

Pengaruh Aktivitas dan Persepsi Pengunjung terhadap *Sense of Place* Ruang Publik (Kasus: Lapangan Gasibu)

Audiza Nadella¹, Hanson E. Kusuma²

¹ Program Studi Magister Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung, 40132, Indonesia

² Kelompok Keahlian Perancangan Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung, 40132, Indonesia

ARTICLE INFO

Article History:

Received: December 7, 2023

Received in revised form:
March 8, 2024

Accepted on: February 4,
2024

Available Online:

June-December 2024

Keywords: public space, Gasibu Park, sense of place, perception, activities (ruang publik, Lapangan Gasibu, sense of place, persepsi, aktivitas)

Corresponding Author:

Audiza Nadella

Institut Teknologi Bandung

audizanadella@gmail.com

ORCID ID:

ABSTRACT

Karakteristik lingkungan, aktivitas pengunjung, dan kesan pengguna (*sense of place*) terhadap Lapangan Gasibu, menentukan minat kunjungan dan keberlanjutan Lapangan Gasibu sebagai ruang publik. Penelitian ini bertujuan untuk menngungkap persepsi pengguna terhadap karakteristik lingkungan, aktivitas, dan *sense of place* pengguna, serta hubungan ketiganya. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix-method*. Pertama, data teks dari review di Google Maps dikumpulkan dan dianalisis untuk mengeksplorasi persepsi pengguna. Selanjutnya, data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan pertanyaan bersifat tertutup (*closed-ended*). Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis faktor sehingga diperoleh dimensi persepsi terhadap karakteristik lingkungan, dimensi aktivitas, dan dimensi *sense of place*. Dari analisis regresi *multivariate terungkap*, dimensi kualitas lingkungan, lokasi dan aksesibilitas, serta pengelolaan mempengaruhi dimensi kesesuaian dengan tempat, sedangkan dimensi pengelolaan, fasilitas umum, fotografi, dan wisata rekreasi mempengaruhi dimensi dedikasi kepada tempat.

Environmental characteristics, visitor activities, and user impressions (sense of place) of Gasibu Park determine users' interest and the sustainability of Gasibu Park as a public space. This research aims to reveal user perceptions of the environmental characteristics, activities, and users' sense of place, as well as the relationship between the three. This research used a mixed-method approach. First, text data from reviews on Google Maps was collected and analysed to explore user perceptions. Second, data was collected through an online questionnaire with closed-ended questions. The collected data was analysed using factor analysis to obtain dimensions of perception to the environmental characteristics, activity, and sense of place. From the multivariate regression analysis, it was revealed that the dimensions of environmental quality, location and accessibility, and management influenced the dimensions of suitability for the place, while the dimensions of management, public facilities, photography, and recreational tourism influenced the dimensions of dedication to place.

1. Pendahuluan

Area hijau sangat dibutuhkan untuk kesehatan dan kesejahteraan manusia (Bachtiar & Kusuma, 2019). Pertumbuhan pesat perkotaan mengakibatkan rasio area hijau berkurang. Beberapa tahun terakhir ini pemerintah menata ruang-ruang terbuka

hijau di perkotaan untuk ruang sosial sarana olahraga dan tempat rekreasi (Novitasari & Navastara, 2017). Sebagai elemen spasial yang harus ada pada sebuah kota (Dwiputra et al., 2018), terdapat tiga jenis aktivitas, yaitu aktivitas penting, opsional, dan sosial (Gehl, 2011). Ruang terbuka publik kota berfungsi sebagai sarana olahraga (Pietilä et al., 2015), interaksi sosial (Porajouw et al., 2017), kegiatan fisik (Roe et al., 2016), rekreasi (Zhang et al., 2013), dan restorasi (Sari et al., 2012). Terdapat elemen penunjang aktivitas, yaitu area, komponen, keberagaman, tekstur, dekorasi, warna, aroma, dan kebisingan (Steele, 1981). Elemen-elemen fisik tersebut berdampak terhadap *sense of place* pengunjung. Identitas, sejarah, hiburan, hal menyenangkan, keindahan, vitalitas, dan memori berdampak terhadap interaksi dengan tempat.

