

ANALISIS PLACE ATTACHMENT PENGUNJUNG BERDASARKAN KAJIAN VISUAL ANTARA TERAS MALIOBORO 1 DAN 2

Alifah Kamiliya¹, Stefy Prasasti Anggraini², dan Nurkhalyza Muthmainnah Mumtaz³

¹Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia

¹Surel: 22512155@students.uii.ac.id

ABSTRAK: *Pengunjung seringkali mencari suatu elemen atau daya tarik di salah satu teras, namun apabila tidak menemukannya, mereka akan melanjutkan pencarian di teras lainnya. Situasi ini menunjukkan adanya keterikatan emosional atau Place Attachment terhadap area tersebut. Penelitian ini menggunakan metode serial vision, yang memanfaatkan serangkaian pandangan visual untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang dapat mempengaruhi persepsi visual pengunjung dan akhirnya membentuk keterikatan emosional terhadap ruang di sepanjang jalur antara Teras Malioboro 1 dan Teras Malioboro 2. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh elemen-elemen visual seperti tampilan bangunan, pencahayaan, tata ruang, dan fasilitas umum terhadap persepsi ruang dan pengalaman pengunjung di sepanjang jalur tersebut. Metode serial vision mengungkap bahwa pengalaman visual yang dihadirkan oleh elemen-elemen di sepanjang jalur antara TM1 dan TM2 secara signifikan memengaruhi keterikatan emosional pengunjung. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan elemen visual untuk menciptakan kawasan wisata yang lebih nyaman, berkesan, dan ikonik. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengembangan kawasan Teras Malioboro agar semakin ramah pengunjung dan mampu meningkatkan daya tarik serta kenyamanan, sehingga menciptakan keterikatan yang lebih kuat antara pengunjung dan kawasan tersebut.*

Kata kunci: *persepsi visual, place attachment, ruang publik, serial vision, Teras Malioboro*

1. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Menurut (Wardhana et al., 2016) Ruang komersial adalah area yang dirancang untuk kegiatan bisnis atau perdagangan, seperti toko, restoran, dan kantor, yang mendukung transaksi ekonomi dan interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan. Teras Malioboro (TM) adalah kawasan relokasi yang menata pedagang kaki lima Malioboro menjadi pusat perbelanjaan dan wisata dengan fasilitas terorganisir (Nathania et al., 2023). Teras Malioboro, sebagai salah satu kawasan komersial ikonik di Yogyakarta, memiliki peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat.

Banyak pengunjung yang datang dengan ekspektasi tertentu terhadap masing-masing teras sehingga jika mereka tidak menemukan yang diinginkan di salah satu teras, mereka melanjutkan pencarian ke teras lainnya. Fenomena ini mengindikasikan keterikatan emosional terhadap keseluruhan ruang di kawasan Malioboro. Keterikatan emosional pengunjung terhadap kawasan Teras Malioboro terlihat dari kecenderungan mereka berpindah antar teras untuk memenuhi ekspektasi tertentu. Saat harapan di satu teras tidak terpenuhi, pengunjung melanjutkan pencarian ke teras lainnya, yang mencerminkan persepsi bahwa kedua teras ini saling melengkapi sebagai satu kesatuan ruang wisata di Malioboro.

Pendekatan *visual perception* di sepanjang jalan antara Teras Malioboro 1 dan 2 memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pengunjung (*Place Attachment*). Visualisasi yang dihadirkan sepanjang perjalanan ini tidak hanya mempengaruhi kenyamanan dan orientasi pengunjung, tetapi juga membentuk keterikatan emosional yang mendalam terhadap kawasan tersebut. Pengaruh elemen-elemen visual, seperti desain fasad bangunan, tata letak jalan, pencahayaan, dan fasilitas umum, menciptakan pengalaman yang saling

melengkapi antar teras dan memperkuat daya tarik Malioboro sebagai destinasi wisata yang ikonik. Pemahaman mengenai hubungan antara elemen visual dan keterikatan emosional pengunjung diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan ruang publik yang lebih efektif dan berkesan di Teras Malioboro. Penelitian ini difokuskan untuk memahami sejauh mana elemen-elemen visual dapat membangun keterikatan emosional dan pengalaman positif bagi pengunjung sepanjang perjalanan dari TM 1 ke TM 2.

