

## Hubungan Korelasional antara Motivasi Internal, Motivasi Eksternal, Kegiatan, dan *Sense of Place* di Hutan Kota

Riyad Maulana<sup>1</sup>, Hanson E. Kusuma<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Magister Rancang Kota, SAPPK, Institut Teknologi Bandung

<sup>2</sup> Kelompok Keahlian Perancangan Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><i>Article History:</i>                      Received: 2021-08-18                      Received in revised form: 2022-12-06                      Accepted on: 2022-11-27                      Available Online: December 2022</p>	<p><i>The urban forest is a tourist destination in a natural urban environment. The relationship between visitor activities, the characteristics of the place, and the meaning of the place is very important in maintaining its nature. This research was conducted using mixed-method approach, with exploratory sequential design. The first stage explores the motivation for visiting and activities in the urban forest. The second stage reveals the correlation between internal, external motivational factors, activities, and a sense of place in the urban forest. The analysis used is factor analysis and multivariate correlation analysis, to look for relationships between dimensions that are formed based on measured variables. The results showed a correlation between internal motivation, external motivation, activities and a sense of place, interested in visiting the urban forest because of their physiological, psychological, natural environment, accessibility and relaxation needs. Meanwhile, they are very interested because of their social, cultural, recreational activities and seeing attractions.</i></p>
<p><i>Keywords: activities, internal motivation, external motivation, sense of place (kegiatan, motivasi internal, motivasi eksternal, sense of place)</i></p>	<p>Hutan kota merupakan destinasi wisata di lingkungan perkotaan yang sifatnya alami. Hubungan antara kegiatan pengunjung, karakteristik tempat, dan makna tempat menjadi sangat penting dalam menjaga sifat alami dari hutan kota. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan korelasional antara motivasi internal, motivasi eksternal, kegiatan, dan sense of place di hutan kota. Penelitian ini dilakukan dengan mixed-method approach dengan desain penelitian yang digunakan yaitu exploratory sequential design. Tahap pertama mengeksplorasi motivasi berkunjung dan kegiatan di hutan kota. Tahap ke-dua mengungkap hubungan korelasional antara faktor motivasi internal, eksternal, kegiatan, dan sense of place di hutan kota. Analisis yang digunakan yaitu analisis faktor dan analisis korelasi multivariat, untuk menemukan dimensi-dimensi yang mewakili variabel terukur dan mengungkap hubungan korelasional antar dimensi. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi antara motivasi internal, motivasi eksternal, kegiatan dan sense of place. Tertarik berkunjung ke hutan kota karena kebutuhan fisiologis, psikologis, lingkungan alami, aksesibilitas, dan kegiatan relaksasi. Sedangkan sangat tertarik karena adanya kebutuhan sosial, budaya, kegiatan rekreasi, dan melihat atraksi.</p>
<p><b>Corresponding Author:</b>                      Riyad Maulana                      Kelompok Keahlian Perancangan Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung                      maulana.riyad@gmail.com                      ORCID ID:  <a href="http://orcid.org/0000-0003-1223-3939">http://orcid.org/0000-0003-1223-3939</a></p>	

### 1. Pendahuluan

Lingkungan kota berkembang secara ekonomis, namun menurun secara ekologis (Sundari, 2007). Perkembangan kota di Indonesia cenderung ke arah perkembangan fisik sarana dan prasarana. Akibatnya, ruang terbuka hijau seperti hutan kota terabaikan dan

keasrian lingkungan alami di perkotaan berkurang. Berdasarkan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 5 Tahun 2008 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan, hutan kota merupakan salah satu dari jenis ruang terbuka hijau yang masuk dalam kategori RTH publik. Hutan kota di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang seiring berjalannya waktu, salah satu pemanfaatannya dapat digunakan sebagai wisata alam (Khotimah, 2019).

Wisata alam merupakan objek dan kegiatan yang berkaitan dengan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam dan ekosistemnya baik dalam bentuk asli (alami) maupun perpaduan dengan hasil karya manusia (Khotimah, 2019). Hutan kota merupakan destinasi wisata di lingkungan perkotaan. Potensi ini menjadi daya tarik hutan kota sebagai ruang publik untuk berbagai aktivitas masyarakat. Hutan kota dapat menciptakan pemandangan yang estetik, sejuk, dan bersih sehingga dapat mengurangi kepenatan masyarakat kota dari tingginya intensitas kegiatan di perkotaan (Muspiroh, 2014). Penelitian ini berkaitan dengan motivasi perjalanan wisata, di mana ada faktor-faktor yang mendorong masyarakat kota untuk melakukan sesuatu tindakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya, khususnya kepuasan dalam perjalanan wisata alam.

Pada dasarnya perjalanan wisata dimotivasi oleh empat hal (McIntosh dan Murphy, 1985 dalam Dwiputra, 2013). Pertama, *physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga dan bersantai. Kedua, *cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain termasuk ketertarikan akan obyek tinggalan budaya (monumen bersejarah). Ketiga, *social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan, dan sebagainya. Keempat, *fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberi kepuasan psikologis. Empat kelompok besar tersebut merupakan teori yang dikembangkan dalam penelitian ini, yaitu motivasi internal berkunjung ke hutan kota dengan 8 variabel terukur.