Sense of place merupakan konsep interaksional antara seseorang dengan tempat (Steele dalam Dwiputra, dkk 2018). Untuk mencapai '*good place*', sebuah tempat perlu memiliki *sense of place* yang baik (Bleszynski & Widyastuti, 2018). *Sense of place* merupakan sesuatu yang abstrak, tidak jelas dan samar; kombinasi antara tempat fisik dan interaksi sosial di sebuah tempat. Terdapat tujuh level *sense of place*, yaitu *not having any sense of place, knowledge of being located in a place, belonging to a place, attachment to a place, identifying with the place's goals, involvement in a place, dan sacrifice for a place*. Seseorang yang memiliki *sense of place* akan menunjukkan keterikatan emosi dengan tempat, sehingga memiliki perasaan memiliki, peduli, dan bersedia berkorban untuk tempat tersebut (Shamai, 1991)

Lapangan Gasibu, Bandung merupakan bagian dari Kompleks Gedung Sate (Damajani, 2007) yang merupakan ruang terbuka publik. Pengembangan Lapangan Gasibu dapat dilakukan melalui kajian *sense of place*, dalam penelitian ini memanfaatkan *big data*. Penelitian yang pernah dilakukan mengenai Lapangan Gasibu berkaitan dengan dimensi sosial (Wahid et al., 2009), adaptasi kenyamanan termal (Hartabela & Koerniawan, 2018), dan optimasi fungsi Lapangan Gasibu (Sari & Yovita, 2010). Kajian mengenai *sense of place* dilakukan untuk mengetahui keterikatan antara tempat dan penggunaannya sehingga pengembangan tempat sekaligus penguatan *social-bounding* selaras dengan pengguna tempat (Desiyana, 2022; Kusumowidagdo & Prihatmanti, 2022; Najafi & Shariff, 2011). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan atau menurunkan tingkat *sense of place* di Lapangan Gasibu.

2. Bahan dan Metode

Penelitian ini menggunakan campuran metode kualitatif-kuantitatif dengan pendekatan *exploratory sequential mixed method* (Creswell, 2019). Penelitian kualitatif dilakukan untuk mengeksplorasi persepsi pengunjung dan aktivitas. Pada tahap berikutnya bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara persepsi pengunjung atas kualitas fisik spasial dan aktivitas terhadap *sense of place*. Data hasil review 187 pengunjung bulan Desember 2022-April 2023 bersumber dari *online review* Google Maps dengan aplikasi Data Miner. Analisis data menggunakan analisis isi tipe *conventional content analysis* (Hsieh & Shannon, 2005). Data teks dianalisis dengan cara

mengidentifikasi segmen makna, kode, sub-kategori, dan kategori sehingga didapatkan 15 kategori persepsi pengunjung terhadap kualitas karakteristik lingkungan Lapangan Gasibu dan penilaian terhadap Lapangan Gasibu, yakni '*atraksi*', '*biaya terjangkau*', '*kualitas lingkungan baik*', '*kualitas lingkungan buruk*', '*kualitas sosial baik*', '*kualitas sosial buruk*', '*lokasi dan aksesibilitas baik*', '*lokasi dan aksesibilitas buruk*', '*pengelolaan baik*', '*pengelolaan buruk*', '*kesesuaian dengan preferensi dan rekomendasi*', '*tidak sesuai dengan preferensi*', '*sarana dan prasarana baik*', '*sarana dan prasarana buruk*', dan '*sejarah*'.

Selanjutnya, data dikumpulkan melalui kuesioner dengan pertanyaan tertutup. Variabel pertanyaan diperoleh dari hasil tahap pertama. Kuesioner daring disebarakan pada 8 April–1 Mei 2023 dengan metode *non-random sampling* dan *snowball sampling* kepada 109 responden. Perbandingannya 68,8% perempuan dan 31,2% laki-laki. Rentang usia 21-26 tahun sebanyak 80%. Responden diberi pertanyaan mengenai jenis aktivitas, persepsi terhadap karakteristik lingkungan, dan *sense of place* ketika berada di Lapangan Gasibu dengan pertanyaan tertutup menggunakan *semantic differential method* (SD-method) dan skala Likert.

