajian pariwisata, terdapat konsep faktor pendorong (*push factors*) dan faktor penarik (*pull factors*). Faktor pendorong mencakup keinginan untuk melepaskan diri dari kejenuhan (*escape*), relaksasi, serta mencari peluang edukasi untuk mempelajari budaya daerah lain (Ryan, 1991 dalam Pitana & Gayatri, 2005). Sementara itu, faktor penarik melibatkan keberadaan bangunan bersejarah (*historical*), lingkungan alam yang menarik, hingga faktor biaya perjalanan yang rendah (Alghamdi, 2007).

Wisata urban (*urban tourism*) didefinisikan sebagai aktivitas pariwisata yang berlangsung di ruang perkotaan dengan karakteristik ekonomi non-pertanian (UNWTO, 2020). Bentuk pariwisata ini memanfaatkan sumber daya perkotaan seperti kegiatan ekonomi, museum, monumen, taman kota, hingga tempat ibadah sebagai daya tarik utamanya (Kurniansah & Hali, 2018). Pengembangan wisata urban sangat krusial karena sektor ini menjadi komponen sentral dalam kebijakan pembangunan ekonomi dan sosial di banyak kota dunia (UNWTO, 2020). Strategi pengembangannya pun harus melibatkan masyarakat lokal

sebagai subjek pembangunan guna meningkatkan kesejahteraan mereka (United Nations, 2005 dalam Utama, 2013).

Instrumen utama dalam pengembangan wisata urban saat ini adalah walking tour atau wisata jalan kaki, yaitu eksplorasi wilayah tertentu yang dilakukan dengan berjalan kaki, baik secara mandiri maupun dipandu (Musthofa, 2023). Aktivitas ini bertujuan untuk menemukan situs bersejarah dan arsitektur kota secara lebih imersif dan mendalam (Haq et al., 2024). Tren ini mencerminkan pergeseran dari *fast tourism* menuju slow tourism yang memungkinkan wisatawan meresapi budaya lokal tanpa tekanan waktu, sekaligus memberikan dampak positif secara sosial dan lingkungan (Simeoni & De Crescenzo, 2019). Kelayakan rute wisata jalan kaki ini ditentukan oleh kriteria daya tarik, keamanan, tingkat kesulitan, dan aksesibilitas (UNWTO, 2019).

Konsep edutainment dalam pariwisata merupakan perpaduan antara muatan pendidikan (*education*) dan hiburan (*entertainment*) secara harmonis agar aktivitas belajar berlangsung menyenangkan (Harmani, 2008 dalam Praja, 2017). *Edutainment* dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang menarik melalui proses penciptaan serta pemanfaatan berbagai metode (Wang dan Co, 2007 dalam Aksakal, 2015). Karakteristik utamanya adalah mampu membangkitkan emosi pembelajar untuk meningkatkan retensi materi serta membantu internalisasi pengetahuan yang kompleks melalui metode simulasi atau visual yang menyerupai kehidupan nyata (Aksakal, 2015).

Wisata edukasi sendiri merupakan bentuk kegiatan belajar non-formal yang pelaksanaannya lebih fleksibel dibandingkan sistem konvensional di dalam kelas (Priyanto et al., 2018). Konsep ini lahir sebagai solusi atas kejenuhan sistem pembelajaran formal yang monoton, sehingga dibutuhkan pendekatan yang lebih aplikatif dan menyenangkan (Butar & Eviana, 2017). Dalam konteks wisata, *edutainment* dapat diimplementasikan melalui media multimedia, layar sentuh, hingga interpretasi hidup (*living interpretation*) untuk menciptakan pengalaman belajar yang berkesan bagi pengunjung (Wulandari, 2013). Implementasi nyata terlihat pada pengelolaan daya tarik wisata yang menggabungkan aktivitas bermain sambil belajar di alam terbuka (Butar & Eviana, 2017).