Ada dua faktor yang mempengaruhi motivasi melakukan perjalanan yaitu faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*) (Dann, 1977 dalam Insani 2017). *Push factor* adalah faktor yang membuat seseorang ingin berpergian, sedangkan *pull factor* adalah faktor yang mempengaruhi ke mana akan pergi setelah ada keinginan berpergian. Pada umumnya faktor pendorong bersifat sosial-psikologis, atau merupakan *person specific motivation*, sedangkan faktor penarik merupakan *destination-specific attributes*. Faktor-faktor tersebut tidak terlepas dari kegiatan yang dilakukan pada tempat tertentu. Menurut Gehl (dalam Hantono 2017) makna aktivitas pada ruang dibagi menjadi tiga kegiatan, yaitu aktivitas utama (*necessary activities*), aktivitas pilihan (*optional activities*), dan aktivitas sosial (*social activities*). Aktivitas utama merupakan kegiatan rutin yang dilakukan karena keharusan. Aktivitas pilihan merupakan kegiatan yang dilakukan ketika ada kesempatan atau waktu yang tepat. Aktivitas sosial merupakan kegiatan yang melibatkan interaksi dengan pihak lain disekitarnya.

Sikap terhadap tempat adalah sikap yang ditunjukkan pengunjung jika mereka memiliki pengalaman dan keterlibatan di suatu tempat (Shamai, 1991). Sikap ini dibentuk berdasarkan kegiatan pengunjung, karakteristik tempat, dan makna tempat (Najafi & Shariff, 2011). Sikap terhadap tempat memiliki beberapa tingkatan, semakin tinggi

tingkatannya maka semakin besar keinginan pengunjung untuk berpartisipasi dalam menjaga tempat tersebut. Shamaï (1991) membagi tahapan tersebut menjadi tujuh tingkat, yaitu *not having any sense of place*, *being located in a place*, *belonging to a place*, *attachment to a place*, *identifying with local goals*, *involvement in a place*, dan *sacrifice for a place*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui korelasi dari setiap faktor motivasi internal, motivasi eksternal, kegiatan, dan *sense of place* di hutan kota. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada arsitek lanskap atau perancang kota untuk merancang hutan kota yang dapat meningkatkan sikap terhadap tempat pengunjung sehingga kelestarian lingkungan alami dan binaan di hutan kota tetap terjaga.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan metode campuran atau biasa disebut *mixed-method approach* (Creswell, 2014). Metode ini digunakan untuk mengurangi bias. Desain penelitian adalah *exploratory sequential design*, yaitu desain penelitian yang dilakukan dengan tahap: (1) pengumpulan dan analisis data kualitatif, dan (2) mengumpulkan data kuantitatif berdasarkan hasil dari tahap pertama (Creswell, 2014). Tahap satu berperan dalam menentukan dimensi dan faktor, sedangkan tahap kedua merupakan tahap konfirmasi untuk mengetahui seberapa kuat hubungan dari masing-masing dimensi dan faktor yang sudah terbentuk.

Pada tahap pertama, dilakukan penelitian kualitatif untuk mengeksplorasi motivasi berkunjung ke hutan kota dan kegiatan di hutan kota. Pada tahap selanjutnya dilakukan *exploratory quantitative research* untuk memastikan kategori-kategori yang didapatkan dari tahap kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan metode *non-random sampling* dan teknik *snowball sampling* dengan memanfaatkan jaringan. Pemilihan sampel dimulai dari beberapa individu dalam suatu grup secara bebas. Setelah data diperoleh, sampel tersebut memilih beberapa individu lain di grup berbeda sebagai sampel berikutnya. Kuesioner daring yang dibagikan bersifat *open-ended*. Responden menjawab secara bebas dan seluas-luasnya tentang pertanyaan yang diajukan tanpa dibatasi. Data yang diperoleh sejumlah 101 responden. Data yang terkumpul dari pertanyaan terbuka dianalisis dengan mengkategorikan kata kunci yang mewakili (*content analysis*). Hasil dari *content analysis* didapatkan bahwa kategori besar motivasi berkunjung ke hutan kota dan kategori dari kegiatan yang dilakukan di hutan kota.

Tahap ke-dua merupakan tahap kuantitatif dengan kuesioner *close-ended*. Kata kunci yang didapatkan dari tahap kualitatif hasil *content analysis* dikembangkan. Kategori dibagi empat variabel yaitu motivasi internal menurut teori motivasi pendorong perjalanan wisata (McIntosh, 1977; Murphy, 1985; Pitana dalam Dwiputra, 2013), *sense of place* (Shamaï, 1991), serta kegiatan di hutan kota dan motivasi eksternal dari hasil analisis kualitatif. Pengumpulan data dilakukan pada 28 Oktober hingga 9 November 2020 dari 113 responden. Responden merupakan orang yang pernah mengunjungi hutan kota dan ingin mengunjungi kembali. Perbandingan responden perempuan sebanyak 48% dan laki-laki sebanyak 52%, dengan rentang usia 17-27 tahun sebanyak 84%, 28-38 tahun sebanyak 12%, dan usia 39-48 tahun sebanyak 4%. Sebagian besar responden adalah pekerja (74%), yaitu PNS, dosen, *freelancer*, dan wiraswasta. Sisanya (26%) adalah mahasiswa. Responden berasal dari Bandung, Tangerang, Bekasi, dan Jakarta.

Kuesioner terdiri dari empat bagian. Pertama, mengenai identitas responden dan

hutan kota yang ingin dikunjungi kembali. Kedua, membahas motivasi berkunjung internal yang terdiri dari 4 kategori dan 8 variabel terukur. Ketiga, motivasi eksternal mengenai karakteristik tempat, yang terdiri dari 3 kategori dan 21 variabel terukur. Keempat, kegiatan yang dilakukan di hutan kota dengan 3 kategori dan 39 variabel terukur. Terakhir, mengenai *sense of place* yang terdiri dari 7 level (Shamai, 1991). Pertanyaan menggunakan skala Likert 1-5 yang kontinu.