Pada penelitian ini batasan diambil pada visual ruang pada sepanjang jalan dari TM 1 dan 2, pada perjalanan tersebut memberikan dampak persepsi visual dan keterikatan pengalaman terhadap suatu tempat.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Pada penelitian ini akan ada pertanyaan yang terjawab yaitu:

1. Bagaimana pengaruh elemen eksisting terhadap keterikatan pengalaman ruang pengunjung yang berada di sepanjang jalan antara Teras Malioboro 1 ke Teras Malioboro?
2. Sejauh mana pengalaman visual yang dialami pengunjung saat berpindah antar Teras Malioboro 1 dan 2 dapat membentuk persepsi tentang keseluruhan kawasan sebagai ruang wisata yang saling melengkapi?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh elemen-elemen visual dapat membangun keterikatan emosional dan pengalaman positif bagi pengunjung sepanjang perjalanan dari Teras Malioboro 1 ke Teras Malioboro 2.
2. Untuk mengeksplorasi peran elemen-elemen visual dalam menciptakan pengalaman yang saling melengkapi antara Teras Malioboro 1 dan 2 sebagai satu kesatuan ruang wisata yang memperkuat daya tarik Malioboro bagi pengunjung.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Place Attachment

Place Attachment adalah emosional yang terbentuk antara individu dan tempat tertentu. Menurut Altman & Low (1992), keterikatan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk karakter fisik lingkungan, aktivitas yang terjadi di dalamnya, serta interaksi sosial. Dalam konteks *streetscape*, elemen visual seperti fasad bangunan dapat memperkuat atau melemahkan keterikatan ini. Beberapa peneliti wisata liburan menilai keterikatan tempat melalui dua konstruksi, yaitu *Place Dependence*, yang berhubungan dengan kegunaan lokasi untuk aktivitas rekreasi, dan *Place Identity*, yang mengacu pada ikatan simbolis atau emosional terhadap lokasi tersebut (Chen et al., 2014; Dwyer et al., 2019).

Place attachment dikelompokkan menjadi 4 dimensi (Brocato, 2006):

- *Place Dependence*
Kekuatan ikatan ketergantungan berkaitan dengan penilaian fungsional terhadap manfaat dan dampak suatu tempat jika dibandingkan dengan tempat lain yang sejenis (Brocato, 2006). *Place Dependence* juga dapat mencerminkan kualitas suatu lokasi dibandingkan dengan lokasi lainnya.
- *Place Identity*
Hubungan antara individu dan tempat, dengan menekankan makna dan signifikansi suatu lokasi bagi penghuninya. Hal ini mencakup memori, ide, perasaan, nilai, dan pengalaman yang berhubungan dengan lingkungan fisik, yang juga menciptakan keterikatan emosional yang mendalam terhadap tempat tersebut.

- *Affective Attachment*

Keterikatan emosional yang muncul sebagai respons terhadap kondisi fisik suatu tempat. Elemen-elemen visual dan fisik dari suatu lokasi, seperti desain arsitektur dan pencahayaan, sangat mempengaruhi dimensi ini.

Dalam penelitian ini, teori *Place Attachment* relevan karena memberikan kerangka untuk memahami keterikatan pengunjung terhadap lokasi melalui elemen visual dan fisik (Brown et al., 2015; Inalhan et al., 2021; *Place Attachment Theory | 16 | A Handbook of Theories on Designing Ali*, n.d.). Dimensi seperti *Place Dependence* mencerminkan bagaimana Teras Malioboro memenuhi kebutuhan rekreasi dan fungsional pengunjung, sementara *Place Identity* menyoroti makna simbolis dan emosional tempat ini sebagai bagian dari pengalaman budaya Yogyakarta. *Affective Attachment* relevan untuk mengevaluasi respons emosional terhadap desain fasad bangunan, pencahayaan, dan estetika. Pendekatan ini membantu menilai bagaimana elemen visual dan lingkungan fisik di Teras Malioboro berkontribusi pada daya tarik dan keberlanjutan sebagai ruang publik ikonik (Ahmad, 2021) (Debenedetti et al., 2014)

2.2 Visual

Teori visual berfokus pada proses elemen-elemen visual, seperti warna, bentuk, dan tekstur, yang membentuk persepsi kita terhadap ruang fisik (Arianna et al., 2024). Menurut Lynch (1960), elemen-elemen visual berperan penting dalam membentuk keterikatan emosional individu terhadap lingkungan perkotaan, terutama melalui orientasi dan keterbacaan ruang. Konsep *visual attachment* mengacu pada hubungan emosional atau keterikatan psikologis individu terhadap tempat tertentu yang diperoleh dari pengalaman pribadi atau nilai estetika yang ditampilkan. Studi oleh Scannell dan Gifford (Purwanto & Ayuningtyas, 2022) menyatakan bahwa keterikatan visual ini dapat meningkatkan keterhubungan seseorang dengan suatu tempat dan mendorong perilaku konservasi atau pemeliharaan lingkungan tersebut.

Teori visual relevan dalam penelitian karena elemen visual seperti warna, bentuk, dan tekstur fasad bangunan memengaruhi persepsi, orientasi, dan keterbacaan ruang bagi pengunjung. Konsep *visual attachment* mendukung analisis hubungan emosional pengunjung dengan Teras Malioboro yang terbentuk melalui pengalaman estetika dan nilai-nilai visual lokasi tersebut. Pendekatan ini membantu memahami bagaimana elemen visual memperkuat keterikatan emosional dan mendorong apresiasi serta konservasi terhadap ruang perkotaan ikonik ini.

2.3 Streetscape

Streetscape terdiri dari berbagai elemen fisik yang membentuk pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan ruang publik. Lynch (1960) mengidentifikasi lima elemen utama dalam pembentukan citra kota: *paths*, *edges*, *districts*, *nodes*, dan *landmarks*. Setiap elemen ini memiliki peran spesifik dalam menciptakan identitas visual dan fungsional suatu kawasan.

