

Wajah Baru Jalan Tunjungan Surabaya: Evolusi Ruang Publik Menjadi Destinasi Wisata Generasi Z

The New Face of Jalan Tunjungan Surabaya: Its Evolution from a Public Space into a Gen-Z Tourist Destination

Tacsiya Kristina Rodearna Marpaung¹, Arief Sudrajat²

^{1,2} Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya, 60231, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pergeseran ruang publik di Jalan Tunjungan, Surabaya, dan dampaknya terhadap perilaku berwisata Generasi Z. Transformasi Jalan Tunjungan dari pusat perdagangan tradisional menjadi area multifungsi dengan fasilitas modern mencerminkan kemampuan kota beradaptasi dengan perubahan zaman. Generasi Z tertarik pada Jalan Tunjungan karena perpaduan budaya, kreativitas, dan gaya hidup modern yang ditawarkan, termasuk kafe, galeri seni, dan spot Instagramable. Mereka memanfaatkan ruang ini untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, dan berbagi pengalaman, yang menunjukkan perubahan dalam persepsi dan penggunaan ruang tersebut. Perubahan ini mempengaruhi perilaku perjalanan Generasi Z, yang kini lebih memilih destinasi dengan pengalaman beragam dan dukungan untuk aktivitas digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam, serta menerapkan teori Mobilitas dari John Urry (2007) untuk menganalisis dinamika interaksi sosial dan mobilitas di ruang publik. Hasilnya menunjukkan bahwa transformasi Jalan Tunjungan menciptakan lingkungan inklusif dan berkelanjutan, memenuhi kebutuhan generasi muda tanpa menghilangkan warisan budaya kota. Modernisasi ruang publik di Surabaya, seperti taman kota dan kawasan pejalan kaki, terbukti tidak hanya menarik minat Generasi Z, tetapi juga mengubah cara mereka berinteraksi dengan dan menikmati lingkungan sekitar..

Kata Kunci: Jalan Tunjungan, Transformasi Ruang Publik, Perilaku Berwisata, Generasi Z, Surabaya

Abstract

This study examines the transformation of public space on Jalan Tunjungan in Surabaya and its impact on the tourism behavior of Generation Z. The shift of Jalan Tunjungan from a traditional commercial center to a multifunctional area with modern amenities reflects the city's ability to adapt to changing times. For Generation Z, Jalan Tunjungan is appealing due to its blend of culture, creativity, and modern lifestyle as evidenced in its cafes, art galleries, and Instagrammable spots. They use these spaces to express themselves, interact, and share. This illustrates a shift in how these spaces are perceived and utilized. This transformation significantly influences Generation Z's travel behavior as they chose destinations offering diverse experiences and supporting their digital activities. The study employs a descriptive qualitative method supported by in-depth interviews and applies John Urry's theory of Mobilities (2007) to analyze social interaction dynamics and

¹ Korespondensi Penulis

Email: tacsiya.22087@mhs.unesa.ac.id

mobility in public spaces. The findings reveal that the transformation of Jalan Tunjungan creates an inclusive and sustainable environment that meets the needs of the younger generation while preserving the city's cultural heritage. The modernization of public spaces in Surabaya, such as parks and pedestrian areas, does not only attract Generation Z but also change how they interact with and enjoy their surroundings.

Keywords: *Jalan Tunjungan, Public Space Transformation, Tourist behavior, Generation Z, Surabaya*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata di kota-kota besar merupakan fenomena yang berdampak signifikan pada ekonomi urban dan lanskap budaya. Interaksi antara lingkungan perkotaan dan kegiatan pariwisata membentuk pengalaman pengunjung serta dinamika kota (Ling-ling dan Yang, 2022). Jumlah wisatawan yang terus meningkat disebabkan oleh beragam atraksi yang ditawarkan kota-kota besar, mulai dari peninggalan bersejarah, pusat perbelanjaan modern, hingga acara-acara budaya spektakuler. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan kontribusi langsung tetapi juga menciptakan banyak peluang kerja bagi penduduk lokal. Dengan berkembangnya sektor pariwisata, investasi di bidang infrastruktur pun meningkat, memberikan dampak positif pada sektor ekonomi, sosial, dan budaya. Melalui pariwisata, orang dapat mengenal budaya dan tradisi lain, memperkaya kehidupan sosial, meningkatkan toleransi, dan menjadikan masyarakat lebih kosmopolitan.

Surabaya, sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, terletak di sebelah timur Pulau Jawa dan dikenal sebagai Kota Pahlawan. Kota ini memiliki sejarah perjuangan kemerdekaan yang panjang dan kaya, serta dikenal sebagai pusat industri dan perdagangan dengan kekayaan budaya dan kuliner yang memikat banyak wisatawan. Surabaya menawarkan fasilitas modern dan infrastruktur yang terstruktur dengan baik, menjadikannya nyaman bagi penduduk dan pengunjung. Kota ini memadukan elemen tradisional dan kontemporer, dengan bangunan kolonial bersejarah, museum, dan monumen yang mencerminkan masa lalu, sementara pusat perbelanjaan modern dan restoran bintang lima mencerminkan kehidupan kosmopolitan.