Keberhasilan seluruh rangkaian wisata ini sangat bergantung pada peran pramuwisata yang bertindak sebagai "jiwa dari pariwisata" (*the soul of tourism*) (Hu SW & Chen JH, 2015 dalam Chang et al., 2018). Pemandu wisata memiliki peran krusial dalam menyampaikan informasi dan mengedukasi wisatawan mengenai kearifan lokal, serta berfungsi sebagai mediator budaya (Rusmiati et al., 2022). Di sisi lain, operator tur berperan sebagai entitas yang merangkai berbagai komponen perjalanan menjadi paket wisata menyeluruh yang terorganisir untuk dijual kepada calon wisatawan (Goodall & Bergsma, 1991 dalam Yarcan & Çetin, 2021). Manajemen operator tur yang efektif harus memiliki strategi khusus, efisiensi operasional, serta fokus pada pelanggan (Ugli, 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menceritakan pengalaman individu yang terlibat dalam suatu fenomena (Febriandiela et al., 2023; Given, 2008). Data yang dihasilkan berupa kata-kata, kalimat, atau narasi yang ditarik secara induktif dari fakta empiris di lapangan menuju pemahaman yang lebih umum. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah observasi, yang memungkinkan peneliti memperoleh data secara objektif melalui pengamatan langsung terhadap objek di lingkungan aslinya tanpa perantara (Sugiyono, 2013). Selanjutnya wawancara mendalam untuk menggali informasi terkait pengalaman, pendapat, dan persepsi yang tidak dapat diperoleh melalui dokumen tertulis (Creswell, 2014). Informan dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mendalam berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka

terkait operasional Cerita SAKTA (Spradley dalam Sugiyono, 2013). Peneliti juga melakukan pengumpulan dokumen berupa arsip, laporan, atau artikel untuk memverifikasi data yang telah diperoleh (Bowen, 2009 dalam Sugiyono, 2013).

Proses analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik untuk menemukan pola dan tema utama dalam informasi yang telah dikumpulkan (Coker, 2021; Sitasari, 2022). Prosedur analisis ini mengikuti dua langkah utama, yaitu pemahaman mendalam terhadap seluruh isi data transkrip dan perumusan ide-ide teoritis yang dikaitkan dengan literatur yang ada (Liamputong, 2009). Seluruh transkrip wawancara diolah menggunakan perangkat lunak NVivo 12 untuk memudahkan kategorisasi data. Dalam tahap pengolahan di NVivo 12, peneliti melakukan pengodean awal (*initial coding*) dengan memberikan label berupa kata atau frase pada data transkripsi (Febriandiela et al., 2023). Selanjutnya, dilakukan pengodean aksial (*axial coding*) sebagai tahap pengembangan teori untuk membongkar data dan menemukan hubungan antar kode tersebut (Given, 2008). Hasil akhir dari proses ini adalah kerangka penyandian yang menyusun data ke dalam kategori dan subkategori secara teratur serta koheren.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses analisis tematik dilakukan melalui tahap *initial coding* (pemberian label pada transkrip) dan *axial coding* untuk membongkar data serta menemukan hubungan antar kategori guna menyusun kerangka penyandian yang koheren.

Analisis Tematik Internal: Strategi dan Operasional Pengelola

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola, ditemukan tiga tema utama yang mendasari strategi Cerita SAKTA:

Tema 1: Perencanaan dan Strategi Strategi Cerita SAKTA berfokus pada penggalian potensi wisata urban tersembunyi (*hidden gems*) yang dikelola melalui model *walking tour* berkelanjutan. Informan Haryo menjelaskan motivasi di balik strategi ini sebagai penyedia media "pelarian": Temuan ini merefleksikan teori faktor pendorong (push factors) dalam motivasi perjalanan wisata, khususnya faktor *escape* atau keinginan melepaskan diri dari kejenuhan rutin kota (Pitana & Gayatri, 2005). Selain itu, strategi kurasi rute dilakukan secara sistematis melalui riset daring dan survei lapangan guna memastikan aspek keamanan, daya tarik, dan aksesibilitas sesuai standar internasional (UNWTO, 2019).