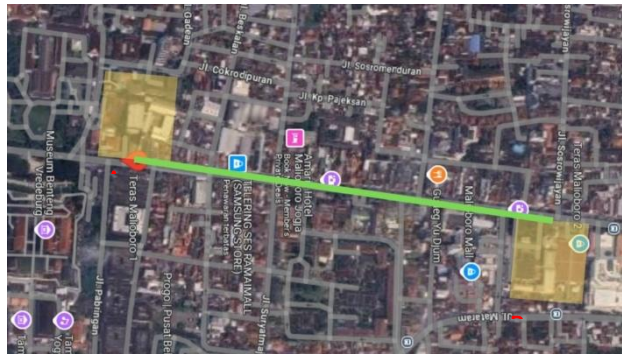
Paths rute pergerakan yang menghubungkan berbagai elemen dalam kota. Kualitas *paths* dapat mempengaruhi persepsi pengguna terhadap keseluruhan identitas kawasan. *Edges* Elemen pemisah yang memberikan batasan visual dan fisik dalam ruang kota. Sebagai contoh, sungai atau jalan besar dapat berfungsi sebagai *edges* yang signifikan. *Districts*, Area yang memiliki karakteristik unik dan dapat dikenali oleh masyarakat. Identitas suatu distrik sering kali ditentukan oleh aktivitas sosial dan komersial yang terjadi di dalamnya. *Nodes*, Titik pertemuan penting yang sering digunakan sebagai referensi oleh pengguna ruang. *Nodes* berfungsi sebagai tempat berkumpul dan interaksi sosial. *Landmarks*, Elemen visual yang mudah dikenali dan berfungsi sebagai penanda lokasi dalam kota. Keberadaan landmark dapat meningkatkan daya tarik visual dan membantu membangun keterikatan emosional. Konsep *streetscape* juga relevan dalam menjelaskan bagaimana elemen-elemen

fisik membentuk identitas kawasan dan memperkuat keterikatan pengunjung terhadap Teras Malioboro (Li & Pang, 2024; Shaebani & Sharepour, 2023)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode pendekatan kualitatif adalah suatu proses penyelidikan di mana peneliti secara bertahap berusaha memahami fenomena sosial melalui cara membedakan, membandingkan, meniru, mengkategorikan, dan mengelompokkan objek yang diteliti (Creswell, 1994). Metode kualitatif ini meliputi pengumpulan data, analisis, sintesis sketsa, serta menarik kesimpulan terkait pengalaman ruang pengunjung Teras Malioboro 1 dan 2.

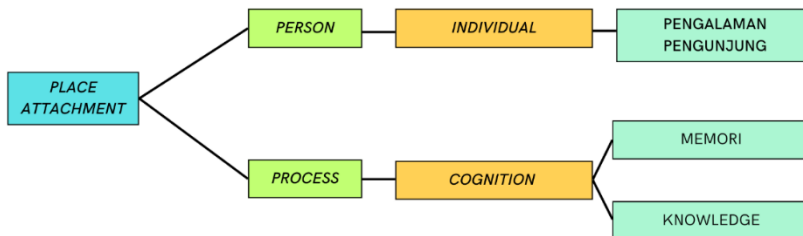
Penelitian ini dibatasi pada area sepanjang Jalan Margo Mulyo dan Jalan Malioboro, yang meliputi jalur penghubung antara Teras Malioboro 1 dan Teras Malioboro 2. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Desember, dengan pengambilan data wawancara dilakukan pada akhir Desember hingga awal Januari. Pemilihan waktu tersebut mempertimbangkan tingginya kunjungan wisatawan di kawasan Malioboro pada periode tersebut, sehingga memungkinkan pengumpulan data dari responden yang relevan sebagai objek penelitian.



Gambar 1. Batasan Penelitian (Jalan antara Teras Malioboro 1 dan 2), A (Teras Malioboro 1), B (Teras Malioboro 2)

Sumber: Google Maps diolah oleh Penulis, 2024

Dalam konteks ini, pendekatan *serial vision* digunakan untuk menganalisis bagaimana pengunjung mengalami ruang secara berurutan sepanjang perjalanan mereka di kedua teras tersebut. Metode kuantitatif berupa survei dan pengambilan data di sekitar area Teras Malioboro 1 dan 2 juga diterapkan. Proses wawancara dengan kuesioner, pengambilan data pengamatan eksisting, serta studi literatur digunakan sebagai cara untuk mengumpulkan data penelitian ini.



Gambar 2. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah *Tripatriate Organizing Framework*

Sumber: Penulis, 2024

Metode *serial vision* digunakan untuk menganalisis persepsi visual dan interaksi manusia dengan lingkungan melalui urutan pandangan yang dilalui seseorang, khususnya dalam ruang publik atau perkotaan. Pendekatan ini menekankan bagaimana individu memaknai

ruang yang mereka lewati, yang mempengaruhi keterikatan mereka terhadap tempat (**Place Attachment**).