Salah satu jalan bersejarah di Surabaya adalah Jalan Tunjungan, yang mencerminkan perubahan sosial dan ekonomi kota. Dulu, jalan ini dipenuhi dengan bangunan rendah berlantai dua dan dikenal sebagai pusat perbelanjaan tradisional. Hingga tahun 1980-an, tampilan jalan ini hampir tidak berubah. Namun, dalam beberapa

dekade terakhir, Jalan Tunjungan mengalami evolusi yang signifikan. Wilayah yang dulunya didominasi pedagang tradisional kini telah berubah menjadi objek wisata populer bagi Generasi Z. Generasi Z, yang dikenal dengan kecanggihan teknologi dan penggunaan media sosial, memanfaatkan tempat ini untuk berekspresi, berinteraksi, dan berbagi pengalaman. Hal ini sesuai dengan pandangan Urry (2002) yang menekankan hubungan antara pariwisata, konsumerisme, dan identitas budaya, serta bagaimana wisatawan menggunakan perjalanan untuk membangun dan mengekspresikan identitas mereka. Surabaya, dengan kekayaan budaya dan kuliner seperti rujak cingur dan sate klop, serta fasilitas modernnya, menawarkan kenyamanan untuk tinggal dan berkunjung. Jalan Tunjungan, yang dulunya dikenal dengan toko-toko bergaya tradisional, kini telah berkembang menjadi pusat perbelanjaan dengan fasilitas bintang lima dan bangunan komersial modern. Surabaya mencerminkan perpaduan harmonis antara sejarah dan modernitas, menciptakan kota yang kaya akan warisan budaya dan menjadi pusat ekonomi serta hiburan kosmopolitan.

Untuk memahami dinamika transformasi ini, teori mobilitas John Urry menjadi landasan penting. Urry menekankan bahwa mobilitas mencakup tidak hanya perpindahan fisik orang dan barang tetapi juga aliran informasi, ide, dan budaya yang membentuk ruang sosial baru (Urry, 2000). Teori ini relevan untuk menganalisis bagaimana Jalan Tunjungan bertransformasi dari ruang publik konvensional menjadi destinasi wisata yang dinamis dan multifungsi. Menurut Urry (2007), mobilitas meliputi lima elemen utama: perjalanan fisik, jaringan, komunikasi, interaksi sosial, dan mobilitas digital, yang kesemuanya berperan dalam mengubah fungsi dan persepsi ruang publik seperti Jalan Tunjungan.

Generasi Z menginginkan lebih dari sekadar tempat untuk berbelanja; mereka mencari pengalaman menyeluruh di mana budaya, ide kreatif, dan gaya hidup kontemporer dapat dinikmati. Jalan Tunjungan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan muda yang mencari tempat untuk bersantai sekaligus berfungsi sebagai ruang kerja fleksibel (Sulistyo, 2023). Transformasi ini juga berdampak pada identitas sosial dan koneksi di Surabaya, menjadikan Jalan Tunjungan sebagai tempat yang lebih terbuka dan menarik.

Penelitian tentang ruang publik dan preferensi ruang publik Generasi Z telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Ardina dan Natalia (2018) mencatat bahwa

Generasi Z menyukai ruang publik yang fleksibel, unik, memiliki privasi yang memadai, dan sifat kontemplatif. Alif dkk (2023) menunjukkan bahwa mereka lebih memilih kegiatan bersama teman di ruang terbuka, seperti bersantai, mengambil gambar, dan mengobrol. Almadina dkk (2023) menambahkan bahwa keterjangkauan sosial ruang publik terbuka efektif memenuhi kebutuhan Generasi Z untuk interaksi sosial dan retreat. Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi kajian tentang preferensi ruang sosial Generasi Z dari sudut pandang sosiologis, serta memahami kepentingan sosiokultural dan konsekuensi transformasi ini, memberikan gambaran yang lengkap tentang Jalan Tunjungan dalam konteks kehidupan masyarakat Surabaya. Dengan menjawab dua pertanyaan pertama, bagaimana Jalan Tunjungan bertransformasi menjadi destinasi wisata yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan Generasi Z. Kedua, bagaimana perubahan ini mencerminkan pergeseran dalam penggunaan dan persepsi ruang publik di era modern.

2. METODOLOGI

Penelitian ini adalah studi kualitatif yang menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interviews*) untuk mengumpulkan informasi terperinci dari informan. Wawancara dilakukan dengan atau tanpa pedoman, tergantung pada situasi, dan melibatkan interaksi sosial yang intens antara pewawancara dan informan (Sutopo, 2006: 72). Kriteria utama dalam pemilihan partisipan adalah Generasi Z (berusia 18-25 tahun) yang sering mengunjungi ruang publik modern di Surabaya, khususnya Tunjungan Plaza. Sebanyak 10 partisipan dengan latar belakang beragam, termasuk mahasiswa, pekerja lepas, dan profesional muda yang tertarik pada tren dan gaya hidup urban, telah dipilih. Rekrutmen dilakukan melalui media sosial dan jaringan personal, dengan penjelasan lengkap mengenai tujuan penelitian dan hak-hak partisipan. Setiap partisipan diberikan lembar persetujuan tertulis yang menjelaskan hak mereka untuk menarik diri dari penelitian kapan saja tanpa konsekuensi. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan durasi antara 45 hingga 60 menit per sesi, satu kali untuk setiap partisipan, di lokasi yang nyaman seperti kafe atau ruang publik lainnya. Fokus penelitian ini adalah Generasi Z yang sering mengunjungi Jalan Tunjungan, yang dipilih karena kelompok usia ini dianggap dinamis dalam hal teknologi digital dan media sosial.