**Tabel 1. Contoh Pertanyaan Tertutup dengan Skala Likert**

Variabel	Skala					
Motivasi Internal	Saya mengunjungi hutan kota untuk relaksasi					
	Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5
Motivasi Eksternal	Kawasan hutan kota terawat dengan baik					
	Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5
Kegiatan	Menghirup udara segar					
	Tidak pernah	1	2	3	4	5
<i>Sense of Place</i>	Saya mengenali hutan kota tersebut hanya sebatas mengetahui lokasi					
	Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5

(Sumber: Hasil analisis, 2020)

Data numerik dari setiap variabel dianalisis dengan analisis faktor (FA) dan analisis korelasi multivariate. FA didapat dari *Principal Component Analysis* (PCA) dengan rotasi *varimax* untuk mendapatkan berbagai variabel laten yang mewakili variabel terukur. Analisis korelasi multivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan korelasional antar variabel laten.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan dari penelitian kuantitatif dilakukan dengan menampilkan hasil PCA pada setiap variabel terukur dan analisis korelasi multivariat dalam bentuk tabel dan model.

#### 3.1 Motivasi Internal

Berdasarkan hasil analisis faktor variabel terukur motivasi internal, diperoleh dua dimensi: kebutuhan fisiologis dan psikologis ( $\alpha$ -Cronbach=0,78 dan *Variance*=2,64) serta kebutuhan budaya dan sosial ( $\alpha$ -Cronbach=0,81 dan *Variance*=2,33) (Tabel 2). Dimensi yang paling dominan adalah kebutuhan fisiologis dan psikologis (nilai *mean* 3,72).

**Tabel 2. Analisis Faktor Motivasi Internal Berkunjung ke Hutan Kota**

Variabel Terukur		Dimensi	Kebutuhan Fisiologis dan Psikologis	Kebutuhan Budaya dan Sosial
		Mean	3,72	2,58
Mean	$\alpha$ -Cronbach		0,78	0,81
	Variance		2,64	2,33
3,84	Kepuasan psikologis		0,81	0,12
3,69	Kebugaran Jasmani		0,77	0,04
4,06	Relaksasi		0,77	0,07
3,77	Pengalaman baru		0,73	0,29
3,24	Silaturahmi		0,45	0,36
2,58	<i>Intangible heritage</i>		0,15	0,90
2,72	<i>Tangible heritage</i>		0,08	0,83

Variabel Terukur		Dimensi	Kebutuhan Fisiologis dan Psikologis	Kebutuhan Budaya dan Sosial
2,44	Mencari teman baru		0,16	0,79

(Sumber: Hasil analisis, 2020)

Relaksasi merupakan variabel terukur paling dominan dengan nilai *mean* 4,06. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2002 hutan kota berfungsi untuk memperbaiki dan menjaga iklim mikro dan nilai estetika, meresapkan air, menciptakan keseimbangan dan keserasian lingkungan fisik kota. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa hutan kota itu sangat kuat dengan karakter alami dan sesuai untuk kegiatan relaksasi.

Berdasarkan motivasi perjalanan wisata McIntosh dan Murphy (1985) dalam Dwiputra (2013). Kebutuhan fisiologis dan psikologis masuk kedalam kelompok motivasi internal yang bersifat fisik atau fisiologis, antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai, dan sebagainya. Sejalan dengan teori *push and full factor* menurut Dann (dalam Insani, 2017), bahwa motivasi internal merupakan faktor pendorong (*push factor*) yang membuat seseorang ingin berpergian, adalah keinginan berkunjung ke hutan kota. Keterkaitan antara variabel terukur dari kebutuhan fisiologis dan psikologis dengan *push factor motivation* yaitu *escape, relaxation, play, dan self-fulfilment*. *Escape* merupakan keinginan melepaskan diri dari rasa bosan atau jenuh. *Relaxation* atau relaksasi merupakan keinginan untuk penyegaran. *Play* merupakan keinginan menikmati kegembiraan dari berbagai urusan serius, yang erat kaitannya dengan kepuasan psikologis, silaturahmi, dan kegiatan kebugaran atau olahraga. Dimensi kebutuhan budaya dan sosial diwakili oleh variabel terukur *intangible heritage, tangible heritage, dan mencari teman baru*. Dari tiga variabel terukur dalam dimensi kebutuhan budaya dan sosial, yang paling mendominasi yaitu *tangible heritage* dengan nilai *mean* 2,72. Dimensi ini tidak menjadi dimensi yang paling dibutuhkan ketika berkunjung ke hutan kota, karena tidak semua hutan kota memiliki sejarah baik yang berwujud pusaka ataupun tidak.

### 3.2 Motivasi Eksternal

Hasil analisis faktor motivasi eksternal yaitu lingkungan alami ( $\alpha$ -Cronbach=0,96 dan *Variance*=6,38), daya tarik ( $\alpha$ -Cronbach=0,84 dan *Variance*=3,95), dan aksesibilitas ( $\alpha$ -Cronbach=0,81 dan *Variance*=3,14) terdapat pada tabel 3. Dimensi yang paling dominan yaitu lingkungan alami dengan nilai *mean* sebesar 3,96, Lingkungan alami diwakili variabel terukur (alami, udara segar, rimbun, asri, sejuk, adem, dan tenang). Variabel terukur yang paling mendominasi adalah sejuk dengan nilai *mean* 4,12. Lingkungan alami terkait dengan karakter hutan kota, sehingga semua variabel terukur dalam dimensi ini memiliki rentang nilai *mean* berdekatan. Variabel yang paling dominan dari dimensi aksesibilitas adalah *pedestrian* dengan nilai *mean* 3,95. Variabel dominan dari dimensi daya tarik dengan nilai *mean* tertinggi (3,80) adalah area luas.