Komponen utama metode *serial vision* meliputi:

- Menyusun elemen visual dalam perjalanan seseorang dan bagaimana perubahan visual terjadi seiring waktu.
- Memperhitungkan perubahan persepsi ruang, seperti pencahayaan atau transformasi ruang, sepanjang perjalanan.
- Mengutamakan pengamatan dan interpretasi elemen visual yang membentuk pemahaman dan keterikatan individu terhadap tempat.
- Memahami bagaimana elemen visual dalam desain ruang publik mempengaruhi pengalaman pengunjung.
- Urutan pengalaman visual memperkuat keterikatan emosional individu terhadap tempat.

Objek penelitian ini adalah pengunjung dan kondisi tampilan visual eksisting pada area sepanjang jalan dari Teras Malioboro 1 ke Teras Malioboro 2, dengan melakukan beberapa tahapan observasi visual yaitu:

- Mengidentifikasi aktivitas, perbedaan, serta persamaan yang ada di Teras Malioboro 1 dan Teras Malioboro 2 (seperti variasi yang dijual, fasilitas, kondisi ruang publik, dan lain-lain).
- Melakukan pemetaan kondisi eksisting yang terdapat di sepanjang jalan dari Teras Malioboro 1 menuju Teras Malioboro 2 (fasad, elemen streetscape, jalan, dan lain-lain).
- Mengambil foto terkait elemen yang dilewati di sepanjang jalan dari Teras Malioboro 1 menuju Teras Malioboro 2.

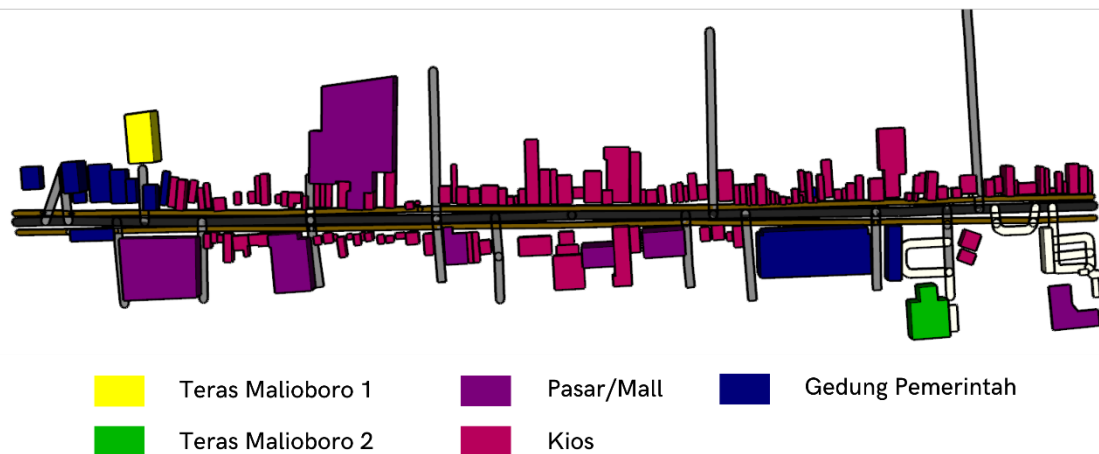
Tabel 1. Indikator Penelitian

Aspek	Indikator	Metode Pengumpulan Data		Deskripsi
Place Attachment	Keterikatan emosional pengunjung terhadap Teras Malioboro Lokasi Frekuensi kunjungan	Observasi, Kuesioner	Wawancara,	Menganalisis keterikatan emosional pengunjung terhadap kawasan Teras Malioboro dan bagaimana elemen visual mempengaruhi pengalaman mereka.
Place Dependence	Fungsi dan manfaat dari masing-masing teras Visual persepsi lokasi	Observasi, visual, eksisting	Pengamatan, Pemetaan kondisi	Menilai bagaimana pengunjung memandang keterikatan berdasarkan manfaat fungsional tempat dibandingkan dengan teras lainnya.
Place Identity	Makna simbolis dan emosional terhadap kawasan	Wawancara, Kuesioner		Mengidentifikasi bagaimana elemen visual seperti desain fasad dan fasilitas menciptakan makna atau identitas bagi pengunjung.

Sumber: Indikator Penelitian, Penulis 2024

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Place Attachment dipengaruhi oleh visual yang berdampak terhadap memori pengalaman ruang pengunjung terutama di sepanjang jalan teras malioboro 1 dan 2. Distribusi elemen-elemen ruang di sepanjang kawasan Malioboro mencakup Teras Malioboro 1 dan 2, kios, pasar/mall, serta gedung pemerintah. Visualisasi ini menekankan perbedaan fungsi dan karakteristik ruang di area tersebut, yang menjadi dasar dalam menganalisis pengalaman visual dan keterikatan pengunjung. Elemen visual, seperti warna dan bentuk, membantu memahami bagaimana tata ruang dan desain fasad pada Teras Malioboro 1 dan 2 berkontribusi terhadap pembentukan *Place Attachment*. Representasi ini juga menggambarkan hubungan antara fungsi ruang, orientasi pengunjung, serta interaksi sosial yang terjadi, sesuai dengan fokus penelitian pada elemen visual dan keterikatan emosional di kawasan Malioboro.