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan tematik. Transkrip wawancara dibaca berulang kali untuk mengidentifikasi tema-tema

kunci. Langkah awal adalah melakukan coding pada transkrip untuk menemukan kata-kata atau frasa yang sering muncul dan relevan dengan penelitian. Coding ini kemudian dikelompokkan menjadi tema-tema yang lebih besar, seperti perubahan pola interaksi sosial, pengaruh media sosial terhadap perilaku wisata, dan preferensi terhadap fasilitas modern. Setelah tema-tema utama diidentifikasi, analisis lebih mendalam dilakukan untuk memahami hubungan antara tema-tema tersebut dan bagaimana mereka mencerminkan pengaruh modernisasi ruang publik terhadap perilaku Generasi Z. Interpretasi data mempertimbangkan latar belakang dan pengalaman setiap partisipan, serta konteks sosial dan budaya Surabaya sebagai kota yang terus berkembang.

3. PEMBAHASAN

3.1 Perubahan Wajah Jalan Tunjungan Surabaya: Sebuah Evolusi Ruang Publik

Perubahan bentuk Jalan Tunjungan Surabaya telah menyebabkan perubahan struktur dan fungsi ruang publik yang signifikan. Dulu, Jalan Tunjungan merupakan pusat perdagangan dan bisnis yang sibuk, tetapi kini telah bertransformasi menjadi area multifungsi. Data statistik menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah kafe modern, galeri seni, dan area umum di sekitar Jalan Tunjungan. Menurut data dari Dinas Pariwisata Kota Surabaya, jumlah kafe dan restoran baru di kawasan ini meningkat sebesar 35% dalam tiga tahun terakhir, mencerminkan pergeseran fungsi ruang publik menjadi area interaksi sosial yang lebih dinamis dan terbuka. Survei pengunjung juga mengungkapkan bahwa 68% dari mereka datang ke Tunjungan bukan hanya untuk berbelanja, tetapi juga untuk bersosialisasi dan menikmati suasana kota yang semakin modern dan estetik. Bukti-bukti ini mendukung klaim bahwa modernisasi ruang publik di Tunjungan telah berhasil menarik lebih banyak orang untuk berinteraksi di ruang terbuka, meningkatkan daya tarik visual jalan serta menjadikannya pusat sosial dan budaya yang lebih dinamis.

Aza dan Handoyo (2023) mencatat bahwa dinamika ruang publik di Jalan Tunjungan melibatkan pemanfaatan area parkir dan hubungan kekuasaan antara petugas parkir, modal sosial, dan kontrak kerjasama dengan pemerintah. Proses revitalisasi Jalan Tunjungan tidak hanya membawa perubahan fisik tetapi juga menciptakan ruang interaksi sosial baru. Tigor dkk (2022) menyebutkan bahwa reformasi di Indonesia telah mengubah ruang publik di kota-kota seperti Surabaya, dengan meningkatnya kesadaran

akan fungsi sosial-politik, perencanaan partisipatif, dan munculnya ruang publik komersial seperti pusat perbelanjaan. Pemerintah Kota Surabaya aktif dalam pengembangan infrastruktur dan fasilitas umum, termasuk pedestrianisasi Jalan Tunjungan dan penambahan ruang hijau, yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan ramah pejalan kaki serta menarik lebih banyak pengunjung untuk meningkatkan ekonomi lokal.

Namun, Anneke dan Kusliansjah (2019) mencatat bahwa transformasi Surabaya menjadi kota metropolitan telah mengakibatkan hilangnya karakteristik pedestrian shopping street di Jalan Tunjungan, dengan hanya pola bangunan linier yang tersisa akibat penyesuaian jalan menjadi satu arah. Aminah (2021) menemukan paradoks pejalan kaki akibat kebijakan furniturisasi dan implementasi konsep kota pintar yang mengurangi pemenuhan kebutuhan miskin dan vendor jalanan.

Meskipun demikian, upaya pelestarian budaya kota masih terus dilakukan melalui restorasi bangunan bersejarah dan penyelenggaraan berbagai acara budaya. Hal ini menunjukkan keseimbangan antara kemajuan modern dan pelestarian warisan budaya di Jalan Tunjungan. Perubahan struktur ruang publik di Jalan Tunjungan mencerminkan evolusi kota yang beradaptasi dengan pergeseran zaman tanpa meninggalkan akar budaya dan sejarahnya. Ini juga menekankan perlunya perencanaan kota yang berkelanjutan dan inklusif untuk memenuhi kebutuhan berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang merupakan penggerak utama dinamika sosial dan ekonomi kota.