Data-data kemudian dianalisis dengan *Principal Component Analysis* (PCA) – *Factor Analysis* (FA), dilanjutkan dengan *Multivariate Regression Analysis*. Dimensi (variabel laten) PCA (*eigen value*) mengacu Kaiser's Stopping Rule (Steven, 1986; Grimm & Yarnold, 1995) untuk mengekstraksi variabel-variabel dengan melihat nilai eigen value lebih dari satu (*eigen value*>1). Hal ini berarti nilai variabel tersebut melebihi nilai variabilitas dari variabel yang diukur, sehingga dapat mewakili variabel yang diukur. Selanjutnya dilakukan analisis faktor untuk mendapatkan variabel laten (dimensi), yang dilakukan dengan cara pemberian nama. Tiap variabel dalam analisis faktor diputar menggunakan metode *orthogonal varimax rotation*, untuk memastikan komponen-komponen variabel tersebut tidak berkorelasi. *Loading factor* tiap variabel terukur yang terkait dengan variabel laten ditentukan seluas mungkin dan dilakukan pemutaran terhadap faktor yang tidak terkait dengan variabel laten sehingga mendekati nilai 0 (nol).

3. Hasil dan Diskusi

Dari hasil analisis, didapatkan dua komponen utama dengan nilai eigen value lebih dari satu (persentase kumulatif 60,499%). Dua variabel laten tersebut (*wisata rekreasi* dan *fotografi*) dapat merepresentasikan dimensi aktivitas pengunjung (tabel 1). Dari hasil analisis faktor diketahui bahwa *wisata rekreasi* merupakan aktivitas *berkuliner*, *berbelanja*, *bersantai*, dan *berkumpul bersama keluarga, teman atau komunitas*. *Fotografi* merupakan aktivitas mengambil foto atau video, dan olahraga. Olahraga dimasukkan ke dalam variabel laten *fotografi* karena nilai loading faktor pada *olahraga* cukup rendah. *Wisata rekreasi* (mean 3.461) cenderung lebih banyak dilakukan oleh pengguna dibandingkan *fotografi* (mean 3.196).

Tabel 1. Faktor Analisis Aktivitas Pengunjung

Dependent	Wisata Rekreasi		Fotografi
	Eigen Value		
		2.537	1.698
	% of variance	36.237	24.262
	Cum %	36.237	60.499
Independent	Cronbach's alpha	0.786	0.504
	Mean	3.461	3.196
Berkuliner	3.495	0.892	-0.133
Berbelanja	3.037	0.820	-0.112
Bersantai	3.890	0.733	0.336
Berkumpul bersama keluarga/teman/komunitas	3.422	0.636	0.224
Mengambil foto/video	3.459	0.168	0.839
Selfie/berswafoto	2.789	0.208	0.704
Olahraga	3.339	-0.235	0.553

(Sumber: Hasil analisis, 2023)

Hasil analisis faktor persepsi pengunjung menunjukkan 6 komponen dengan eigen value lebih dari satu (68,79%), yang cukup menggambarkan fenomena 22 variabel terukur (Tabel 2). Enam variabel laten tersebut mewakili karakteristik lingkungan atau persepsi pengunjung (*kualitas lingkungan, suasana lingkungan, kedekatan lokasi, fasilitas umum, lokasi dan aksesibilitas, dan pengelolaan atau ketertiban*). Hasil variabel laten sejalan dengan hasil penelitian bahwa masyarakat berkunjung ke taman kota karena persepsi terkait pemandangan serta suasana alami (Dwiputra et al., 2018; Prihutami, 2008). Faktor lain yang mempengaruhi kunjungan adalah unsur atraktif, tersedianya fasilitas, kebersihan, kenyamanan, lokasi taman kota mudah dijangkau, dan dekat dengan pusat kegiatan (Carr et al., 1992; Dwiputra et al., 2018).

Dari analisis PCA didapatkan 2 komponen utama dengan nilai eigen value lebih dari 1 (68,401%). Dua variabel laten tersebut menjelaskan enam variabel terukur *sense of place* (Tabel 3), yaitu *dedikasi terhadap tempat* dan *kesesuaian terhadap tempat* baik secara fisik maupun emosi (Dwiputra et al., 2018). Variabel laten *dedikasi terhadap tempat* menggambarkan variabel terukur tentang *sacrifice for a place, attachment to a place, dan involvement in a place*. Variabel laten *kesesuaian terhadap tempat* mewakili variabel terukur *knowledge of being located in a place, belonging to a place, dan identifying with a place's goals*. Analisis faktor menunjukkan bahwa *kesesuaian terhadap tempat* (3.138) cenderung lebih dimiliki responden daripada *dedikasi terhadap tempat* (2.960). Kecenderungan ini sesuai dengan tingkatan yang disebutkan oleh Shamai (2011). Peneliti melakukan MRA pada variabel independen, dilanjutkan analisis regresi antar variabel independen yang mempengaruhi hubungan dengan variabel dependen. *Sense of place* suatu tempat hanya dapat dirasakan setelah seseorang memahami karakteristik tempat dan melakukan aktivitas di tempat tersebut (Dwiputra et al., 2019). Dimensi aktivitas dan persepsi pengunjung terhadap karakteristik lingkungan digunakan sebagai variabel independen, sedangkan dimensi *sense of place* diperlakukan sebagai variabel dependen.