**Tabel 3. Analisis Faktor Motivasi Eksternal Berkunjung ke Hutan Kota**

Variabel Terukur		Dimensi	Lingkungan Alami	Daya Tarik	Aksesibilitas
Mean	Mean		3,96	3,36	3,63

Variabel Terukur	Dimensi	Lingkungan Alami	Daya Tarik	Aksesibilitas
	$\alpha$ -Cronbach	0,96	0,84	0,81
	Variance	6,38	3,95	3,14
3,87	Alami	0,91	0,13	0,15
4,01	Udara segar	0,91	0,16	0,15
4,10	Rimbun	0,90	0,14	0,24
4,06	Asri	0,89	0,12	0,21
4,12	Sejuk	0,88	0,15	0,18
3,98	Adem	0,88	0,13	0,27
3,55	Tenang	0,71	0,34	0,04
3,63	Fauna	0,09	0,74	-0,13
3,33	Pohon Endemik	0,18	0,72	0,34
3,07	Landmark	-0,04	0,71	0,28
3,21	Wisata menarik	0,14	0,70	-0,05
3,74	Pemandangan alam	0,42	0,64	0,16
3,80	Area luas	0,49	0,58	0,27
3,67	Spot foto	0,19	0,57	0,38
3,95	Pedestrian	0,29	0,38	0,74
3,75	Forest walk	0,23	0,20	0,72
3,00	Dekat rumah	-0,04	-0,13	0,65
3,54	Hutan kota tertata	0,42	0,40	0,61
3,92	Mudah diakses	0,29	0,09	0,56
3,60	Hutan kota terawat	0,41	0,45	0,51

(Sumber: Hasil analisis, 2020)

Tiga dimensi yang terbentuk sangat erat kaitannya dengan karakteristik tempat. Karakteristik tempat menjadi motivasi eksternal kegiatan wisata. Sejalan dengan teori *full factor* atau faktor penarik (Dann dalam Insani 2017), bahwa faktor yang mempengaruhi ke mana seseorang akan pergi setelah ada keinginan awal berpergian adalah *destination-specific attributes*. Atribut spesifik yang sangat mempengaruhi perjalanan wisata yaitu aksesibilitas, ketersediaan fasilitas, infrastruktur, keunikan lokasi, pemandangan, budaya, kenyamanan, fasilitas penunjang, kebersihan, keamanan, dan fasilitas informatif (Ross, 1998 dan McIntosch, 1977 dalam Keliwar dan Nurcahyo, 2015). Menurut Permata (2018) masyarakat di perkotaan lebih memilih hutan kota yang dekat dengan mereka. Berdasarkan penjelasan tersebut lingkungan alami, daya tarik, dan aksesibilitas merupakan dimensi yang sangat penting dari keberadaan hutan kota.

### 3.3 Kegiatan di Hutan Kota

Analisis faktor yang dihasilkan dari beberapa variabel terukur kegiatan di hutan kota berupa 8 dimensi, yaitu relaksasi ( $\alpha$ -Cronbach=0,95 dan Variance=7,56), interaksi sosial ( $\alpha$ -Cronbach=0,85 dan Variance=3,95), rekreasi ( $\alpha$ -Cronbach=0,85 dan Variance=3,93), melihat atraksi ( $\alpha$ -Cronbach=0,85 dan Variance=3,58), kegiatan edukatif ( $\alpha$ -Cronbach=0,87 dan Variance=3,47), kegiatan kebugaran ( $\alpha$ -Cronbach=0,82 dan Variance=2,63), observasi ( $\alpha$ -Cronbach=0,89 dan Variance=2,21), dan fotografi ( $\alpha$ -Cronbach=0,92 dan Variance=2,07) (tabel 4 dan 5). Dari 8 dimensi yang terbentuk, yang paling dominan adalah relaksasi dengan nilai *mean* 3,90.

**Tabel 4. Analisis Faktor Kegiatan di Hutan Kota**

Variabel Terukur		Dimensi							
		A	B	C	D	E	F	G	H
	Mean	3,90	2,94	3,02	2,47	2,65	3,04	2,66	3,52
Mean	$\alpha$ -Cronbach	0,95	0,85	0,85	0,85	0,87	0,82	0,89	0,92
	Variance	7,56	3,95	3,93	3,58	3,47	2,63	2,21	2,07
4,10	Alam	0,90	0,18	0,10	0,10	0,12	0,11	0,05	0,08
4,03	Kesejukan	0,88	0,10	0,19	0,08	0,19	0,06	0,08	0,00
4,07	Menikmati udara segar	0,88	0,14	0,19	0,10	0,14	0,04	0,10	0,06
4,04	Santai	0,83	0,27	0,09	0,17	0,13	0,06	0,01	0,16
3,85	Jalan santai	0,78	0,17	0,03	0,08	0,02	0,19	0,26	0,25
3,97	Melihat pemandangan	0,78	0,10	0,29	0,13	0,09	0,03	0,15	0,19
3,84	Refleksi	0,75	0,13	0,23	0,25	0,21	0,04	-0,07	-0,05
3,78	Jalan kaki	0,74	0,14	0,02	0,07	0,01	0,16	0,30	0,26
3,64	Duduk santai	0,56	0,58	-0,01	0,14	-0,06	0,09	0,15	0,19
3,71	Jalan-jalan	0,50	-0,02	0,55	-0,01	-0,04	0,19	0,08	0,15
2,88	Ngopi	0,09	0,82	0,17	0,21	0,14	0,05	0,09	0,06
3,16	Nongkrong	0,29	0,77	-0,08	0,04	0,11	-0,01	0,04	0,21
3,02	Diskusi	0,20	0,62	0,33	-0,07	0,38	0,11	0,13	0,09
3,55	Ngobrol	0,40	0,57	0,19	-0,10	0,19	0,23	-0,04	0,35
2,48	Belajar	0,18	0,53	0,29	0,28	0,31	0,00	0,28	-0,16
2,52	Membaca	0,15	0,48	0,16	0,22	0,08	0,14	0,45	-0,15
3,51	Rekreasi alam	0,39	0,06	0,72	0,07	0,02	0,03	0,11	0,14
2,40	Hiking	0,00	0,16	0,70	0,33	0,19	0,16	0,17	-0,15
2,89	Piknik	0,07	0,23	0,68	0,28	0,09	0,15	-0,11	0,05
2,85	Trekking	0,08	0,09	0,65	0,23	0,02	0,44	0,09	0,11
3,50	Wisata alam	0,46	0,12	0,52	0,31	0,01	0,05	0,04	0,25
2,94	Bertamasya	0,23	0,12	0,57	0,31	0,10	-0,05	0,09	0,13
2,26	Menonton pagelaran seni	0,09	0,11	0,16	0,76	0,21	0,33	0,01	-0,10
2,40	Melihat fauna	0,17	0,05	0,27	0,75	-0,04	0,01	0,27	0,17
2,36	Tempat sejarah	0,24	0,06	0,37	0,74	0,11	-0,08	0,24	-0,01
3,05	Kuliner	0,20	0,24	0,13	0,65	0,13	0,14	-0,08	0,23
2,27	Melihat gua	0,14	0,10	0,37	0,56	0,18	-0,16	0,32	-0,15
2,57	Survey	0,17	0,19	0,08	0,05	0,88	-0,01	0,18	0,04
2,37	Tugas kuliah	0,04	0,10	0,00	0,20	0,88	0,00	0,08	0,13
2,72	Pengamatan	0,27	0,19	0,04	0,02	0,72	-0,09	0,43	0,05
2,79	Kumpulan organisasi	0,14	0,49	0,16	0,13	0,54	0,19	-0,01	0,04
2,79	Gathering	0,13	0,49	0,23	0,21	0,46	0,15	0,04	0,13
3,12	Jogging	0,09	0,04	0,14	0,00	0,01	0,91	0,00	0,08
3,40	Olahraga	0,38	0,13	0,04	-0,03	-0,07	0,78	-0,03	-0,08
2,59	Bersepeda	0,04	0,14	0,26	0,43	0,11	0,71	0,02	-0,03
2,72	Observasi situs alam	0,22	0,10	0,10	0,17	0,22	0,03	0,80	0,12
2,61	Observasi situs binaan	0,26	0,16	0,12	0,20	0,41	-0,09	0,71	0,11
3,56	Foto	0,35	0,16	0,17	0,05	0,07	-0,03	0,07	0,81
3,48	Objek foto	0,35	0,20	0,14	0,09	0,23	0,02	0,09	0,78

