

PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP *COMFORT AND IMAGE* DI LOKAWISATA PURI MATARAM DAN PUNCAK SOSOK

Alya Syifa Safrina¹, Ulfah Nur Azizah², M. Galieh Gunagama³, Yasyviene Nooranita⁴
^{1,2}Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perancangan, Universitas Islam Indonesia
¹Surel: 21512092@students.uii.ac.id

ABSTRAK: Penelitian ini membahas tentang persepsi pengunjung terhadap kualitas ruang terbuka di lokawisata Puri Mataram dan Puncak Sosok melalui pendekatan *Placemaking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi pengunjung terhadap aspek kualitas ruang yang berdasarkan pernyataan Montgomery (1998) tentang salah satu elemen *placemaking*, yaitu *comfort and image* dengan berfokus kepada elemen-elemen penunjang kenyamanan dan citra lokawisata serta pengalaman pengunjung terhadap ruang yang disediakan. Dengan rumusan masalah mengenai bagaimana perbedaan karakter Lokawisata Puri Mataram dan Puncak Sosok dari segi *comfort and image* dan bagaimana persepsi pengunjung terhadap kenyamanan dan citra pada kedua lokawisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode campuran (*mixed method*) dengan pendekatan deskriptif dengan melibatkan penggunaan dua metode, yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif dalam studi tunggal (*satu penelitian*). Data primer yang digunakan berupa data yang diperoleh dari wawancara tertulis (16 pengunjung dan 2 pengelola), observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan karakteristik antara Puri Mataram dan Puncak Sosok dari segi *comfort and image*. Selain itu, pengunjung memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap kenyamanan dan citra pada kedua lokawisata. Rekomendasi yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan, memperbaiki tata letak dan desain ruang terbuka, serta meningkatkan promosi dan branding lokawisata.

Kata Kunci: kenyamanan, *placemaking*, persepsi, ruang publik

PENDAHULUAN

Ruang publik seperti jalan, taman, serta area terbuka lainnya merupakan lingkungan yang dinamis dengan potensi memenuhi kebutuhan pergerakan, komunikasi, dan rekreasi bagi penduduk di dalam kota. Kevin Lynch (1960) dalam bukunya yang berjudul *The Image of The City*, mengartikan ruang publik sebagai bagian dari kota yang digunakan secara bersama, dimana pemahaman yang baik terhadap ruang publik akan berpengaruh pada kenyamanan dan dorongan untuk berinteraksi dengan lingkungannya.

Pada lokasi pariwisata terdapat ruang publik seperti café, perpustakaan, taman, dan lain-lain. Menurut Herman V. Schulalard (1910), seorang ahli ekonomi Austria, pariwisata adalah sejumlah kegiatan terutama yang berkaitan dengan ekonomi yang secara langsung terkait dengan kedatangan, pendiaman, dan pergerakan orang asing ke suatu kota, daerah, atau negara. Pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan suatu daerah, sehingga pemerintah harus andil dalam pengelolaannya. Dalam rangka mendukung pembangunan di tingkat desa, pemerintah memberikan otonomi kepada pemerintah desa untuk mengelola wilayahnya secara mandiri. Salah satu caranya adalah dengan membentuk lembaga ekonomi seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).

BUMDes merupakan salah satu program yang dijalankan oleh desa untuk meningkatkan pendapatan asli desa dan mendorong pembangunan di tingkat desa. BUMDes memiliki peluang untuk berperan strategis dalam meningkatkan perekonomian desa di bidang pariwisata, namun faktanya masih ada BUMDes yang belum berhasil mensejahterakan masyarakatnya melalui sektor pariwisata. Belum berhasilnya BUMDes dikarenakan beberapa faktor, salah satunya yaitu kurangnya pengelolaan sarana prasarana pada

lokawisata yang dikelola, sehingga berdampak pada menurunnya kualitas ruang pada destinasi pariwisata dan mengurangi kenyamanan pengunjung.