Daya Tarik Jalan Tunjungan Surabaya bagi Generasi Z dan Teori Mobilitas Urry

Jalan Tunjungan Surabaya telah menjadi magnet bagi Generasi Z, menarik mereka dengan kombinasi modernisasi dan fasilitas yang sesuai dengan gaya hidup digital mereka. Generasi Z, yang dikenal sebagai digital natives, cenderung memilih destinasi yang menawarkan pengalaman unik dan dapat dibagikan melalui media sosial. Penelitian oleh McKinsey & Company (2019) mengungkapkan bahwa Generasi Z sangat dipengaruhi oleh konten visual yang menarik, yang tercermin dalam meningkatnya kunjungan mereka ke tempat-tempat yang "Instagrammable" seperti Jalan Tunjungan Surabaya.

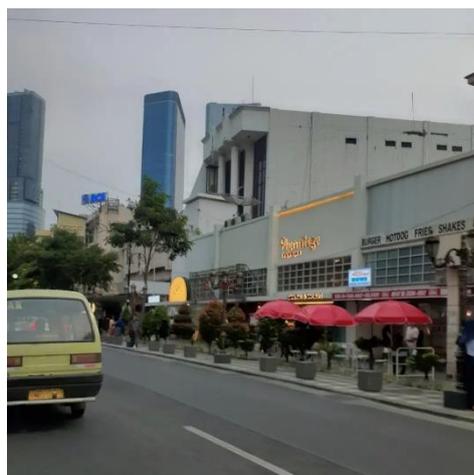
Selain itu, penelitian oleh Cavusgil *et al.* (2020) menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki preferensi kuat terhadap lingkungan yang interaktif dan terintegrasi dengan

teknologi. Tunjungan Plaza, dengan fasilitas Wi-Fi gratis, instalasi seni modern, dan desain arsitektur futuristik, menjadi contoh nyata bagaimana ruang publik dapat diadaptasi untuk memenuhi kebutuhan generasi ini. Studi oleh Urban Studies (2021) juga menemukan bahwa ruang publik yang dimodernisasi, seperti Tunjungan, berperan penting dalam membentuk identitas sosial Generasi Z. Mereka memanfaatkan tempat-tempat ini tidak hanya sebagai ruang sosial tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri melalui media digital.

Hasil survei Dinas Pariwisata Surabaya (2022) menunjukkan bahwa 72% responden dari Generasi Z memilih Tunjungan sebagai destinasi utama karena fasilitas hiburannya yang lengkap, termasuk bioskop, galeri seni, dan area kuliner. Ini mengonfirmasi bahwa Generasi Z tertarik pada pengalaman yang immersive dan beragam, yang semuanya tersedia di Jalan Tunjungan. Dengan dukungan dari berbagai penelitian ini, jelas bahwa daya tarik Tunjungan bagi Generasi Z tidak hanya disebabkan oleh modernisasi fisik semata, tetapi juga oleh kemampuannya menyediakan pengalaman yang sejalan dengan karakteristik digital dan sosial generasi ini.

Salah satu daya tarik utama Jalan Tunjungan bagi Generasi Z adalah kemampuannya memberikan pengalaman menyeluruh yang menghubungkan budaya, kreativitas, dan gaya hidup modern. Generasi ini, yang sangat dipengaruhi oleh teknologi, membutuhkan tempat yang tidak hanya memiliki keindahan artistik tetapi juga memungkinkan mereka untuk mendapatkan pengalaman yang dapat dibagikan di media sosial. Jalan Tunjungan memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan fasilitas-fasilitas modern seperti kafe-kafe trendy, galeri seni, dan banyak tempat menarik yang ideal untuk diabadikan dalam media digital.

Gambar 1. Suasana di salah satu sudut Jalan Tunjungan



Hasil observasi menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Jalan Tunjungan Surabaya adalah mahasiswa, baik laki-laki maupun perempuan. Ini mengindikasikan bahwa generasi muda, khususnya Generasi Z, mendominasi aktivitas di area ini. Mereka tertarik dengan suasana yang menggabungkan budaya, kreativitas, dan kehidupan modern yang ditawarkan Jalan Tunjungan. Menurut Embun, seorang mahasiswa dari Universitas Airlangga, "Jalan Tunjungan jadi salah satu tempat favorit sejak aku kuliah di Surabaya, karena selain bisa jadi tempat hang-out bareng teman-teman, jalan ini juga ada banyak kafe aesthetic jadi gak bosan" (2024).

Selain itu, Tunjungan menawarkan banyak ruang kreatif dan tempat nongkrong yang menarik bagi Generasi Z. Kafe-kafe trendi dengan konsep unik dan desain interior menarik sering dikunjungi untuk berkumpul, menyelesaikan pekerjaan, atau sekadar beristirahat. Fasilitas ini memenuhi kebutuhan akan ruang sosial sekaligus memupuk kreativitas dan produktivitas generasi ini, yang sering harus berada di zona kerja hampir sepanjang waktu. Ruang kerja bersama dan kafe dengan desain unik telah menjadi tempat komunal penting bagi mereka.