Keterangan: A=Relaksasi, B=Interaksi Sosial, C=Rekreasi, D=Melihat Atraksi, E=Kegiatan Edukatif, F=Kegiatan Kebugaran, G=Observasi, dan H=Fotografi

Sumber: Hasil analisis, 2020)

Relaksasi diwakili variabel terukur yang terdiri dari alam, kesejukan, menikmati udara segar, santai, jalan santai, melihat pemandangan, refleksi, jalan kaki, duduk santai, dan jalan-jalan. Sepuluh variabel terukur dalam dimensi relaksasi yang paling mendominasi adalah alam dengan nilai *mean* 4,10. Dimensi kedua (fotografi) diwakili variabel terukur foto dan *spot* foto. Variabel terukur yang paling mendominasi adalah foto



dengan nilai *mean* 3,56. Dimensi ketiga yang dominan yaitu kebugaran.

Kegiatan yang bisa dilakukan dalam ruang publik seperti hutan kota yaitu kegiatan utama, pilihan dan sosial (Gehl dalam Hantono, 2017). Keterkaitan empat dimensi kegiatan di hutan kota yang paling dominan yaitu relaksasi, rekreasi, dan fotografi yang termasuk kegiatan pilihan. Kegiatan tersebut dilakukan di hutan kota ketika ada kesempatan atau waktu yang tepat. Biasanya kegiatan ini dilakukan pada situasi yang cukup menyenangkan dan tidak ada aktivitas lain. Kegiatan kebugaran jasmani masuk ke dalam kategori kegiatan utama, karena merupakan keharusan dan sebaiknya rutin untuk memenuhi kebutuhan kesehatan jasmani. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa hutan kota yang baik adalah yang dapat menampung dan mewadahi semua jenis kegiatan yang dibutuhkan. Kegiatan yang dilakukan di hutan kota juga bergantung kepada motivasi dari individu atau kelompok, baik motivasi internal (faktor pendorong) maupun motivasi eksternal (faktor penarik). Sebagai contoh kegiatan relaksasi di hutan kota, suatu individu atau kelompok memiliki keinginan untuk melakukan penyegaran, dari rasa jenuh, penat, dan bosan. Lingkungan alami merupakan solusi terbaik saat ini, karena di hutan kota bisa merasakan udara segar, rimbun, asri, sejuk, adem, dan tenang.

### 3.4 Sense of Place

Hasil analisis faktor dari *sense of place* yaitu terdiri dari tiga dimensi (tabel 6), yaitu dimensi tertarik ( $\alpha$ -Cronbach=0,89 dan *Variance*=3,95), dimensi sangat tertarik ( $\alpha$ -Cronbach=0,94 dan *Variance*=3,50), dan tidak tertarik ( $\alpha$ -Cronbach=0,51 dan *Variance*=1,49). Berdasarkan tiga dimensi tersebut, yang paling mendominasi adalah dimensi tertarik dengan nilai *mean* 3,56, sedangkan sangat tertarik sebesar 2,88 dan tidak tertarik sebesar 2,87.