Menurut data Infografis BUMDes Biro Bina Pemberdayaan Masyarakat Setda Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2023, Kabupaten Sleman memiliki 86 usaha yang dikembangkan oleh desa-desa didalamnya sebagai upaya kesejahteraan masyarakat, diantaranya yaitu Lokawisata Puri Mataram. Puri Mataram, yang berlokasi di Sleman, Yogyakarta, merupakan sebuah lokawisata interaktif yang didalamnya terdapat beberapa fasilitas wisata berupa wahana interaktif dengan hewan seperti ikan, kelinci, kuda, dan hewan lainnya, dan taman dengan hamparan bunga yang dapat dikunjungi. Sedangkan menurut Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPPKBPM) Bantul, di Bantul sendiri pada tahun 2020 sudah terdapat 38 BUMDes, diantaranya yaitu Puncak Sosok. Puncak Sosok, yang terletak di Jambon, Bawuran, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu lokawisata alam yang populer dan ramai dikunjungi di daerah tersebut. Objek wisata yang ditawarkan berupa pemandangan alam, termasuk panorama pegunungan, hutan lebat. Oleh karena itu, penelitian tentang *placemaking* pada Puncak Sosok dan Puri Mataram sebagai objek wisata menjadi sangat relevan dan bermanfaat untuk mengidentifikasi strategi dan rekomendasi yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan menjaga keberlanjutan objek wisata ini.

Pemilihan lokasi penelitian di Lokawisata Puri Mataram dan Puncak Sosok didasarkan pada potensi besar kedua tempat ini sebagai destinasi wisata yang dikelola oleh BUMDes. Kedua lokasi ini memiliki karakteristik yang berbeda, yang memungkinkan analisis perbandingan yang mendalam mengenai persepsi pengunjung terhadap kenyamanan dan citra ruang terbuka. Selain itu, kedua lokasi ini juga merupakan contoh nyata dari upaya pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang dapat memberikan wawasan berharga bagi pengelolaan destinasi wisata lainnya.

Menurut Montgomery (1998), prinsip *placemaking* merupakan elemen yang tersusun dari beberapa elemen-elemen *good place*, yaitu *comfort and image*, *access and linkage*, *uses and activity*, dan *sociability*. *Placemaking* dapat menciptakan area wisata yang menonjolkan ciri khas dan elemen untuk memberikan makna baru kepada suatu tempat jika diterapkan untuk pengembangan pariwisata (Razali et al., 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi pengunjung terhadap aspek kualitas ruang yang berdasar pada pernyataan Montgomery (1998) tentang salah satu elemen *placemaking*, yaitu *comfort and image* dengan berfokus kepada elemen-elemen penunjang kenyamanan dan citra lokawisata serta pengalaman pengunjung terhadap ruang yang disediakan pada dua lokawisata yang memiliki karakteristik tersendiri, seperti Puri Mataram dan Puncak Sosok. Dengan fokus pada elemen kenyamanan dan citra, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi karakteristik unik dari masing-masing lokasi, tetapi juga memberikan wawasan mendalam mengenai persepsi pengunjung yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas ruang terbuka dan pengalaman wisatawan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi wisata dan berkontribusi pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu (1) Bagaimana perbedaan karakter Lokawisata Puri Mataram dan Puncak Sosok dari segi *comfort and image*? (2) Bagaimana persepsi pengunjung terhadap kenyamanan dan citra pada kedua lokawisata?

KAJIAN PUSTAKA

1. Ruang Publik

Secara sederhana, ruang publik merujuk pada area yang terbuka untuk umum, dapat diakses, dan digunakan tanpa dipungut biaya masuk oleh masyarakat umum (Nugroho & Kamajaya, 2019). Seiring dengan perkembangan zaman, ruang publik tidak hanya berfungsi

sebagai tempat berkumpul masyarakat, tetapi juga telah berkembang menjadi area wisata dengan nilai ekonomi, melibatkan aspek politis melalui interaksi antara pemerintah dan masyarakat (Candra, Harini, & Sumirta, 2017). Fungsi dan peranannya mencakup: (1) mendorong pertumbuhan ekonomi dan bisnis; (2) mengurangi stres dan mendorong aktivitas fisik masyarakat; (3) mempromosikan interaksi sosial; dan (4) meningkatkan kualitas lingkungan (Atika & Poedjioetami, 2022). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ruang publik adalah elemen kunci dalam struktur sosial dan ekonomi masyarakat, yang tidak hanya berperan sebagai tempat pertemuan komunal tetapi juga sebagai pusat kegiatan ekonomi, interaksi sosial-politik, dan peningkatan kesehatan serta lingkungan.