Tabel 2. Faktor Analisis Persepsi Pengunjung terhadap Lokasi

Dependent		Kualitas Lingkungan	Suasana Lingkungan	Kedekatan Lokasi	Fasilitas	Lokasi & Aksesibilitas	Pengelolaan /Ketertiban
	<u>Eigen Value</u>	3.608	2.596	2.487	2.434	2.034	1.975
	<u>% of Variance</u>	16.399	11.802	11.303	11.061	9.247	8.976
	<u>Cum %</u>	16.399	28.201	39.504	50.565	59.812	68.788
	<u>Cronbach's Alpha</u>	0.857	0.766	0.954	0.738	0.653	0.715
	<u>Mean</u>	3.477	3.442	3.367	3.107	4.214	3.576
Independent							
Bersih	3.661	0.851	-0.067	0.038	0.080	0.017	0.213
Indah	3.670	0.762	0.315	0.101	0.026	0.182	0.109
Rapi	3.596	0.751	0.129	-0.100	0.176	0.190	0.222
Nyaman	3.734	0.731	0.336	0.103	0.097	0.216	0.124
Harum	2.725	0.537	0.274	0.025	0.365	-0.141	0.154
Rindang	3.505	0.393	0.675	0.256	0.127	-0.008	0.173
Sejuk	3.514	0.398	0.659	0.146	0.016	0.078	0.336
Luas	3.899	0.091	0.658	-0.098	0.085	0.441	0.044
Kondisi sarana parkir	2.725	-0.080	0.580	0.030	0.560	-0.061	-0.077
Kondusif	3.569	0.236	0.524	0.281	-0.103	0.100	0.352
Jarak tempuh pendek	3.431	0.005	0.048	0.937	0.042	0.074	0.085
Waktu tempuh sedikit	3.303	-0.017	0.104	0.927	-0.010	0.042	0.097
Kondisi mushola baik	4.073	-0.005	-0.003	-0.060	0.861	0.006	0.180
Kondisi toilet baik	3.101	0.245	-0.109	0.082	0.807	0.099	0.130
Kondisi fasilitas umum lainnya baik	2.908	0.246	0.315	0.001	0.634	-0.011	-0.090
Lokasi strategis	3.312	0.137	0.012	0.358	0.035	0.765	-0.079
Ramai	4.239	0.014	0.106	-0.086	-0.039	0.638	0.278
Aksesibilitas baik	4.330	0.276	0.208	0.521	-0.024	0.545	-0.078
Pengguna tertib	3.413	0.173	0.167	0.346	-0.005	0.090	0.694
Keamanan baik	3.422	0.310	0.145	-0.059	0.221	-0.004	0.649
Kondisi lintasan lari baik	3.982	0.380	-0.025	-0.001	0.051	0.453	0.511
Pengelola baik	3.486	0.214	0.354	-0.009	0.231	0.405	0.476

(Sumber: Hasil analisis, 2023)

Hasil MRA antara variabel independen dan dependen (Tabel 5) menunjukkan sebab-akibat yang signifikan antara *kualitas lingkungan* ($\beta=0,202$; $p=0,046$), *lokasi dan aksesibilitas* ($\beta=0,225$; $p=0,017$), dan *pengelolaan/ketertiban* ($\beta=0,205$; $p=0,034$) sebagai faktor dominan yang menyebabkan pengunjung memiliki kesesuaian terhadap Lapangan Gasibu (*kesesuaian terhadap tempat*). Dimensi *lokasi dan aksesibilitas* mewakili persepsi pengunjung terhadap '*lokasi yang strategis*', '*aksesibilitis menuju ke lokasi baik*', dan merupakan area '*keramaian*'. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa faktor yang mempengaruhi kesuksesan dan meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap ruang publik adalah aksesibilitas (Erkip, 1997; Whyte, 2000). *Sense of place* dapat muncul akibat adanya keakraban/kebiasaan hubungan biografis (Cross, 2001). Aksesibilitas yang

baik memudahkan orang untuk berkunjung sehingga muncul rasa keakraban dengan tempat dan meningkatkan *sense of place*.