**Tabel 5. Analisis Faktor Sense of Place Hutan Kota**

Variabel Terukur	Dimensi	Tertarik	Sangat Tertarik	Tidak Tertarik
		Mean	2,88	2,87
		3,56	2,88	2,87
Mean	$\alpha$ -Cronbach	0,89	0,94	0,51
	Variance	3,95	3,50	1,49
3,65	Perasaan positif kuat	0,87	0,18	0,00
3,43	Sangat berkesan	0,87	0,28	-0,09
3,69	Kepuasan tempat	0,82	0,24	-0,03
3,69	Setia	0,79	0,24	0,06
3,41	Kesan khusus	0,77	0,13	-0,24
3,48	Terbiasa	0,53	0,26	0,39
2,84	Dedikasi	0,23	0,92	0,11
2,91	Komitmen kuat	0,27	0,90	0,10
2,78	Pengorbanan	0,20	0,88	0,16
2,99	Berperan aktif	0,28	0,85	0,02
2,95	Hanya tahu	0,03	0,03	0,83
2,78	Tanpa kesan	-0,19	0,16	0,73

(Sumber: Hasil analisis, 2020)

Dimensi tertarik diwakili oleh variabel terukur yang terdiri dari perasaan positif kuat, sangat berkesan, kepuasan tempat, setia, kesan khusus, dan terbiasa. Dari enam variabel terukur dalam dimensi tertarik yang paling mendominasi adalah kepuasan



tempat dan setia dengan nilai *mean* 3,69. Jika dibandingkan dengan enam tingkatan *sense of place* oleh Shamai (1991), dalam penelitian ini tingkatan *not having any sense of place* tidak diikutsertakan karena dinilai kurang relevan dengan konteks penelitian, dimana dalam hal ini menggali persepsi orang yang sudah pernah datang ke hutan kota dan yang ingin dikunjungi kembali, sehingga berdasarkan penafsiran penulis tingkatan ini lebih baik tidak diikutkan kedalam variabel penelitian.

Dimensi tertarik memiliki keterkaitan dengan *belonging to a place*, *attachment to a place*, dan *identifying with place goals*. Pengunjung merasa ada kesan khusus dengan hutan kota yang dikunjungi baik secara fisik maupun non fisik, selain merasakan kesan khusus pengunjung juga memiliki perasaan positif yang kuat karena sudah terbiasa dengan suasana dan karakter tempat dari hutan kota itu sendiri dan dapat merasa bahwa hutan kota sudah bisa mewadahi berbagai kegiatan yang dilakukan, sehingga pengunjung merasa puas dengan berkunjung ke hutan kota.

Dimensi sangat tertarik memiliki keterkaitan dengan *involvement in a place* dan *sacrifice for a place*. Lebih tepatnya tingkatan sangat tertarik ini bisa dikatakan juga pengunjung yang sudah merasa memiliki hutan kota, karena selain berperan aktif pada komunitas pemerhati hutan kota tersebut, pengunjung dengan tingkatan ini juga berkomitmen kuat dengan apa yang terjadi dengan hutan kota dan siap mengalokasikan tenaga, waktu, dan materi untuk keberlanjutan hutan kota. Dimensi terakhir yaitu dimensi tidak tertarik, dimana dimensi ini memiliki keterkaitan dengan tingkatan dalam *sense of place* yaitu *knowledge of being located in a place*. Pada tingkatan ini pengunjung hanya sebatas mengetahui lokasi, namun tidak memiliki kesan khusus artinya hanya menikmati sekilas dan mencoba menjaga lingkungan hutan kota sewajarnya pengguna ruang publik.

### 3.5 Hubungan Korelasional antara Motivasi Internal, Motivasi Eksternal, Kegiatan, dan Sense of Place di Hutan Kota

Kuat atau tidaknya hubungan dari setiap dimensi ditentukan oleh nilai *r*, di mana rentang nilai *r* yang terbentuk adalah korelasi sangat kuat (0,58-0,39;  $p < 0,0001$ ), korelasi kuat (0,32-0,35;  $p < 0,001$ ), korelasi sedang (0,26-0,3;  $p < 0,01$ ), dan korelasi lemah (0,19-0,22;  $p < 0,05$ ) (tabel 6). Tabel tersebut menunjukkan korelasi yang sangat kuat sampai lemah antara motivasi internal, motivasi eksternal, kegiatan dan *sense of place*. Motivasi internal dan *sense of place* memiliki hubungan yang sangat kuat, di mana pengunjung tertarik terhadap hutan kota karena kebutuhan fisiologis dan psikologis ( $r=0,58$ ;  $p < 0,0001$ ) dan sangat tertarik karena kebutuhan sosial dan budaya ( $r=0,50$ ;  $p < 0,0001$ ). Kedua dimensi tersebut erat kaitannya dengan faktor pendorong perjalanan wisata, sehingga tertarik atau tidaknya orang untuk berkunjung ke hutan kota bergantung pada motivasi internal, yaitu kepuasan psikologis, kebugaran jasmani, relaksasi, pengalaman baru, silaturahmi, *intangible heritage*, *tangible heritage*, dan mencari teman baru.

Motivasi eksternal dan *sense of place* memiliki hubungan yang kuat, dimana pengunjung tertarik terhadap hutan kota karena lingkungan alami ( $r=0,35$ ;  $p < 0,001$ ) dan aksesibilitas ( $r=0,33$ ;  $p < 0,001$ ). Ketertarikan tersebut sangat dipengaruhi oleh faktor penarik perjalanan wisata, karena menyangkut karakteristik tempat. Karakter tersebut terdiri dari alami, udara segar, rimbun, asri, sejuk, *adem*, dan tenang, sedangkan dari segi aksesibilitas terdiri dari *pedestrian*, *forest walk*, dekat rumah, hutan kota tertata, mudah diakses, dan hutan kota terawat.

Kegiatan dan *sense of place* memiliki hubungan kuat hingga sangat kuat. Dimensi yang memiliki hubungan sangat kuat yaitu orang tertarik berkunjung ke hutan kota karena kegiatan relaksasi ( $r=0,52$ ;  $p < 0,0001$ ), yang memiliki hubungan kuat yaitu kegiatan rekreasi ( $r=0,32$ ;  $p < 0,001$ ) dan kegiatan melihat atraksi ( $r=0,31$ ;  $p < 0,001$ ). Hal tersebut sejalan dengan teori *sense of place* (Najafi & Shariff, 2011) bahwa sikap orang terhadap suatu tempat dapat dibentuk berdasarkan kegiatan pengunjung, karakteristik tempat, dan makna tempat.