Data dari Dinas Pariwisata Surabaya menunjukkan bahwa tempat-tempat ini sering menjadi lokasi favorit pengunjung muda, dengan persentase kunjungan yang terus meningkat setiap tahunnya. Sejak Jalan Tunjungan diresmikan sebagai destinasi wisata sejarah pada 2021, dengan adanya UMKM berkualitas yang menawarkan produk khas Surabaya seperti rujak cingur, pecel semanggi, tahu tek, dan batik mangrove, kunjungan wisatawan meningkat secara signifikan. Pada tahun 2019, sebelum pandemi, jumlah

kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Surabaya mencapai 23 juta orang, termasuk 1,2 juta wisatawan mancanegara, yang menunjukkan potensi besar untuk memperkenalkan kota melalui produk UMKM (<https://wartagres.com/2021/12/02/psi-imbau-tunjungan-market-street-dengan-mengunggulkan-produk-lokal>).

Generasi Z juga tertarik pada tempat-tempat bersejarah dan budaya, yang memberi mereka kesempatan untuk mengeksplorasi warisan dan sejarah sambil menikmati suasana kota modern. Bangunan bersejarah yang telah dipugar kini menjadi destinasi wisata atau galeri seni, memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk belajar sambil bersenang-senang. Acara dan festival budaya yang sering diadakan di Jalan Tunjungan menambah daya tarik kawasan ini, menjadikannya lebih menyenangkan dan edukatif.

Teori mobilitas John Urry (2007), yang berkaitan dengan mobilitas sosial dan spasial, dapat digunakan untuk menganalisis perubahan ruang publik di Jalan Tunjungan. Urry mengidentifikasi lima elemen utama dalam teori mobilitasnya antara lain, mobilitas fisik (pergerakan manusia dan barang), mobilitas sosial (perubahan status sosial), mobilitas virtual (pergerakan informasi digital), mobilitas ekonomi (aktivitas ekonomi global), dan mobilitas kultural (perpindahan ide dan budaya). Kelima elemen ini saling berinteraksi dan mempengaruhi hubungan kita dengan ruang, struktur sosial, dan ekonomi dalam masyarakat modern.

Jalan Tunjungan telah bertransformasi menjadi ruang publik favorit bagi Generasi Z melalui penerapan kelima elemen teori mobilitas John Urry. Mobilitas fisik berperan dalam perbaikan infrastruktur dan peningkatan aksesibilitas. Mobilitas sosial terlihat dari bagaimana jalan ini menjadi pusat interaksi sosial sesuai dengan preferensi Generasi Z. Mobilitas virtual berkontribusi melalui promosi di media sosial yang meningkatkan daya tarik jalan sebagai lokasi yang instagrammable. Mobilitas ekonomi didorong oleh investasi dalam pusat perbelanjaan dan fasilitas komersial yang menarik bagi generasi ini. Terakhir, mobilitas kultural tercermin dari penyesuaian dengan tren global dan desain modern yang sesuai dengan minat Generasi Z, seperti ruang interaktif dan acara budaya. Kombinasi elemen-elemen ini menciptakan lingkungan yang relevan dan menarik, menjadikan Jalan Tunjungan sebagai destinasi populer bagi generasi muda.

Dengan berbagai aktivitas dan fasilitas yang tersedia, Jalan Tunjungan menawarkan tempat yang ideal bagi Generasi Z untuk berbelanja, menikmati kuliner, dan menghadiri

acara budaya. Dengan demikian, Jalan Tunjungan telah berhasil menjadi ruang publik yang memadukan unsur modern dan tradisional dalam satu kesatuan yang harmonis.

Evolusi Jalan Tunjungan Surabaya dan Perilaku Wisata Generasi Z

Transformasi kawasan Jalan Tunjungan di Surabaya merupakan salah satu proyek revitalisasi kota yang signifikan, bertujuan menghidupkan kembali ruang publik dan menarik lebih banyak pengunjung, terutama dari kalangan Generasi Z. Untuk memahami dampak transformasi ini terhadap perilaku wisata Generasi Z, yang memiliki karakteristik dan preferensi unik, kita dapat menggunakan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior - TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Teori ini menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat, yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku. Dalam konteks ini, sikap Generasi Z terhadap transformasi Jalan Tunjungan, norma sosial di antara mereka, dan persepsi mereka tentang aksesibilitas tempat ini akan sangat menentukan minat mereka untuk mengunjungi dan berpartisipasi dalam aktivitas wisata di sana.

Penelitian terdahulu tentang revitalisasi ruang publik di kota-kota besar memberikan wawasan berharga. Montgomery (1998) dalam studi tentang "Urban Revitalization" menunjukkan bahwa revitalisasi ruang publik dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial dan ekonomi. Gehl (2010) juga menyoroti pentingnya desain ruang publik yang responsif terhadap kebutuhan pengunjung, khususnya kelompok usia muda, untuk meningkatkan keterlibatan mereka. Di Surabaya, studi tentang transformasi ruang publik, seperti revitalisasi kawasan Ampel dan Kya-Kya, lebih fokus pada aspek historis dan religius. Penelitian ini berbeda karena fokus pada transformasi Jalan Tunjungan untuk memahami perilaku wisata Generasi Z, yang dipengaruhi oleh digitalisasi, kebutuhan akan pengalaman unik, dan tren sosial.