Tabel 3. Faktor Analisis Sense of Place

Dependent		Dedikasi terhadap tempat	Kesesuaian terhadap tempat
	Eigen Values	2.103	2.001
	% of Variance	35.057	33.344
	Cum %	35.057	68.401
	Cronbach's Alpha	0.692	0.735
Independent	Mean	2.960	3.138
Sacrifice for a Place	2.670	0.923	0.045
Attachment to a Place	2.624	0.674	0.499
Involvement in a Place	3.587	0.474	0.439
Knowledge of Being Located in a Place	3.459	0.065	0.934
Belonging to a Place	2.807	0.587	0.642
Identifying with a Place's Goals	3.147	0.473	0.521

(Sumber: Hasil analisis, 2023)

Dimensi *pengelolaan/ketertiban* menggambarkan persepsi terkait pengguna yang 'tertib', 'keamanan baik', dan 'kondisi lintasan lari baik'. Dimensi *kualitas lingkungan* mewakili persepsi terhadap 'bersih', 'indah', 'rapi', 'nyaman', dan 'harum'. Kondisi lingkungan nyaman memberikan respon positif terhadap kondisi psikologis (Siregar & Kusuma, 2015). Kualitas visual yang menarik memberikan rasa betah (Fauziah et al., 2016). Kualitas visual dapat diperoleh melalui perawatan taman dan restorasi (Bachtiar & Kusuma, 2019). Kualitas lingkungan yang baik mempengaruhi rasa kesesuaian pengunjung terhadap tempat.

Hubungan sebab-akibat yang signifikan pada aktivitas *wisata rekreasi* ($\beta = 0,316$; $p=0,001$), *fotografi* ($\beta=0,197$; $p=0,042$), *fasilitas umum* ($\beta=0,198$; $p=0,024$), dan *pengelolaan/ketertiban* ($\beta=0,233$; $p=0,010$) sebagai faktor yang dominan yang menyebabkan pengunjung memiliki rasa dedikasi (Tabel 4). Ketika seseorang melakukan aktivitas pada suatu tempat maka seseorang tersebut akan memiliki rasa yang lebih terhadap lokasi tersebut, yang dalam hal ini dikatakan sebagai dedikasi terhadap tempat. Variabel terukur yang tergambar dari dimensi persepsi *pengelolaan/ketertiban* adalah *tertib*, *keamanan baik*, dan *kondisi lintasan lari baik*. Dimensi *fasilitas umum* menggambarkan variabel terukur *kondisi mushala baik*, *kondisi toilet baik*, dan *kondisi fasilitas umum baik*. Persepsi pengunjung terhadap fasilitas umum yang baik memberikan rasa dedikasi terhadap lokasi. Fasilitas ruang publik mempengaruhi persepsi positif yang dirasakan oleh pengunjung (Kwanda et al., 2015).

Dalam penelitian ini ditemukan hubungan langsung antara (1) *wisata rekreasi*, *fotografi*, *pengelolaan/ketertiban*, *fasilitas umum* dengan *dedikasi terhadap tempat*; (2) *kualitas lingkungan*, *lokasi dan aksesibilitas*, dan *pengelolaan/ketertiban* dengan *kesesuaian terhadap tempat*. Ditemukan juga hubungan tidak langsung pada aktivitas *fotografi* dengan *dedikasi terhadap tempat*. Selanjutnya dilakukan MRA tahap ke-dua (hubungan tidak langsung).