**Tabel 6. Korelasi antara Motivasi Internal, Motivasi Eksternal, Kegiatan, dan *Sense of Place* di Hutan Kota**

Variabel Dependent	Sense of Place			Kegiatan							
	Tertarik	Sangat Tertarik	Tidak Tertarik	Relaksasi	Interaksi Sosial	Rekreasi	Melihat Atraksi	Kegiatan Edukatif	Kegiatan Kebugaran	Observasi	Fotografi
<b>Motivasi Internal</b>											
Kebutuhan Sosial dan Budaya	0.08	0.50****	0.18	-0.04	0.06	0.11	0.50****	0.27**	-0.11	0.05	0.01
Kebutuhan Fisiologis dan Psikologis	0.58****	0.06	0.01	0.50****	0.06	0.09	-0.04	-0.02	0.16	0.04	0.19*
<b>Motivasi Eksternal</b>											
Lingkungan Alami	0.35***	0.01	-0.03	0.35***	0.03	0.14	0.02	0.03	-0.11	0.05	0.09
Daya Tarik	0.14	0.22*	0.01	0.08	0.03	0.32***	0.40****	0.09	-0.14	0.07	0.20*
Aksesibilitas	0.33***	-0.11	0.13	0.17	-0.12	-0.23*	-0.04	0.01	0.40****	-0.11	0.27**
<b>Kegiatan</b>											
Relaksasi	0.52****	-0.07	-0.05								
Interaksi Sosial	-0.02	0.09	0.00								
Rekreasi	0.04	0.32***	-0.01								
Melihat Atraksi	-0.03	0.31***	0.11								
Kegiatan Edukatif	0.05	0.16	-0.12								
Kegiatan Kebugaran	0.13	0.06	0.17								
Observasi	0.07	0.12	0.00								
Fotografi	0.18	-0.15	0.07								

Note: \* $p < 0,05$ , \*\* $p < 0,01$ , \*\*\* $p < 0,001$ , dan \*\*\*\* $p < 0,0001$   
(Sumber: Hasil analisis, 2020)

Motivasi internal dan eksternal juga memiliki hubungan kuat hingga sangat kuat dengan kegiatan yang dilakukan di hutan kota. Motivasi internal dan kegiatan memiliki hubungan sangat kuat. Seseorang yang ingin memenuhi kebutuhan sosial dan budaya, kemudian berkunjung ke hutan kota untuk melihat atraksi ( $r=0,50$ ;  $p < 0,0001$ ) dan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan fisiologis dan psikologis, kegiatan yang dilakukan yaitu relaksasi ( $r=0,50$ ;  $p < 0,0001$ ).

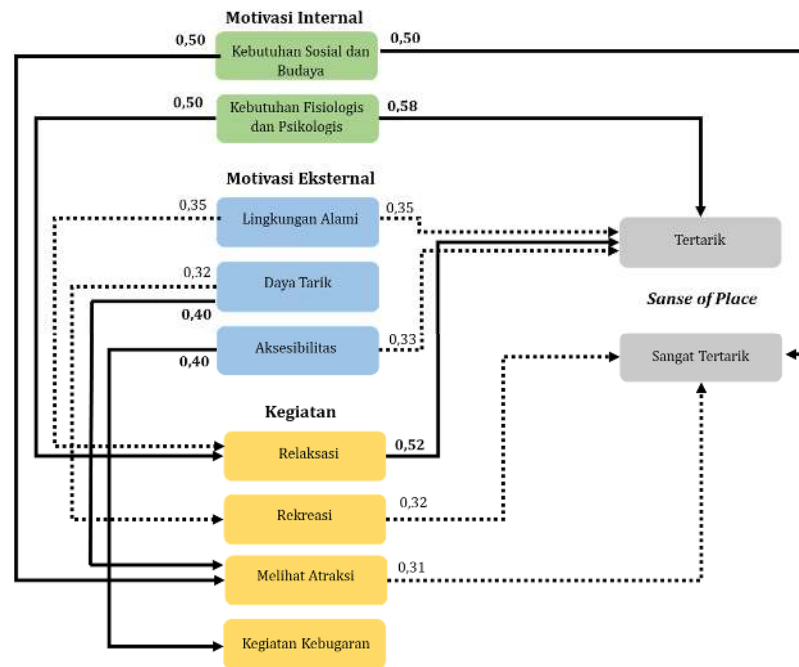
Motivasi eksternal dan kegiatan memiliki hubungan kuat hingga sangat kuat. Hubungan kuat yaitu kegiatan relaksasi dengan lingkungan alami ( $r=0,35$ ;  $p < 0,001$ ) dan kegiatan rekreasi dengan daya tarik ( $r=0,32$ ;  $p < 0,001$ ). Untuk hubungan yang sangat kuat yaitu kegiatan melihat atraksi dengan daya tarik ( $r=0,40$ ;  $p < 0,0001$ ) dan kegiatan kebugaran dengan aksesibilitas ( $r=0,40$ ;  $p < 0,0001$ ). Untuk lebih jelasnya mengenai hasil korelasi antara motivasi internal, motivasi eksternal, kegiatan, dan *sense of place* di Hutan Kota dapat dilihat pada gambar 1.