Dalam membandingkan penelitian ini dengan studi terdahulu, terlihat bahwa sebagian besar penelitian tentang transformasi ruang publik lebih fokus pada dampak ekonomi dan sosial secara umum, tanpa mempertimbangkan generasi pengunjung secara spesifik. Misalnya, studi oleh Whyte (1980) tentang "The Social Life of Small Urban Spaces" menekankan pada bagaimana ruang publik dirancang untuk memenuhi kebutuhan semua lapisan masyarakat. Penelitian ini mempersempit fokus pada dampak

spesifik terhadap Generasi Z, yang memiliki perilaku dan preferensi berbeda, terutama dalam hal penggunaan teknologi dan ekspektasi terhadap pengalaman wisata.

Studi ini berkontribusi dengan menyoroiti bagaimana transformasi ruang publik, seperti di Jalan Tunjungan, dapat dioptimalkan untuk menarik minat Generasi Z, yang lebih terhubung secara digital dan mencari pengalaman yang bersifat personal dan interaktif. Sebagai contoh, strategi pemasaran digital dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi dapat menjadi kunci dalam menarik perhatian Generasi Z ke kawasan ini.

Wajah baru Jalan Tunjungan Surabaya, dengan struktur fisiknya yang lebih modern, sangat mempengaruhi preferensi Generasi Z dalam berwisata. Saat ini, tempat ini menjadi salah satu destinasi favorit anak muda untuk berbagai kegiatan wisata. Perubahan ini mengubah preferensi mereka dalam memilih destinasi, di mana mereka cenderung mencari tempat yang menawarkan pengalaman unik dan fasilitas yang sesuai dengan gaya hidup mereka.

Gambar 2. Beragam Toko dan Restoran di Sekitar Jalan Tunjungan



Salah satu implikasi yang jelas dari transformasi Jalan Tunjungan adalah meningkatnya minat Generasi Z untuk mengunjungi kawasan ini sebagai destinasi utama untuk berbelanja dan menikmati kuliner. Toko-toko dan restoran yang menyajikan produk serta makanan kekinian telah menjadi pusat perhatian. Generasi Z tidak hanya mencari barang dan jasa, tetapi juga pengalaman yang dapat dibagikan di media sosial

mereka. Akibatnya, jumlah pengunjung Tunjungan meningkat signifikan pada akhir pekan dan hari libur.

“Jalan Tunjungan tuh enak banget buat jadi tempat nongkrong, apalagi pas malam minggu. Ya, walaupun rame banget sih, tapi setiap bangunan yang masih ada kesan jaman dulunya itu menarik. Apalagi aku sering liat di Instagram atau TikTok, banyak yang pada dateng ke sini, jadi agak FOMO dikit hehe” (Dindar, Mahasiswa UINSA, 2024).

FOMO, atau Fear of Missing Out, adalah istilah populer di kalangan Generasi Z yang mencerminkan rasa takut tertinggal dari tren terbaru di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan di Tunjungan juga berdampak pada cara Generasi Z berinteraksi dan bersosialisasi. Dengan banyaknya kafe dan ruang publik yang dirancang dengan estetika dan kenyamanan, tempat-tempat ini menjadi pilihan utama untuk berkumpul dan berinteraksi. Kegiatan di lokasi-lokasi ini sering dibagikan di platform media sosial, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan orang lain untuk mengunjungi Tunjungan, menciptakan efek pengaruh yang signifikan di kalangan Generasi Z..

Gambar 3. Jalan Tunjungan yang Semakin Ramai Pengunjung di Malam Hari



Banyak pengunjung Jalan Tunjungan merasa betah berada di sini, meskipun awalnya mereka datang untuk waktu yang singkat. Banyak dari mereka sering datang untuk mengerjakan tugas kuliah atau sekadar menghabiskan waktu. Fenomena ini juga berdampak pada pola konsumsi budaya Generasi Z. Dengan adanya berbagai acara seni dan budaya di Tunjungan, mereka dapat dengan mudah mengakses dan menikmati

kegiatan-kegiatan tersebut. Hal ini tidak hanya memperkaya pengalaman berwisata mereka, tetapi juga meningkatkan apresiasi terhadap warisan budaya lokal, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada mobilitas sosial generasi muda.

“Sering juga ada acara seni dan budaya yang keren di sekitaran jalan sini. Walaupun aku warga lokal, tapi kalau nugas suka bingung mau kemana, jadinya ke sini deh. Walau pulang-pulang uang bulanan langsung menipis soalnya ga mungkin kan kalau ke sini gak jajan atau ngopi” (Anditta, mahasiswa UPN JATIM, 2024).

Tunjungan Surabaya telah berhasil menarik perhatian Generasi Z dan mengubah perilaku berwisata mereka. Destinasi utama ini kini mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan generasi muda yang dinamis dan berorientasi pada pengalaman, berkat berbagai fasilitas modern dan pengalaman menarik yang ditawarkannya. Ini menunjukkan bahwa perubahan tata kota yang efektif dapat secara positif mempengaruhi perilaku dan preferensi wisata di kalangan generasi muda..