Tabel 4. Multivariate Regression Analysis antara Aktivitas Pengunjung, Persepsi Terhadap Karakteristik Lingkungan, dan Sense of Place

Dependent	Dedikasi terhadap Tempat		Kesesuaian terhadap Tempat	
	Rsq= 0.29	PValue< 0.0001	Rsq= 0.17	PValue= 0.0155
Independent	Estimate (β)	Prob> t (p)	Estimate (β)	Prob> t (p)
Wisata rekreasi	0.316***	0.001	0.051	0.610
Fotografi	0.197*	0.042	0.080	0.439
Kualitas lingkungan	0.061	0.512	0.202*	0.046
Suasana lingkungan	0.091	0.307	0.031	0.746
Kedekatan lokasi	0.085	0.322	0.072	0.431
Fasilitas umum	0.198*	0.024	-0.009	0.925
Lokasi dan aksesibilitas	-0.167	0.057	0.225*	0.017
Pengelolaan/ketertiban	0.233**	0.010	0.205*	0.034

*p< 0.05; **p< 0.01; ***p< 0.001

(Sumber: Hasil analisis, 2023)

Tahap MRA kedua dilakukan antara variabel aktivitas (variabel dependen) dan persepsi pengunjung terhadap karakteristik lingkungan (variabel independen) bertujuan untuk melihat hubungan tidak langsung antara persepsi-aktivitas-*sense of place* (Tabel 5). Hasil analisis menunjukkan hubungan sebab-akibat yang signifikan pada *suasana lingkungan* ($\beta=0,258$; $p=0,004$) sebagai faktor dominan yang menyebabkan seseorang melakukan aktivitas *wisata rekreasi*. Hubungan tersebut tidak masuk ke dalam faktor dominan dari hasil MRA tahap pertama. Terdapat hubungan sebab akibat signifikan pada *kualitas lingkungan* ($\beta=0,299$; $p=0,001$) dan *pengelolaan/ketertiban* ($\beta=0,170$; $p=0,045$) sebagai faktor dominan penyebab aktivitas *fotografi*.

Tabel 5. Multivariate Regression Analysis antara Aktivitas Pengunjung dan Persepsi Terhadap Karakteristik Lingkungan

Independent	Wisata Rekreasi		Fotografi	
	Rsq=0.18	PValue= 0.0022	Rsq= 0.13	PValue= 0.0308
	Estimate (β)	Prob> t (p)	Estimate (β)	Prob> t (p)
Kualitas lingkungan	-0.112	0.209	0.299***	0.001
Suasana lingkungan	0.258**	0.004	0.057	0.495
Kedekatan lokasi	0.043	0.631	0.032	0.706
Fasilitas umum	-0.047	0.593	0.134	0.111
Lokasi dan aksesibilitas	0.133	0.137	0.123	0.143
Pengelolaan/ ketertiban	-0.117	0.189	0.170*	0.045

*p< 0.05; **p< 0.01; ***p< 0.001

(Sumber: Hasil analisis, 2023)

Dari hasil analisis, baik MRA tahap satu (langsung) dan tahap dua (tidak langsung), dihasilkan model hipotesis yang menjelaskan adanya hubungan langsung antara dimensi persepsi kualitas fisik spasial lokasi (*kualitas lingkungan, lokasi, dan pengelolaan/ketertiban*) dengan *kesesuaian terhadap tempat*. Ketika *kualitas lingkungan* baik ($\beta=0,202$), *lokasi dan aksesibilitas menuju lokasi* baik ($\beta=0,225$), dan *pengelolaan/ketertiban* baik ($\beta=0,205$) maka muncul perasaan kesesuaian antara pengunjung dengan Lapangan Gasibu. Model hipotesis juga menjelaskan hubungan langsung antara dimensi persepsi (*pengelolaan dan fasilitas umum*) dan dimensi aktivitas (*wisata rekreasi dan fotografi*) dengan perasaan *dedikasi terhadap tempat*.

Pengunjung memiliki persepsi baik terhadap *pengelolaan* ($\beta=0,233$), *fasilitas umum* ($\beta=0,198$) serta melakukan aktivitas *wisata rekreasi* ($\beta = 0,316$), dan *fotografi* ($\beta = 0,197$), sehingga meningkatkan perasaan *sense of place* menjadi rasa *dedikasi terhadap tempat*. Dalam model hipotesis juga diungkapkan bahwa terdapat hubungan tidak langsung antara *kualitas lingkungan* ($\beta = 0,299$) dan persepsi *pengelolaan* ($\beta = 0,170$) dengan rasa *dedikasi terhadap lingkungan* melalui aktivitas *fotografi*. Hasil MRA pada tabel 4 dan 5) menjelaskan faktor penyebab peningkatan atau penurunan *sense of place*. Hubungan yang terbentuk antar dimensi menunjukkan proses perkembangan *sense of place*.