Gambar 3. Batasan Penelitian (sepanjang jalan antara TM 1 dan 2), A (TM 1), B (TM 2)
Sumber: *Cadmapper*, diolah oleh Penulis, 2024

Gambar di atas menampilkan distribusi elemen-elemen ruang di sepanjang kawasan Malioboro, termasuk Teras Malioboro 1 (kuning) dan 2 (hijau), kios (merah muda), pasar/mall (ungu), serta gedung pemerintah (biru). Visualisasi ini bertujuan untuk menggambarkan pembagian fungsi ruang di area tersebut dan hubungannya dengan pengalaman pengunjung.








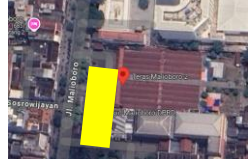




Elemen visual, seperti desain fasad dan tata ruang, memengaruhi orientasi, keterbacaan ruang, serta keterikatan emosional pengunjung terhadap lokasi. Pemisahan fungsi yang jelas, seperti antara kios dan area pemerintah, turut berperan dalam menciptakan pengalaman yang berbeda bagi pengunjung, sementara elemen visual Teras Malioboro 1 dan 2 menjadi fokus utama dalam mengevaluasi dimensi *Place Attachment*, seperti *Place Dependence*, *Place Identity*, dan *Affective Attachment*.

Dengan batasan pada analisis elemen visual Teras Malioboro 1 dan 2, gambar ini memberikan konteks untuk mengeksplorasi bagaimana pengalaman visual dan tata ruang spesifik di lokasi tersebut dapat memperkuat keterikatan emosional dan persepsi pengunjung terhadap kawasan Malioboro.

Penelitian ini menganalisis keterikatan emosional pengunjung terhadap Teras Malioboro 1 dan 2 berdasarkan elemen visual yang ada. Teras Malioboro, sebagai kawasan komersial ikonik, mempengaruhi pengalaman pengunjung melalui desain fasad, tata letak, pencahayaan, dan fasilitas umum. Tabel perbandingan ini menunjukkan perbedaan elemen visual antara kedua teras dan dampaknya terhadap persepsi serta keterikatan emosional

pengunjung, yang dapat memberi wawasan untuk pengembangan ruang publik yang lebih efektif.

Tabel 2. Perbandingan Teras Malioboro 1 dan 2

ASPEK	TERAS MALIOBORO 1	TERAS MALIOBORO 2	DESKRIPSI
FASILITAS	 Gambar 4.1. Mushola TM 1  Gambar 4.2. Ruko TM 1	 Gambar 4.3. Foodcourt TM 2  Gambar 4.4. Fasilitas Toilet Umum TM 2	Perbedaan terdapat pada fasilitasnya, Teras Malioboro 1 menyediakan mushola umum dan jadi satu terdapat toilet umumnya juga serta aksesibilitas menggunakan eskalator dari lantai 1 ke 3. Teras Malioboro 2 tidak menyediakan mushola tetapi toilet umum, perbedaan juga terdapat pada area makan outdoor yang hanya ada di Teras Malioboro 2
TATA RUANG	 Gambar 5.1. Teras depan TM 1  Gambar 5.2. Lokasi Teras depan TM 1	 Gambar 5.3. Teras depan TM 2  Gambar 5.4. Lokasi Teras depan TM 2	Perbedaan dari segi pelataran dan aktivitas bagian depan. Teras Malioboro 1 memiliki pelataran yang cenderung kecil tetapi memiliki keunikan saat ada di depan pintu masuk area Teras Malioboro 1. Teras Malioboro 2 memiliki pelataran yang lebih luas sehingga terjadi aktivitas lebih beragam seperti pertunjukan alat musik angklung, dan lain-lain.
BARANG YANG DISEDIAKAN	 Gambar 6.1. Ruko TM 1  Gambar 6.1. Ruko TM 1	 Gambar 6.3. Ruko TM 2  Gambar 6.4. Ruko TM 2	Perbedaannya berada pada kuliner yang ada di Teras Malioboro 2 lebih variatif dibandingkan Malioboro 1. Toko penjual baju batik lebih banyak pada Malioboro 2 dibandingkan 2

Sumber: Penulis, 2024

SERIAL VISION DARI TERAS MALIOBORO 2 KE TERAS MALIOBORO 1 (JALAN MALIOBORO-JALAN MARGO MULYO)

Serial vision merupakan metode analisis visual yang digunakan untuk memahami pengalaman spasial pengunjung berdasarkan segmentasi ruang dan elemen visual yang terlihat. Berdasarkan hasil analisis, kawasan yang ditinjau dibagi menjadi empat segmen utama.