4. KESIMPULAN

Transformasi ruang publik di Tunjungan, Surabaya, mencerminkan kemampuan kota ini untuk beradaptasi dengan modernisasi sambil melestarikan warisan budaya dan nilai sejarah. Perubahan ini telah menciptakan daya tarik baru bagi Generasi Z dengan fasilitas modern, ruang kreatif, dan pengalaman budaya yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Akibatnya, Generasi Z kini cenderung memilih tempat yang menawarkan pengalaman unik dan momen yang dapat dibagikan di media sosial mereka. Tunjungan telah berhasil menjadi pusat gravitasi baru bagi generasi muda dengan memadukan aspek modern dan tradisional secara harmonis. Transformasi ini menunjukkan bahwa perencanaan kota yang inklusif dan berkelanjutan dapat berhasil memenuhi kebutuhan generasi muda.

Untuk itu, sebagai rekomendasi, pengembangan pengetahuan dalam perencanaan kota harus difokuskan pada kebutuhan generasi muda. Generasi Z, yang akan menjadi pilar utama dalam membentuk masa depan kota, memiliki karakteristik dan preferensi unik yang dipengaruhi oleh teknologi, digitalisasi, dan kebutuhan akan pengalaman yang bersifat personal dan interaktif. Memahami dan mengakomodasi kebutuhan mereka dalam perencanaan kota adalah langkah strategis untuk memastikan kota berkembang sejalan dengan perubahan zaman.

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk memahami bagaimana elemen desain perkotaan dapat berkolaborasi dengan budaya untuk mengembangkan ruang publik yang dinamis dan berkelanjutan. Perencanaan kota yang berfokus pada generasi muda penting untuk memastikan relevansi dan daya saing kota di masa depan, namun tidak boleh mengabaikan kebutuhan generasi lainnya. Perencanaan kota yang sukses adalah yang mampu mengintegrasikan kebutuhan semua lapisan masyarakat, menciptakan ruang publik yang inklusif, dan mendukung kehidupan yang berkelanjutan untuk semua generasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyu, M. D. N., Amanda, S. P. G., Yusnateti, Y., & Wulandari, D. P. (2023). Analisis minat berkunjung kembali generasi Z ke objek wisata Mifan Waterpark pada masa adaptasi kebiasaan baru. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 91-109. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v2i1.677>
- Alif, Faricha, Almadina., Syam, Rachma, Marcillia. (2023). (1) The use of physical setting preference by generation z in public open space, case study: yogyakarta 0 kilometer point. *Lakar*, doi: 10.30998/lja.v6i2.19281
- Anneke, Clauvinia, Patriajaya., Yohanes, Karyadi, Kusliansjah. (2019). (1) Hilangnya karakter pedestrian shopping street jalan Tunjungan akibat transformasi Surabaya sebagai Kota Metropolitan. doi: 10.30822/ARTEKS.V4i1.81
- Ardina, Susanti., Tri, Widiанти, Natalia. (2018). (3) Public space strategic planning based on Z generation preferences. doi: 10.1088/1757-899X/407/1/012076
- A, F, Almadina., Syam, Rachma, Marcillia. (2024). (2) Determining The Needs of Social Affordance in an Open Public Space for Gen Z. *IOP conference series*, doi: 10.1088/1755-1315/1301/1/012005

- Asnawi, A., Octrina, F., & Asri, J. (2019). Penguatan citra destinasi melalui pemasaran kota, event wisata dan pemasaran media sosial. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(1), 10-19. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i1.541>
- Aza, Rifda, Khamimiya., Pambudi, Handoyo. (2023). (2) Power Relations in Utilizing Public Space as a Parking Place in the Tunjungan Street, Surabaya. *Forum Ilmu Sosial*, doi: 10.15294/fis.v50i2.48387
- Febrizka Nabilla, Kiki Dwi Arviani, Rizka Herlina, & Dini Safitri. (n.d.). ANALISIS RUANG PUBLIK INSTAGRAM BEMP ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA SEBAGAI TRANSFORMASI INFORMASI.
- Hudaa, S. (2024). Pemilihan kaliurang sebagai potensi wisata strategis untuk mahasiswa. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.37253/altasia.v6i1.8347>
- Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. (2019). Aktivitas santap dan minum generasi z pada media sosial instagram. *Mediator (Jurnal Komunikasi)*, 12(2). <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.5048>
- Khamimiya, A. (2023). Power relations in utilizing public space as a parking place in the tunjungan street, surabaya. *fis*, 50(2), 109-120. <https://doi.org/10.15294/fis.v50i2.48387>
- Krishanty, T., & Herlambang, S. (2023). Konsep adaptasi re-use dan biophilic pada revitalisasi bangunan bersejarah (kasus hellendoorn tunjungan, surabaya). *Jurnal Sains Teknologi Urban Perancangan Arsitektur (Stupa)*, 4(2), 1965-1978. <https://doi.org/10.24912/stupa.v4i2.21721>
- Kusumatuti, B. S. (2020). Analisis Pengalih Fungsian Manfaat Infrastruktur Jalan Tunjungan Sebagai Tempat Wisata Kekinian Di Kota Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 16(2), 227-236.
- Nasution, A. (2020). Integrasi media sosial dalam pembelajaran generasi z. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 13(1), 80-86. <https://doi.org/10.24036/tip.v13i1.277>