Tingkatan pertama level *sense of place* pengunjung adalah dimensi *kesesuaian terhadap tempat* yang muncul saat pengunjung mengunjungi Lapangan Gasibu karena persepsi terhadap kualitas lingkungan (aspek visual), lokasi dan aksesibilitas mudah, dan pengelolaan/ketertiban. Setiap orang memiliki level *sense of place* berbeda pada suatu waktu dan tempat (Shamai, 1991). Persepsi terhadap *pengelolaan* dan *fasilitas umum* yang baik mengakibatkan orang memiliki rasa *dedikasi terhadap Lapangan Gasibu*. *Wisata rekreasi* dan *fotografi* memicu rasa *dedikasi terhadap Lapangan Gasibu*. Terdapat hubungan tidak langsung yang memunculkan rasa *dedikasi* yaitu dukungan persepsi baik terhadap kualitas lingkungan dan pengelolaan sehingga orang yang melakukan aktivitas *fotografi* menjadi memiliki tingkatan *sense of place* *dedikasi terhadap tempat*. Seseorang yang melakukan aktivitas di mana terdapat fasilitas yang mendukung mengakibatkan perkembangan pengalaman positif (Dwiputra et al., 2019).

Untuk meningkatkan rasa *kesesuaian terhadap tempat*, perlu perhatian terhadap aspek visual lingkungan dengan menata area Lapangan Gasibu lebih rapi, nyaman, dan indah. Perhatian terhadap kebersihan serta keharuman dari Lapangan Gasibu perlu ditingkatkan. Rasa *kesesuaian terhadap tempat* ditingkatkan melalui peningkatan sistem pengelolaan. Rasa *dedikasi terhadap tempat* ditingkatkan dengan menciptakan aktivitas rekreatif dan menyediakan fasilitas umum yang lebih baik.

4. Simpulan

Penelitian ini menemukan dua dimensi aktivitas pengunjung dan enam dimensi dari persepsi kualitas fisik spasial terhadap Lapangan Gasibu; dan dua dimensi *sense of place* (*kesesuaian dan dedikasi terhadap tempat*). *Kesesuaian terhadap tempat* memiliki nilai lebih tinggi dibanding *dedikasi terhadap tempat*. Hal-hal yang mempengaruhi rasa *kesesuaian terhadap tempat* adalah persepsi lokasi dan aksesibilitas, persepsi pengelolaan/ketertiban, dan persepsi kualitas lingkungan. Hal yang mempengaruhi rasa *dedikasi terhadap tempat* adalah aktivitas *wisata rekreasi*, persepsi pengelolaan, persepsi fasilitas umum, dan aktivitas *fotografi*. Hubungan ini merupakan hubungan langsung antara aktivitas dan persepsi karakteristik lingkungan dengan *sense of place* merupakan hubungan langsung, sedangkan aktivitas *fotografi* dengan *dedikasi terhadap tempat* merupakan hubungan tidak langsung. Hubungan tidak langsung persepsi *kualitas*

lingkungan dan persepsi pengelolaan/ketertiban mempengaruhi munculnya hubungan dedikasi terhadap tempat melalui aktivitas fotografi.