Gambar 7. Pembagian Segmentasi Serial Vision
Sumber: Penulis, 2024

Segment 1 menunjukkan dominasi fasad bangunan komersial dengan gaya arsitektur modern. Identitas visual di segmen ini didukung oleh keberadaan signage dan merek toko yang mencolok, menciptakan kesan dinamis dan kontemporer bagi pengunjung.

Segment 2 didominasi oleh elemen arsitektur tradisional yang menonjolkan keaslian budaya lokal. Penggunaan ornamen khas dan tata ruang tradisional menciptakan suasana autentik yang berakar pada identitas budaya.

Pada Segment 3, terlihat adanya transisi antara elemen modern dan tradisional. Kombinasi ini menciptakan suasana ruang yang mendukung aktivitas sosial dan komersial secara bersamaan. Fasad bangunan di segmen ini dirancang untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung sekaligus mendukung interaksi publik.

Segment 4 lebih menonjolkan ruang publik terbuka dengan elemen visual yang mendukung aksesibilitas dan kenyamanan bagi pejalan kaki. Elemen ini memberikan pengalaman visual yang menyatu dengan fungsi ruang sebagai tempat interaksi sosial yang inklusif. Transisi antarsegmen menciptakan aliran visual yang memengaruhi persepsi estetika dan orientasi pengunjung, sehingga memberikan pengalaman ruang yang berkesan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden yang terdiri dari kelompok remaja, dewasa, dan lansia, penelitian ini memberikan gambaran terkait *Place Attachment*, *Place Identity*, dan *Place Dependence* di kawasan Teras Malioboro 1 dan 2. Berikut adalah hasil pembahasan berdasarkan elemen-elemen tersebut.

Tabel 2. Hasil Wawancara

Responden	<i>Place Attachment</i>	<i>Place Identity</i>	<i>Place Dependence</i>
Remaja (16-20 tahun)	Terikat pada suasana yang hidup dan ramai. Aktivitas seperti membeli kopi,	Identitas tercermin melalui jalanan ramai, ornamen khas, dan	Digunakan untuk bersantai, berbincang, dan mengambil foto.

	bersantai, dan menikmati suasana mendukung keterikatan ini. Namun, elemen unik yang dapat menciptakan pengalaman emosional mendalam dirasa masih kurang.	suasana meriah. Namun, beberapa merasa elemen ini kurang kuat dibandingkan kawasan lain yang lebih modern.	Namun, kenyamanan siang hari dianggap kurang memadai.
Dewasa (20-40 tahun)	rasa penasaran terhadap suasana dan desain tradisional-modern kawasan. Elemen estetika seperti fasad bangunan dan pencahayaan malam hari meningkatkan daya tarik emosional, meski kenyamanan di siang hari menjadi perhatian.	Mengidentifikasi Malioboro sebagai ikon Jogja dengan elemen unik, seperti warna krem, ornamen Jawa, dan sentuhan gaya Eropa, yang menciptakan kesan budaya mendalam.	Mendukung aktivitas seperti berbelanja oleh-oleh, melihat suasana, dan menikmati desain bangunan. Fasilitas dan suasana dinilai mendukung rekreasi.
Lansia (40-60 tahun)	Kenangan masa lalu menjadi pemicu utama keterikatan, khususnya pengalaman bersama keluarga. Elemen visual tradisional seperti ornamen Jawa dan suasana pedagang kaki lima mengingatkan akan identitas Malioboro.	Kombinasi tradisional dan modern menjadi ciri khas. Jalanan dengan becak, andong, dan pedagang kaki lima memberikan atmosfer unik yang tidak ditemukan di tempat lain.	Malioboro menjadi tempat untuk berbelanja barang kecil, mengenang masa lalu, dan berinteraksi dengan keluarga. Fasilitas seperti kursi dan pencahayaan malam hari meningkatkan kenyamanan.

Sumber: Penulis, 2024

Analisis Elemen Visual Karakter Tampilan Bangunan

Responden dari semua kelompok usia sepakat bahwa tampilan bangunan di Teras Malioboro 1 dan 2 memberikan kesan estetis yang mendukung suasana. Elemen tradisional seperti ornamen Jawa, ukiran pada fasad bangunan, dan penggunaan warna lembut seperti krem dan coklat dianggap mencerminkan karakter budaya Jogja.

1. TERAS MALIOBORO 1



Gambar 3. Teras Malioboro 1
 Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

2. TERAS MALIOBORO 2



Gambar 4. Teras Malioboro 2
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Elemen desain modern, seperti struktur bangunan yang rapi dan penggunaan material yang kokoh, juga menambah daya tarik kawasan. Kombinasi ini menciptakan harmoni antara tradisional dan modern, yang membuat pengunjung merasa nyaman dan kagum. Suasana berpengaruh pada Place Attachment, di mana elemen visual seperti ornamen tradisional dan desain modern di Teras Malioboro 1 dan 2 menciptakan keterikatan emosional yang kuat pada pengunjung. Kombinasi antara elemen tradisional dan modern ini tidak hanya mencerminkan identitas budaya Yogyakarta, tetapi juga memberikan pengalaman estetis yang berkesan. Hal ini relevan dalam konteks dimensi Affective Attachment, di mana kesan visual memengaruhi respons emosional pengunjung, serta Place Identity, yang menghubungkan makna budaya dan estetika lokasi dengan pengalaman pribadi mereka. Dalam penelitian ini, harmoni visual yang ada di kawasan Teras Malioboro menjadi faktor penting dalam memahami bagaimana elemen desain fisik berkontribusi pada keterikatan pengunjung terhadap tempat tersebut