### 3.5. Implikasi pada Perencanaan, Perancangan, dan Pengelolaan Hutan Kota

*Sense of place* di hutan kota meningkat dilakukan dengan cara meningkatkan daya tarik yang dapat memenuhi kebutuhan sosial dan budaya, atraksi, dan rekreasi. Ditinjau dari segi perencanaan hutan kota, perlu adanya studi kajian perencanaan aspek dari mulai lokasi, fungsi dan pemanfaatan, teknik silvikultur, arsitektur lansekap, sarana dan prasarana, serta teknik pengelolaan lingkungan. Selain itu, perlu adanya dokumen jangka panjang dan rencana detail sebagai pedoman dalam pengendalian dan pengawasan hutan kota dari segi aspek sosial, ekonomi, budaya, dan ekologi.

Dari segi perancangan, yang dapat diintervensi sebagai upaya peningkatan *sense of place* di hutan kota yaitu pendopo, habitat satwa, tempat sejarah, kuliner, dan sarana

penunjang rekreasi. Pendopo sebagai salah satu fasilitas penunjang kegiatan seni dan budaya. Hutan kota bukan hanya sebagai tempat koleksi tumbuhan, ekosistemnya juga dimanfaatkan oleh berbagai jenis satwa, sehingga keberadaan hutan bisa memberikan perlindungan bagi satwa-satwa tersebut. Tempat sejarah (jika ada), menjadi fisik binaan yang dapat dipreservasi sebagai *iconic* kawasan. Kuliner menjadi fasilitas penunjang di hutan kota, yang sangat dibatasi keberadaannya sehingga tidak menghilangkan sifat alami dari hutan kota. Intervensi lainnya yang dapat dilakukan yaitu menyediakan sarana penunjang rekreasi seperti tempat duduk, jalur pejalan kaki, *jogging track* dan lain-lain, yang dibuat tidak dominan dengan tetap memperhatikan lingkungan alami sebagai identitas dan karakter dari hutan kota.



Gambar 1. Model Hubungan Korelasi antara Motivasi Internal, Motivasi Eksternal, Kegiatan, dan *Sense of Place* di Hutan Kota  
(Sumber: Hasil analisis, 2020)

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap hubungan korelasional antara motivasi internal, motivasi eksternal, kegiatan, dan *sense of place* di Hutan Kota. Hasil menunjukkan bahwa ada hubungan sangat kuat hingga lemah antara dimensi-dimensi yang ada dalam satu faktor dengan dimensi yang ada dalam faktor lainnya. Hubungan tersebut berimplikasi terhadap daya tarik hutan kota. Masyarakat di perkotaan tertarik datang ke hutan kota karena adanya kebutuhan fisiologi dan psikologis, lingkungan alami, aksesibilitas, dan kegiatan relaksasi. Masyarakat sangat tertarik datang ke hutan kota karena kebutuhan sosial dan budaya, kegiatan rekreasi, dan melihat atraksi. Kegiatan yang dilakukan kelompok masyarakat tertarik cenderung lebih pasif, seperti menikmati udara segar, jalan santai, melihat pemandangan dan lain-lain. Kelompok masyarakat yang sangat tertarik cenderung pada kegiatan yang lebih aktif, seperti hiking, trekking, wisata alam,

bertamasya, dan sebagainya.

Penelitian ini memiliki beberapa kekurangan, yaitu tingkat generalisasi yang masih rendah. Oleh karena itu, perlu meningkatkan reliabilitas dan tingkat keakuratan data dengan metode pengumpulan data *random sampling*, agar data lebih representatif. Rekomendasi lain mengenai penelitian lanjutan, perlu ada eksplorasi lebih mendalam terkait dengan karakteristik tempat dan makna tempat dari hutan kota. Selain itu, pendalaman terhadap metode analisis yang digunakan, bukan hanya analisis korelasi yang diungkap dan dibahas juga urutan prioritas terhadap keberlanjutan fungsi hutan kota di masa mendatang dengan menggunakan analisis hirarki.

#### Daftar Pustaka

- Cresswell, J. 2014. *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publication.
- Shamai, S., & Israel, Q. 1991. *Sense of Place: an Empirical Measurement*. Geoforum, 347-358.
- Sundari, Eva Siti. 2007. *Studi untuk Menentukan Fungsi Hutan Kota dalam Masalah Lingkungan Perkotaan*. Jurnal PWK Unisba (Vol. 7, No 2 Hal 68-83)
- Khotimah, Khusnul., Herwanti, Susni., dkk. 2019. *Potensi Pengembangan Hutan Kota Bukit Pongoran Pringsewu Berdasarkan Karakteristik Responden*. Seminar Nasional Biologi 4 Tahun 2019, 25 April 2019, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung. (In Press)
- Muspiroh, Novianti. 2014. *Pembangunan Hutan Kota Di Kota Cirebon*. Jurnal SCIENTIAE EDUCATIA, 3(1), 49-62
- Permen PU No. 05/ PRT/M/2008 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan
- Insani. Anisa Putri. 2017. *Analisis Motivasi Konsumen Dalam Mengunjungi Pemandian Air Panas Tirta Camelia Pangalengan*. Dalam web <http://digilib.polban.ac.id/> diakses pada 17 Desember 2020
- Hantono, Dedi. 2017. *Pola Aktivitas Ruang Terbuka Publik Pada Kawasan Taman Fatahillah Jakarta*. Jurnal Arsitektur KOMPOSISI (Volume 11, Nomor 6, hal 265-277)
- Dwiputra, Roby. 2010. *Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi*. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota (Vol. 21/No. 1 April 2010, hal 35-48)
- Najafi., dan Shariff. 2011. *The Concept of Place and Sense of Place In Architectural Studies*. World Academy of Science, Engineering and Technology 56 2011
- Pemerintah Republik Indonesia. 2002. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2002 tentang Hutan Kota
- Permata, N.D., dkk. 2018. *Pemanfaatan Hutan Kota di Wilayah Jakarta Timur Sebagai Kawasan Rekreasi Masyarakat Kota*. Jurnal Lanskap Indonesia, 10 (2), 47-55
- Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). *Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda*. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure (Vol. 12, No. 2, Oktober 2015)