Tema 2: Implementasi Lapangan (Pendekatan Edutainment) Cerita SAKTA menerjemahkan konsep *edutainment* melalui gaya pemanduan yang interaktif dan kreatif, di mana pemandu memosisikan diri sebagai aktor. Analisis ini menunjukkan keterkaitan dengan peran pramuwisata sebagai the soul of tourism yang mampu mengubah materi sejarah kaku menjadi narasi cair (Chang et al., 2018). Pemanfaatan teknologi tablet membantu internalisasi materi kompleks melalui visualisasi nyata kondisi bangunan masa lalu (Aksakal, 2015).

Tema 3: Evaluasi dan Pengembangan Evaluasi dilakukan melalui metode digital berbasis QR Code untuk melihat keberhasilan secara kualitatif. Data menunjukkan konsep *edutainment* dalam meningkatkan pemahaman peserta.

Analisis Tematik Eksternal: Persepsi dan Pengalaman Peserta

Analisis terhadap informan eksternal menghasilkan tiga tema utama mengenai pengalaman wisatawan:

Tema 1: Motivasi dan Ekspektasi Peserta Mayoritas peserta mengetahui informasi melalui media sosial Instagram, membuktikan kekuatan platform digital dalam menjangkau audiens urban (Musthofa & Saputra, 2023). Alasan ketertarikan utama meliputi keunikan rute (seperti rute kampus UI) dan sistem biaya fleksibel price-it-with-love (Biaya sukarela).

Tema 2: Pengalaman Saat Tur Peserta menilai penyampaian informasi oleh pemandu sangat jelas dan tidak membosankan. Mengenai unsur *edutainment*, Informan memberikan penilaian: Hal ini membuktikan bahwa *walking tour* berhasil menjadi media pembelajaran non-formal yang lebih fleksibel (Priyanto et al., 2018). Penggunaan media tablet juga diakui membantu imajinasi peserta.

Tema 3: Dampak dan Kesan Setelah Tur Dampak signifikan yang dirasakan peserta adalah perolehan wawasan baru (ilmu mahal) mengenai sejarah lokal dan nilai toleransi, seperti pada rute Suryakencana Bogor. Mayoritas peserta secara sukarela merekomendasikan tur ini karena nilai edukasinya yang tinggi sebagai alternatif rekreasi selain pusat perbelanjaan.

Sintesis Analisis: Hubungan Teori dan Temuan

Keterkaitan strategi pengelola dan persepsi peserta menunjukkan bahwa Cerita SAKTA telah berhasil menjalankan peran sebagai inovator dalam pariwisata urban. Penggunaan teknik *storytelling* yang dipadukan dengan interaksi dua arah terbukti meningkatkan retensi pembelajaran dan kepuasan emosional wisatawan (Aksakal, 2015). Keberhasilan model biaya sukarela juga memperkuat prinsip inklusivitas, di mana wisata berkualitas dapat diakses berbagai lapisan masyarakat tanpa hambatan ekonomi yang kaku (Musthofa, 2023). Secara keseluruhan, sinergi perencanaan matang dan eksekusi kreatif menjadikan Cerita SAKTA agen penting dalam pengembangan wisata urban berkelanjutan di Jabodetabek

Secara singkat, dari hasil penelitian melalui analisis internal terhadap pengelola Cerita SAKTA mengidentifikasi tiga tema besar yang diproses menggunakan perangkat lunak NVivo 12, yaitu perencanaan dan strategi, implementasi lapangan, serta evaluasi dan pengembangan. Strategi awal yang diterapkan berfokus pada pengenalan potensi wisata urban yang sering kali terabaikan atau dianggap sebagai "*hidden gems*" di wilayah Depok dan Bogor. Hal ini sejalan dengan definisi wisata urban yang memanfaatkan sumber daya perkotaan seperti kegiatan ekonomi, arsitektur, dan warisan budaya sebagai daya tarik utama (UNWTO, 2020). Secara teoritik, fenomena *hidden gems* dan konsep *escape* dalam *walking tour* urban memperkuat teori *push factors* dengan membuktikan bahwa kejenuhan rutinitas kota tetap menjadi pendorong utama psikologis wisatawan untuk berwisata. Di saat yang sama, temuan ini memperluas teori dengan menunjukkan bahwa motivasi *escape* tidak lagi harus berupa perjalanan jauh ke destinasi eksotis (*geographic distance*), melainkan dapat terwujud secara mikro-spasial (*hyper-local escape*) melalui narasi dan keintiman ruang tersembunyi yang menghadirkan jarak psikologis (*psychological detachment*) di tengah riuk-pikuk kota yang familier.