Keterikatan emosional pengunjung terhadap Teras Malioboro 1 dan 2 dapat dianalisis menggunakan teori Place Attachment dari Altman & Low (1992), yang mengkategorikan keterikatan berdasarkan faktor lingkungan fisik, aktivitas, dan interaksi sosial. Berdasarkan data yang diperoleh, elemen visual seperti ornamen Jawa, warna fasad, dan pencahayaan berperan dalam membentuk Affective Attachment karena memunculkan respons emosional positif dari pengunjung, terutama pada malam hari ketika pencahayaan lebih mendukung suasana (Brown et al., 2015). Selain itu, konsep Place Identity juga relevan, karena visualisasi Teras Malioboro mencerminkan karakter budaya Yogyakarta yang khas, sebagaimana diungkapkan oleh responden lansia yang merasa tempat ini membawa memori masa lalu mereka. Di sisi lain, Place Dependence tampak dalam bagaimana pengunjung memanfaatkan ruang untuk aktivitas tertentu, seperti berbelanja atau menikmati suasana, yang menunjukkan bahwa kawasan ini memiliki nilai fungsional dibandingkan ruang publik lainnya (Chen et al., 2014). Dengan demikian, elemen-elemen visual yang ada tidak hanya berfungsi sebagai estetika tetapi juga menjadi faktor utama dalam memperkuat keterikatan emosional pengunjung terhadap kawasan Malioboro.

Kondisi Pencahayaan Fasad (Malam dan Siang)

Lampu-lampu di sepanjang Teras Malioboro memberikan nuansa hangat, romantis, dan berkesan bagi pengunjung. Warna lampu kuning yang lembut menciptakan suasana yang menenangkan dan cocok untuk berjalan-jalan di malam hari. Pencahayaan ini juga mempertegas keindahan elemen visual seperti ornamen Jawa pada bangunan, membuat kawasan terlihat lebih menarik pada malam hari dibandingkan siang hari. Memiliki dampak kepada lansia juga yaitu merasa pencahayaan malam hari meningkatkan kenyamanan dan rasa aman. Mereka mengapresiasi bagaimana lampu-lampu ini membantu mereka menikmati suasana tanpa terganggu oleh keramaian yang biasanya terjadi di siang hari.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa elemen-elemen visual seperti tampilan bangunan, pencahayaan, dan tata ruang memengaruhi *Place Attachment*, *Place Identity*, dan *Place Dependence* pengunjung di kawasan Malioboro. Berdasarkan teori *Place Attachment*, keterikatan emosional terbentuk melalui pengalaman visual dan kenangan yang didapatkan selama berkunjung. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Malioboro memiliki keunikan tersendiri sebagai ruang publik yang mampu menghadirkan identitas lokal sekaligus memenuhi kebutuhan sosial dan emosional pengunjungnya.

- **Place Attachment:** Keterikatan emosional dipengaruhi oleh suasana dan elemen visual, seperti fasad bangunan dan pencahayaan malam. Namun, elemen kenyamanan fisik di siang hari perlu ditingkatkan untuk memperkuat keterikatan ini.
- **Place Identity:** Identitas kawasan didukung oleh kombinasi elemen tradisional dan modern yang mencerminkan budaya Jogja, seperti ornamen Jawa dan suasana khas jalanan Malioboro.
- **Place Dependence:** Pengunjung memanfaatkan kawasan ini untuk berbagai aktivitas sosial dan rekreasi. Kenyamanan fasilitas umum, seperti kursi dan pencahayaan malam, menjadi faktor penting bagi semua kelompok usia.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar penelitian selanjutnya lebih mendalam dalam mengeksplorasi peningkatan kenyamanan fisik di kawasan Malioboro, khususnya pada siang hari. Fokus dapat diberikan pada desain pelindung dari panas, tata ruang pejalan kaki yang lebih ramah, serta penyediaan fasilitas umum yang mendukung kenyamanan, seperti tempat duduk yang teduh dan area hijau. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi bagaimana perubahan musiman, cuaca, atau perbedaan waktu (siang dan malam) memengaruhi persepsi visual dan keterikatan emosional pengunjung. Segmentasi pengunjung berdasarkan demografi, seperti kelompok usia, latar belakang budaya, dan tujuan kunjungan, juga perlu dipertimbangkan untuk memahami pengalaman visual secara lebih terperinci. Selanjutnya, integrasi teknologi visual, seperti pencahayaan pintar dan media interaktif, dapat menjadi inovasi untuk memperkuat *Place Attachment* dan identitas kawasan. Akhirnya, evaluasi komparatif antara kawasan Malioboro dan ruang publik lainnya di Indonesia dapat memberikan wawasan yang lebih luas dalam pengembangan desain ruang publik yang inklusif, estetis, dan berkesan secara nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariannia, N., Naseri, N., & Yeganeh, M. (2024). Cognitive-emotional feasibility of the effect of visual quality of building form on promoting the sense of place attachment (Case study: Cultural iconic buildings of Iran's contemporary architecture). *Frontiers of Architectural Research*, 13(1), 37–56. <https://doi.org/10.1016/J.FOAR.2023.10.002>
- Altman, I., & Low, S. M. (1992). *Place Attachment*. New York: Plenum Press.
- Brocato, E. D. (2006). *PLACE ATTACHMENT: AN INVESTIGATION OF ENVIRONMENTS AND OUTCOMES IN A SERVICE CONTEXT*.
- Brown, G., Raymond, C. M., & Corcoran, J. (2015). Mapping and measuring place attachment. *Applied Geography*, 57, 42–53. <https://doi.org/10.1016/J.APGEOG.2014.12.011>
- CABE (2002). *The Value of Public Space*.
- Chen, N. (Chris), Dwyer, L., & Firth, T. (2014). Effect of dimensions of place attachment on residents' word-of-mouth behavior. *Tourism Geographies*, 16(5), 826–843. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.915877>
- Creswell, J. W. . (1994). *Research design: qualitative & quantitative approaches*. 228.

