

## ABSTRAK

Desa Lingga merupakan sebuah desa budaya yang terletak di Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo. Peninggalan bangunan adat yang telah berusia ratusan tahun menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Namun, kini daya tarik tersebut seakan mulai tergerus oleh perkembangan zaman. Dari 28 buah bangunan adat, kini hanya tersisa 2 buah rumah adat yang masih berdiri kokoh. Selain itu, dari segi penyediaan fasilitas juga masih jauh dari kata cukup bagi sebuah destinasi wisata.

Dengan demikian, sebuah rencana perbaikan *image* kawasan diperlukan untuk mengembalikan Desa Lingga sebagai destinasi wisata unggulan. Selain itu, diperlukan juga upaya pelestarian kebudayaan untuk meneguhkan esensi Desa Lingga sebagai desa budaya. Rencana tersebut akan diwujudkan melalui konsep *rebranding* melalui upaya penataan kawasan berbasis budaya. Dengan begitu, *branding* Desa Budaya yang disematkan kepada Desa Lingga menjadi lebih relevan.

Penulis menggunakan metode *Gap Analysis* untuk membandingkan antara prinsip ideal desa wisata dengan kondisi eksisting Desa Lingga. Kemudian, penulis menggunakan metode *Utility Analysis Value* (UVA) untuk menentukan alternatif rencana yang sesuai bagi perencanaan Desa Lingga. Rencana penataan diimplementasikan pada semua komponen perencanaan yang diperoleh berdasarkan hasil elaborasi teori. Perbaikan kawasan tersebut lah yang menjadi konsep *rebranding* Desa Lingga.

Kata Kunci: Penataan Kawasan, Desa Wisata, Pelestarian Budaya, *Utility Value Analysis*, *Gap Analysis*, Perencanaan Pariwisata

## ABSTRACT

*Lingga Village is a cultural village located in Simpang Empat District, Karo Regency. The heritage of hundreds of years old traditional buildings used to become a special attraction for tourists, mainly foreign tourists. However, now that attraction seems to be eroded as time goes by. From the total of 28 traditional buildings, now only 2 buildings of traditional houses are still standing strong. In addition, in terms of the provision of facilities, is also far from enough for a tourist destination.*

*Thus, a plan to improve the image of the region is needed to restore Lingga Village as a leading tourist destination. Much efforts are also needed to preserve culture to strengthen the essence of Lingga Village as a cultural village. The plan will be realized through the concept of rebranding through cultural-based efforts. That way, the branding of the Cultural Village embedded in the Lingga Village becomes more relevant.*

*The author used the Gap Analysis method to compare the ideal principle of a tourist village with the existing conditions of the Lingga Village. Then, the writer used the Utility Analysis Value (UVA) method to determine alternative plans that are suitable for Lingga Village planning. The structuring plan is implemented in all planning components which are obtained based on the results of theoretical elaboration. The improvement of the area was the rebranding concept of Lingga Village.*

*Keywords: Spatial Planning, Cultural Village, Cultural Preservation, Utility Value Analysis, Gap Analysis, Tourism Planning*