Berikut ini beberapa Gambar Kegiatan yang dilakukan:



Gambar 1. Kegiatan tour Di UI Depok



Gambar 2. Kegiatan tour Di Kawasan Suryakencana Bogor

Tujuan utama pendirian Cerita SAKTA adalah menyediakan media rekreasi yang bersifat edukatif sekaligus menjadi sarana relaksasi bagi masyarakat perkotaan. Informan Haryo, menjelaskan bahwa konsep yang ditawarkan adalah bentuk pelarian sejenak dari rutinitas kota yang padat. Temuan lapangan ini merefleksikan teori motivasi perjalanan wisata pada faktor pendorong (*push factors*), di mana individu memiliki keinginan untuk melepaskan diri dari lingkungan yang menjemukan atau disebut sebagai faktor *escape* (Ryan, 1991 dalam Pitana & Gayatri, 2005).

Dalam merancang programnya, Cerita SAKTA melakukan proses kurasi rute secara sistematis yang meliputi riset awal berbasis internet, observasi lapangan, hingga survei langsung dengan memosisikan diri sebagai wisatawan. Strategi ini memastikan bahwa rute yang dipilih memenuhi kriteria daya tarik, keamanan, tingkat kesulitan, dan aksesibilitas bagi peserta (UNWTO, 2019). Salah satu rute ikonik yang dihasilkan adalah *UI Landmark Tour* di Depok, yang menonjolkan nilai edukasi kampus dan sejarah institusi pendidikan sebagai daya tarik urban yang unik.

Penyusunan narasi tur menjadi tahapan krusial dalam menciptakan pengalaman yang mendalam bagi peserta. Cerita SAKTA mengumpulkan data melalui wawancara dengan

pengelola situs lokal untuk mendapatkan informasi autentik yang tidak tersedia di media daring. Proses ini kemudian dikemas menggunakan pendekatan *storytelling* yang memadukan fakta sejarah dengan gaya komunikasi yang relevan bagi generasi muda. Hal ini bertujuan agar informasi yang kompleks dapat diinternalisasi oleh peserta secara lebih menyenangkan (Aksakal, 2015). Strategi *edutainment* (kombinasi *storytelling*, humor, dan media visual) efektif bagi generasi muda karena berhasil meruntuhkan hambatan kaku dalam belajar sejarah (*lowering the affective filter*). Narasi yang dikemas menarik dan humoris mengubah materi kaku menjadi relatable serta menyentuh emosi, sementara media visual membantu menjaga fokus (*attention span*) audiens muda yang terbiasa dengan konten dinamis. Hasilnya, proses belajar terasa menyenangkan, partisipatif, dan membangun keterikatan emosional (*emotional attachment*) tanpa rasa bosan.

Kolaborasi eksternal juga menjadi pilar penting dalam strategi pengembangan Cerita SAKTA. Tim menjalin kerja sama dengan pihak Universitas Indonesia untuk legalitas dan keamanan rute, serta berkomunikasi dengan pengurus tempat ibadah seperti vihara di Suryakencana Bogor. Pendekatan kolaboratif ini sesuai dengan prinsip pengembangan wisata urban berkelanjutan yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat lokal sebagai subjek pembangunan (United Nations, 2005 dalam Utama, 2013).