- Debenedetti, A., Oppewal, H., & Arsel, Z. (2014). Place Attachment in Commercial Settings: A Gift Economy Perspective. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 904–923. <https://doi.org/10.1086/673469>
- Dp, S. N., Sejati, K. W., A'yunina, H., Dewi, A. S., Nisa, K. K., Sosiologi, M. J., Kalijaga Yogyakarta, S., Sosiologi, D., Sunan, U., Yogyakarta, K., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Sayyid, N., Rahmatullah, A., & Sujadi, T. J. M. (2023). DAMPAK RELOKASI PEDAGANG KAKI LIMA KE TERAS MALIOBORO YOGYAKARTA. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 83–99. <https://doi.org/10.21274/SOSEBI.V3I1.7562>
- Dwyer, L., Chen, N., & Lee, J. (2019). The role of place attachment in tourism research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(5), 645–652. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1612824>
- Hartanti, N. B. (2014). Karakter Streetscape sebagai Pembentuk Identitas Kota Bogor. Makalah dipresentasikan pada Seminar Nasional Riset Arsitektur dan Perencanaan (SERAP) 3, halaman 215–225.
- Inalhan, G., Yang, E., & Weber, C. (2021). Place Attachment Theory. *A Handbook of Theories on Designing Alignment Between People and the Office Environment*, 181–194. <https://doi.org/10.1201/9781003128830-16/PLACE-ATTACHMENT-THEORY-GOKSENIN-INALHAN-EUNHWA-YANG-CLARA-WEBER>
- LEISURE INVOLVEMENT AND PLACE ATTACHMENT ON SHOPPING MALL REVISIT INTENTION: THE MEDIATING ROLE OF QUALITY OF LIFE | *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*. (n.d.). Retrieved January 8, 2025, from <https://www.ijmres.pk/index.php/IJMRES/article/view/124>
- Li, X., & Pang, C. (2024). A Spatial Visual Quality Evaluation Method for an Urban Commercial Pedestrian Street Based on Streetscape Images—Taking Tianjin Binjiang Road as an Example. *Sustainability* 2024, Vol. 16, Page 1139, 16(3), 1139. <https://doi.org/10.3390/SU16031139>
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press.
- Place Attachment Theory | 16 | *A Handbook of Theories on Designing* Ali. (n.d.). Retrieved January 8, 2025, from <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.1201/9781003128830-16/place-attachment-theory-goksenin-inalhan-eunhwa-yang-clara-weber>
- Purwanto, E., & Ayuningtyas, R. (2022). Neuroscience Approach In Understanding The Urban Spatial Form. *TEKNIK*, 43(1), 25–35. <https://doi.org/10.14710/TEKNIK.V43I1.41277>
- Rahman, A. (2015). Revitalisasi Kawasan Kota Tua Jakarta Sebagai Upaya Mengembalikan Identitas Kota. *Prosiding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 6.
- Shaebani, M., & Sharepour, M. (2023). The quality of Streetscape and its Relationship with the Citizens' Activities in Tehran: Application of Jan Gehl's theory. *Motaleate Shahri*, 12(45), 31–42. <https://doi.org/10.34785/J011.2022.005>
- Wardhana, I., Wardhana, I. W., & Haryanto, R. (2016). KAJIAN PEMANFAATAN RUANG KEGIATAN KOMERSIAL KORIDOR JALAN TAMAN SISWA KOTA SEMARANG. *Jurnal Pengembangan Kota*, 4(1), 49–57. <https://doi.org/10.14710/jpk.4.1.49-57>