- Patriajaya, A. C., & Kusliansjah, Y. K. (2019). Hilangnya Karakter Pedestrian Shopping Street Jalan Tunjungan Akibat Transformasi Surabaya Sebagai Kota Metropolitan. *ARTEKS: Jurnal Teknik Arsitektur*, 4(1), 73-84. <https://doi.org/10.30822/arteks.v4i1.81>
- Patriajaya, A., & Kusliansjah, Y. (2019). Hilangnya karakter pedestrian shopping street jalan tunjungan akibat transformasi surabaya sebagai kota metropolitan. *Arteks Jurnal Teknik Arsitektur*, 4(1), 73-84. <https://doi.org/10.30822/arteks.v4i1.81>
- Pertiwi, Y. (2022). Perferensi pengunjung generasi z terhadap kondisi infrastruktur di kawasan pasar lama tangerang. *Jurnal Pengembangan Kota*, 10(2), 181-188. <https://doi.org/10.14710/jpk.10.2.181-188>
- Prananta, A. (2023). Model structural equation modelling (sem) dampak faktor pemilihan city branding “kota tua dan urban”, terhadap motivasi, inisiasi dan implementasi kunjungan wisatawan di kota lawang, kabupaten malang. *Jurnal Sosial-Politika*, 4(1), 1-19. <https://doi.org/10.54144/jsp.v4i1.62>
- Ling-ling, Gao., Qing, Yang. (2022). (1) Empirical Suggestions on Constructing Smart Tourism City Based on City Tourism Image - Taking Shenzhen as an Example. *Academic Journal of Environment & Earth Science*, doi: 10.25236/ajee.2022.040302
- Rahayu, P. (2024). Pengaruh media sosial (instagram) dan daya tarik pengunjung terhadap minat berkunjung ke city light jalan tunjungan surabaya. *Excellence*, 2(2), 155-164. <https://doi.org/10.59841/excellence.v2i2.1346>
- Rizal Kurniansah, & Lia Rosida. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Universitas Mataram*, 8(1), 1-10.
- Romadhonita, N. (2023). Kajian karakteristik kawasan tunjungan sebagai heritage kota surabaya. *Jurnal Pengembangan Kota*, 11(2), 181-190. <https://doi.org/10.14710/jpk.11.2.181-190>

- Sagita, P. (2024). Pengaruh electronic word of mouth (ewom) dan atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung generasi z di kabupaten badung. *Jurnal Ipta*, 11(2), 33. <https://doi.org/10.24843/ipta.2023.v11.i02.p05>
- Saputra, M. R., & Rodhiyah. (2019). Strategi pengembangan wisata di kawasan Gunung Andong Magelang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(1), 23–32.
- Saraswati, D. E. (2015). Arahana revitalisasi kawasan cagar budaya sebagai wisata sejarah di kawasan Rajawali Surabaya. *Jurnal Perencanaan Kota dan Daerah*, 1(1), 45–59.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung (Studi obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792.
- Septiwirawan, R., Arifin, M. Z., Zulfiani, D., Berau, P. K., Kreatif, E., Konservasi, Y., Swasta, P., & Bahari, W. (2020). Upaya pengembangan wisata bahari di Pulau Maratua oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 9290–9302.
- Sigit, A., & Suyuthie, H. (2022). Motivasi wisatawan berkunjung ke agrowisata batu patah payo kota solok. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 3(2), 141-146. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v3i2.28972>
- Siti, Aminah. (2021). (9) The public rights to the sidewalk in a smart city framework: The case study of Surabaya. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, doi: 10.20473/MKP.V34I22021.221-234
- Sutjipto, P. B., & Subiyantoro, H. (2020). Pengaruh Aktivitas Wisata Tunjungan Romansa terhadap Ruang Publik. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 16(2), 237-246.
- Sutjipto, P. (2023). Pengaruh aktivitas wisata tunjungan romansa terhadap ruang publik. *JCS*, 2(1), 265-272. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i1.208>
- Sulistyo Budi Utomo. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Memperkenalkan Kawasan Wisata Jalan Tunjungan di Surabaya. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 449–458. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.284>

- Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century*. Routledge
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies* (2nd ed.). Sage Publications.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Polity Press
- Utomo, S. (2023). Pemanfaatan digital marketing dalam memperkenalkan kawasan wisata jalan tunjungan di Surabaya. *Indo-Fintech Intellectuals Journal of Economics and Business*, 3(2), 449-458. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.284>
- Utomo, S. (2024). The influence of celebrity endorsers to promote Jalan Tunjungan as a local destination in Surabaya. *ICOBUSS*, 3(1), 612-623. <https://doi.org/10.24034/icobuss.v3i1.426>
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., & Sarasvatī, S. (2019). Media sosial sebagai sarana informasi dan promosi pariwisata bagi generasi Z di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32659/tsj.v4i1.46>
- Tigor, Wilfritz, Soaduon, Panjaitan., Dorina, Pojani., Sebastien, Darchen. (2022). (8) The transformation of public space production and consumption in post-reformation Indonesian cities. *City, culture and society*, doi: 10.1016/j.ccs.2022.100444
- Wulandari, E., Rizal, E., & Lusiana, E. (2020). Strategi promosi e-journal untuk generasi Z di perpustakaan Universitas Padjadjaran. *Khizanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 8(1), 11. <https://doi.org/10.24252/kah.v8i1a2>
- <https://wartagres.com/2021/12/02/psi-imbau-tunjungan-market-street-dengan-mengunggulkan-produk-lokal>