Pada tahap implementasi lapangan, Cerita SAKTA menerapkan konsep *edutainment* yang secara harmonis memadukan muatan pendidikan dengan hiburan (Harmani, 2008 dalam Praja, 2017). Pemandu wisata dalam praktiknya tidak hanya berperan sebagai pemberi informasi sejarah yang kaku, tetapi juga bertindak sebagai penghibur untuk menjaga antusiasme peserta. Peran ini menempatkan pramuwisata sebagai "jiwa dari pariwisata" (*the soul of tourism*) yang mampu menghidupkan suasana tur (Hu SW & Chen JH, 2015 dalam Chang et al., 2018). Berikut ini ditampilkan mindmap implementasi lapangan walking tour ini:



Gambar 3. Mind Map Implementasi Lapangan

Salah satu temuan menarik di lapangan adalah gaya kepemanduan yang diposisikan seperti seorang pemeran atau aktor. Hal ini ditegaskan oleh informan Haryo dalam kutipan langsung berikut: "...guide ini tidak hanya pemberi informasi, namun juga bisa dibilang aktor, sih. Kayak dia itu jadi kayak memerankan... tokoh hiburan kayak jester begitu... walaupun tetap ada sejarah... tour guide-nya ini juga bisa menjadi jester-nya dengan pembawaan yang menarik melalui humor-humornya...".

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa elemen hiburan sengaja disisipkan melalui humor dan interaksi cair untuk memastikan materi edukasi tidak terasa membosankan bagi peserta. Pendekatan kreatif lainnya adalah penggunaan sapaan akrab seperti "Sobat" atau

"Kak" untuk menurunkan jarak emosional antara pemandu dan wisatawan. Strategi komunikasi ini bertujuan menciptakan suasana ramah yang sesuai dengan kepribadian masyarakat Indonesia (Pantiyasa & Sutarso, 2020).

Penggunaan media dan teknologi menjadi faktor penunjang signifikan dalam memperkaya pengalaman peserta selama tur. Cerita SAKTA menggunakan perangkat tablet untuk memvisualisasikan kondisi bangunan atau lokasi di masa lampau yang kini telah berubah bentuk atau direnovasi. Visualisasi ini sangat membantu peserta dalam membayangkan narasi sejarah yang disampaikan pemandu, sesuai dengan prinsip bahwa media visual memperkuat retensi pembelajaran (Aksakal, 2015).

Dampak penggunaan teknologi ini dikonfirmasi oleh persepsi positif peserta, salah satunya informan, yaitu Astrid yang menyatakan: "...dari foto-foto itu juga kita bisa ada kebayang, oh sebenarnya aslinya dulu bentuknya seperti ini, oh dalamnya seperti ini. Jadi, sambil diceritakan kita sambil kebayang...". Peran teknologi dalam hal ini berfungsi sebagai jembatan imajiner yang menghubungkan masa kini dengan masa lalu, membuat sejarah terasa lebih hidup bagi wisatawan.

Selain aspek visual, teknologi audio seperti mikrofon atau mini speaker digunakan untuk memastikan informasi tersampaikan dengan jelas di ruang publik yang bising. Hal ini sangat relevan untuk rute perkotaan seperti Suryakencana Bogor yang memiliki tingkat keramaian tinggi. Dengan bantuan alat suara ini, pemandu tetap dapat menjaga kualitas komunikasi tanpa harus menguras tenaga secara berlebihan (Musthofa & Saputra, 2023).

Analisis eksternal menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengetahui program ini melalui media sosial Instagram, terutama fitur Instagram Story. Media sosial berperan sebagai jalur promosi utama yang memungkinkan informasi menyebar secara organik dan menjangkau audiens baru secara efektif (Musthofa & Saputra, 2023). Alasan ketertarikan peserta meliputi keunikan rute kampus yang jarang ditemui serta sistem biaya fleksibel melalui model "price-it-with-love" atau bayar seikhlasnya.

Terkait konsep edutainment, mayoritas peserta merasa bahwa Cerita SAKTA berhasil menyeimbangkan unsur pendidikan dan hiburan. Informan berpendapat bahwa aktivitas berjalan kaki itu sendiri sudah menjadi bentuk hiburan yang dipadukan dengan perolehan wawasan baru. Hal ini membuktikan bahwa walking tour dapat menjadi media pembelajaran non-formal yang lebih fleksibel dan menyenangkan dibandingkan sistem kelas konvensional (Priyanto et al., 2018).