Daftar Pustaka

- Bachtiar, J. C. U., & Kusuma, H. E. (2019). Tipologi Taman-Taman Kota berdasarkan Sense of Place Pengunjung. *RUAS*, 17(2), 1–12.
- Bleszynski, T. P., & Widyastuti, D. T. (2018). Sense Of Place Pada Kawasan Taman Tepian Mahakam, Samarinda. *Jurnal Arsitektur Dan Perencanaan (JUARA)*, 1(2), 116–133.
- Carr, S., L., M. F., Rivlin, G., & Stone, A. M. (1992). *Public Space*. Cambridge University Press.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*.
- Cross, J. E. (2001). Private Property Rights Versus Scenic Views: A Battle Over Place Attachments. *12th Headwaters Conference, Western State College*.
- Damajani, R. R. D. (2007). Informalitas Dalam Formalitas Pada Ruang Terbuka Publik (Studi Kasus Lapangan Gasibu, Bandung). *Dimensi: Journal of Architecture and Built Environment*, 35(2), 164–171.
- Desiyana, I. (2022). Shape Grammar for House Facade along the Alley in Urban Kampung, Tambora, Jakarta. *Review of Urbanism and Architectural Studies*, 20(1), 130–140. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2022.020.01.13>
- Dwiputra, I. D., Tampubolon, A. C., & Kusuma, H. E. (2018). The Influence of User Activity and Environmental Characteristics Dimensions on Sense of Place in City Parks. *DIMENSI (Journal of Architecture and Built Environment)*, 45(2), 165–172.
- Erkip, F. B. (1997). The Distribution of Urban Public Services: The Case of Parks and Recreational Services in Ankara. *Cities*, 14(6), 353–361.
- Fauziah, A., Santosa, I., & Wahjudi, D. (2016). Thematic Concept on The Physical Element of Open Space Towards People's Place Attachment in The City of Bandung. *Global Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 4(7), 48–65.
- Gehl, J. (2011). *Life Between Buildings*.
- Hartabela, D., & Koerniawan, M. D. (2018). Thermal Comfort Adaptation in Open Spaces in Hot-Humid, Case Study: Gasibu Park, Bandung, Indonesia. *Journal of Asian Institute of Low Carbon Design*, (March 2019), 165–168.
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
- Kusumowidagdo, A., & Prihatmanti, R. (2022). 'Sense of Place' in Virtual Design Studio (VDS): A Review. *RUAS (Review of Urbanism and Architectural Studies)*, 20(1), 65–73.
- Kwanda, T., Kartono, J., & Wonoseputro, C. (2015). The People's Perceptions on Aesthetic and Uses of the Active Urban Parks in Surabaya. *Dimensi-Journal of Architecture and Built Environment*, 41(1), 1–10.
- Najafi, M., & Shariff, M. K. B. M. (2011). The concept of place and sense of place in architectural studies. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(8), 1054–1060.

- Novitasari, D. F., & Navastara, A. M. (2017). Karakteristik Pengunjung dan Aktivitasnya Terhadap Penggunaan Taman Kota Sebagai Ruang Sosial di Taman Keplaksari Kabupaten Jombang. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2), C188–C192.
- Pietilä, M., Neuvonen, M., Borodulin, K., Korpela, K., Sievänen, T., & Tyrväinen, L. (2015). Relationships Between Exposure to Urban Green Spaces, Physical Activity and Self-Rated Health. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 10, 44–54.
- Porajouw, E. F., Poluan, R. J., & Mastutie, F. (2017). Efektivitas Ruang Terbuka Publik di Kota Tomohon. *Spasial*, 4(1), 136–148.
- Prihutami, D. (2008). Ruang Publik Kota yang Berhasil. *Skripsi Sarjana Arsitektur Universitas Indonesia*.
- Roe, J., Aspinall, P. A., & Ward Thompson, C. (2016). Understanding Relationships Between Health, Ethnicity, Place and The Role of Urban Green Space in Deprived Urban Communities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 13(7), 681.
- Sari, A. A., Kusuma, H. E., & Tedjo, B. (2012). Tempat Favorit Mahasiswa Sebagai Sarana Restorative. *Jurnal Lingkungan Binaan*, 1(1), 1–14.
- Sari, A. A., & Yovita, W. (2010). Why Always Seeing Something from the Bad Side? Optimizing the Function of City Open Space to Facilitate Public Activity and Creativity. Case Study: Gasibu Square, Bandung. *Arte-Polis 3 International Conference*, 151.
- Shamai, S. (1991). Sense of Place: An Empirical Measurement. *Geoforum*, 22(3), 347–358.
- Siregar, H. H., & Kusuma, H. E. (2015). Tingkat Kenyamanan Taman Kota Sebagai Ruang Interaksi Masyarakat Perkotaan. *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI*, 161–166.
- Steele, F. (1981). *Sense of Place*. CBI P.
- Wahid, J., Karsono, B., & Harman Shah, A. H. (2009). *Social Dimension of Public Space, The Case of Gasibu Square–Bandung, Indonesia*.
- Whyte, H. W. (2000). How to Turn a Place Around. *Projects for Public Space Inc*, 52.
- Zhang, H., Chen, B., Sun, Z., & Bao, Z. (2013). Landscape Perception and Recreation Needs in Urban Green Space in Fuyang, Hangzhou, China. *Urban Forestry & Urban Greening*, 12(1), 44–52.