Keterlibatan peserta selama tur juga dinilai tinggi, di mana mereka tidak hanya menjadi pendengar pasif tetapi aktif berdiskusi dan bertanya. Pemandu sering melontarkan pertanyaan balik yang mendorong peserta untuk berpikir secara kritis terhadap lingkungan urban di sekitarnya. Interaksi dua arah ini merupakan indikator keberhasilan metode kepemanduan yang inklusif dan partisipatif.

Dampak emosional tur sangat terasa pada rute Suryakencana Bogor, di mana narasi mengenai toleransi antar umat beragama menjadi hal yang paling berkesan bagi peserta. Cerita tentang vihara yang berfungsi sebagai ruang publik inklusif bagi berbagai agama memberikan nilai "ilmu mahal" yang menyentuh sisi kemanusiaan wisatawan. Temuan ini membuktikan bahwa tur tidak hanya memberikan wawasan sejarah, tetapi juga memperkuat memori kolektif dan apresiasi terhadap keberagaman budaya lokal.

Meskipun sukses, Cerita SAKTA menghadapi tantangan dalam hal perizinan akses ke area semi-publik dan keterbatasan infrastruktur pejalan kaki di beberapa titik. Pencemaran lingkungan dan kemacetan lalu lintas di Jakarta dan Bogor juga menjadi kendala eksternal yang memengaruhi kenyamanan peserta selama berjalan kaki (Tarigan et al., 2024). Oleh karena itu, pemilihan waktu tur dan kurasi rute yang aman tetap menjadi prioritas utama tim pengelola.

Strategi masa depan Cerita SAKTA mencakup ekspansi rute ke wilayah Jabodetabek yang lebih luas serta peningkatan inovasi konten digital untuk tetap relevan bagi generasi muda. Tim berencana memperkuat kapasitas internal pemandu dan menjalin kemitraan strategis dengan lebih banyak pengelola situs budaya. Hal ini sejalan dengan upaya mendukung pariwisata berkelanjutan yang ramah lingkungan dan berdampak sosial positif (Musthofa, 2023).

Terakhir, konsep biaya sukarela (price-it-with-love) terbukti menjadi strategi jitu dalam meningkatkan inklusivitas, karena memungkinkan partisipasi dari berbagai latar belakang ekonomi. Peserta merasa lebih dihargai karena dapat memberikan kontribusi berdasarkan tingkat kepuasan masing-masing. Model ini menciptakan hubungan yang lebih manusiawi antara operator dan peserta dibandingkan transaksi komersial murni.

Secara sintesis, temuan empiris pada walking tour menunjukkan bahwa keberhasilan integrasi edutainment (melalui storytelling, humor, dan media visual) dalam ruang wisata urban (urban tourism) bergerak melampaui sekadar konfirmasi teori dasar, melainkan menghasilkan konstruksi pemaknaan ruang yang baru. Jika teori edutainment menekankan penurunan hambatan afektif dan teori wisata urban klasik cenderung melihat kota sebagai ruang konsumsi fisik semata, temuan ini memperkaya penelitian terdahulu dengan membuktikan bahwa strategi edutainment mentransformasi lanskap kota yang biasa menjadi ruang edukasi imersif berbasis emosi. Melalui pendekatan storytelling, peserta tidak hanya menikmati hiburan rekreatif di tengah riuk-pikuk kota, tetapi juga mengalami re-kontekstualisasi sejarah secara partisipatif, hal ini memperluas pandangan studi terdahulu bahwa keterlibatan generasi muda dalam wisata urban tidak lagi didorong oleh atraksi monumental fisik, melainkan oleh keintiman narasi dan kedekatan psikologis yang dihadirkan di sepanjang rute perjalanan.

Secara keseluruhan, sinergi antara strategi perencanaan yang matang, implementasi edutainment yang kreatif, serta evaluasi berbasis partisipasi peserta telah memosisikan Cerita SAKTA sebagai operator tur urban yang inovatif. Keberhasilan ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan pariwisata urban di Depok dan Bogor yang tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga pemahaman budaya yang mendalam dan inklusif.

SIMPULAN

Cerita SAKTA telah membuktikan bahwa walking tour dapat menjadi instrumen edutainment yang efektif dalam memperkenalkan potensi wisata urban yang tersembunyi melalui strategi narasi yang interaktif dan partisipatif. Keberhasilan operator ini terletak pada integrasi strategi kurasi rute yang sistematis dan pemanfaatan media visual seperti tablet yang mampu menjembatani pemahaman sejarah masa lalu dengan realitas masa kini secara imersif. Melalui peran multidimensional sebagai kurator dan inovator, Cerita SAKTA tidak hanya menyediakan hiburan, tetapi juga memicu transformasi kognitif peserta dalam mengapresiasi warisan budaya secara lebih mendalam dan inklusif. Disarankan agar Cerita SAKTA terus memperluas jangkauan rute dan mengoptimalkan platform digital untuk mempertahankan relevansinya di kalangan generasi muda.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah memperkaya kajian wisata urban, *edutainment tourism*, dan *experiential tourism* dengan membuktikan bahwa motivasi *escape* serta interpretasi sejarah kini dapat terjadi secara mikro-spasial melalui re-konstruksi narasi emosional di tengah kota, tanpa mengandalkan jarak geografis atau atraksi monumental fisik. Secara praktis, temuan ini tidak hanya berguna bagi pengelola Cerita SAKTA, tetapi juga menjadi cetak biru bagi komunitas lokal, *tour guide*, dan pengembang kebijakan pariwisata urban dalam merancang rute berbasis *hidden gems* serta memformulasikan teknik *storytelling* interaktif untuk meningkatkan keterlibatan emosional generasi muda secara berkelanjutan.

Kajian ini memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah dan objek yang hanya berfokus pada operator tur *Cerita SAKTA* di koridor Jakarta, Depok, dan Bogor, sehingga temuan yang dihasilkan belum tentu dapat digeneralisasi pada komunitas *walking tour* di daerah lain. Selain itu, analisis motivasi dan persepsi peserta masih didominasi oleh deskripsi hasil wawancara subjektif tanpa pengukuran kuantitatif yang menguji tingkat kepuasan secara terukur. Implikasi yang dirumuskan juga masih terfokus pada perbaikan praktis bagi pengelola internal, belum menggali lebih jauh dampak teoritis jangka panjang bagi pengembangan kajian *experiential tourism* secara menyeluruh. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mendalami efektivitas model *edutainment walking tour* di destinasi wisata lain menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak pengalaman wisata terhadap tingkat kepuasan, loyalitas, dan pembelajaran wisatawan secara lebih komprehensif dan terukur.

DECLARATIONS

Competing Interests

The author declares that there are no competing interests related to the research, authorship, or publication of this article.

Funding

This research was independently funded by the author and did not receive any specific financial support or research grants from public, commercial, institutional, or non-profit funding organizations.

Research Ethics

This study employed a qualitative research approach involving interviews with seven informants, consisting of one mosque management representative, three culinary MSME operators, and three visitors to Al-Akbar National Mosque Surabaya. Formal ethical approval was not required under the applicable institutional procedures. All informants voluntarily agreed to participate in the research after being informed of its purpose. The confidentiality of participants' personal information was maintained throughout the research process.

Generative AI Disclosure

The author used ChatGPT (OpenAI) solely to assist in formatting the manuscript according to the journal's prescribed template. The tool was not used for data collection, data analysis, or the generation of research findings. The author reviewed the AI-assisted formatting and assumes full responsibility for the accuracy, originality, and integrity of the manuscript.

REFERENSI

Aksakal, N. (2015). Theoretical View To The Approach Of The Edutainment. *Procedia -Social And Behavioral Sciences*, 186, 1232–1239. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.081

Anjarwati, R., Malihah, E., & Andari, R. (2021). Peran Komunitas Jakarta Good Guide Dalam Pengembangan Wisata Edukasi Melalui Kegiatan Walking Tour. *Journal Of Event, Travel and Tour Management*, 1(1), 1–15.

Butar, Br. V., & Eviana, N. (2017). Potensi Daya Tarik Wisata Godong Ijo Sebagai Wisata Edukasi Di Depok Jawa Barat. *Jurnal Eduturisma*.

Chang, T. Y., Shen, C. C., & Li, Z.-W. (2018). Establishing Tour Guide Work Safety And Risk Management Indicators System. *Journal Of Tourism & Hospitality*, 07(02). https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000352

Coker, D. C. (2021). Making Thematic Analysis Systematic: The Seven Deadly Sins. *Journal Of Studies In Education*, 11(3), 126. https://doi.org/10.5296/jse.v11i3.18882

Falk, J. H., & Lynn D. Dierking. (2000). *Learning From Museums: Visitor Experiences And The Making Of Meaning*. New York: Altamira Press.

Febriandiela, F., Fitrisia, A., & Ofianto. (2023). Implementasi Thematic Analysis Melalui Langkah Coding Dalam Penelitian Kualitatif Pada Ilmu Sosial. *Fisipublik*, 8(1). https://journal.uwgm.ac.id/index.php/fisipublik

Gordon, A. (2014). What To See And How To See It: Tourists, Residents, And The Beginnings Of The Walking Tour In Nineteenth-Century Quebec City. *Journal Of Tourism History*, 6(1), 74–90. https://doi.org/10.1080/1755182x.2013.868533

Haq, R. A., Candra, A., & Habibi, A. (2024). Walking Tour Impacts As Cultural Tourism: Mlaku 01. *Jurnal Ilmu Sosial*, 22(1). http://jurnaldialektika.com/

Kurniansah, R., & Hali, M. S. (2018). Kajian Potensi Pariwisata Perkotaan Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Open Journal Systems*, 13(2). http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/

Liamputong, P. (2009). Qualitative Data Analysis: Conceptual And Practical Considerations. *Health Promotion Journal Of Australia*, 20(2), 133–139. https://doi.org/10.1071/he09133

Musthofa, B. M. (2023). Wisata Jalan Kaki Sebagai Alternatif Di Masa Dan Pasca Pandemi Covid-19 Di DKI Jakarta. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(2). https://doi.org/10.7454/jsht.v5i2.1021

Musthofa, B. M., & Saputra, U. A. (2023). Utilization of Digital Technology in Managing the Jakarta Walking tour. *Proceedings of the International Conference on Vocational Education Applied Science and Technology (ICVEAST 2023)*.

Pantiyasa, I. W., & Sutarso, M. A. (2020). *Memandu Wisata Di Desa Wisata Di Masa New Normal*. Denpasar: Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional Press.

Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Priyanto, R., Syarifuddin, D., & Martina, S. (2018). Perancangan Model Wisata Edukasi Di Objek Wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i1.2863

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2025 Tentang kepariwisataan

UNWTO. (2019). *Walking Tourism – Promoting Regional Development*. Madrid: World Tourism Organization. https://doi.org/10.18111/9789284420346

UNWTO. (2020). *Recommendations On Urban Tourism*. Madrid: World Tourism Organization. https://doi.org/10.18111/9789284422012

Utama, I. G. B. R. U. (2013). *Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia*. ResearchGate. https://doi.org/10.13140/rg.2.1.1010.7044

BIOGRAFI PENULIS

Budiman Mahmud Musthofa adalah seorang staf pengajar di Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Program Pendidikan Vokasi, Universitas Indonesia Depok.

Uggasena Ariya Saputra adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Program Pendidikan Vokasi, Universitas Indonesia Depok yang baru saja menyelesaikan studinya dan kini aktif sebagai pelaku dan operator Walking Tour di daerah Jakarta, Depok dan Bogor. Email: uggasena.ariya@ui.ac.id