2. Persepsi Terhadap Kenyamanan

Persepsi, menurut definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merujuk pada tanggapan atau penerimaan langsung terhadap sesuatu, atau proses dimana seseorang memperoleh informasi melalui panca inderanya. Proses ini melibatkan organisasi dan interpretasi kesan sensoris oleh individu untuk memahami lingkungannya (Sutrisman, 2019). Persyaratan untuk terjadinya persepsi, sebagaimana dijelaskan dalam buku "Psikologi Landasan Keilmuan Praktik Keperawatan Jiwa" (Prihutami, 2008), mencakup: a) keberadaan objek yang dipersepsi, b) adanya perhatian sebagai langkah persiapan untuk mempersepsi, c) keberadaan alat indera sebagai sarana menerima stimulus, dan d) keterlibatan saraf sensoris untuk meneruskan stimulus ke otak, yang nantinya berfungsi sebagai penyebab respon.

Persepsi Kenyamanan, dijelaskan sebagai sejauh mana seseorang menerima pantulan dari penggunaan teknologi agar menjadi menyenangkan dalam dirinya sendiri, tanpa memperdulikan konsekuensi kinerja yang dapat diantisipasi (Davis et al., 1989). Sehingga berdasarkan teori yang ada, dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap kenyamanan adalah penerimaan informasi melalui panca indra suatu individu yang menimbulkan perasaan senang dan nyaman dengan syarat adanya objek yang di persepsi, adanya perhatian, adanya alat indera, dan terlibatnya saraf sensoris yang mengstimulus ke otak.

3. Placemaking

Placemaking adalah konsep pembentukan suatu tempat, di mana tempat tersebut memiliki identitas unik, keberlanjutan, ketangguhan, dan mencerminkan kehidupan. *Placemaking* adalah pendekatan dalam perencanaan dan pengelolaan ruang publik yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan budaya, menumbuhkan rasa bangga, serta memperkuat rasa kepemilikan terhadap identitas lokal. Pendekatan ini berperan dalam membangun hubungan emosional antara manusia dan lingkungannya (Razali et al., 2017). Keberhasilan perancangan dan pembangunan suatu tempat sangat tergantung pada keterlibatan masyarakat (Atika & Poedjiutami, 2022). Menurut Wardhani (2022) dalam pengembangan *placemaking* dapat diikuti dengan memajukan komunitas serta penghuninya maupun area-area di sekitarnya, seperti yang diterapkan di Taman Menteng, Senayan Park, Urban Farm PIK, misalnya dengan menerapkan rancangan yang menyatukan budaya, makna, dan elemen kreativitas. *Placemaking* menitikberatkan pada observasi, pendengaran, dan pengajuan pertanyaan mengenai individu yang tinggal, bekerja, dan bermain di suatu ruang tertentu untuk memahami kebutuhan serta aspirasi mereka terhadap ruang tersebut dan komunitas secara keseluruhan. Oleh karena itu, *placemaking* dapat diterapkan dalam mengevaluasi ruang publik karena fokusnya pada pengalaman manusia yang memiliki peran krusial dalam membentuk hubungan yang solid antara manusia dan ruang publik. Lokawisata Puri Mataram dan Puncak Sosok dipilih sebagai lokasi penelitian dalam analisis *placemaking* karena keduanya adalah area wisata yang menyediakan ruang untuk

kegiatan publik, memungkinkan kajian *placemaking* dapat dilakukan secara optimal mengingat pengalaman dan aktivitas manusia yang terjadi di sana.

4. Comfort and Image

Membentuk sebuah area yang nyaman dan memenuhi kebutuhan pengguna merupakan fondasi utama dalam menciptakan lingkungan yang baik di sekitarnya. Salah satu alternatif untuk mencapai hal tersebut adalah melalui konsep *placemaking*, yang fokus pada penciptaan ruang luar dengan memperhatikan kenyamanan pengguna, sehingga kawasan tersebut dapat menjadi aktif kembali. *Placemaking* merupakan suatu proses untuk menciptakan tempat berkualitas yang diinginkan oleh pengguna untuk beraktivitas, seperti tinggal, bekerja, bermain, dan belajar (Wyckoff, 2014). Menurut *Project for Public Space*, konsep *placemaking* melibatkan beberapa aspek, termasuk *sociability, uses and activities, access and linkage*, serta *comfort and image*.



Gambar 1. Diagram *What Makes a Great Place* dari *Project for Public Spaces*

Sumber: <https://www.pps.org/article/grplacefeat>

Pertimbangan terkait kenyamanan dan citra dapat menjadi parameter penting dalam mengembangkan ruang terbuka, dengan tujuan menciptakan lingkungan yang nyaman bagi pengunjung. Oleh karena itu, ruang publik yang menerapkan konsep *placemaking* dapat berfungsi sebagai ruang ketiga yang menyenangkan bagi para pengguna. Aspek kenyamanan dan citra mencakup beberapa poin seperti statistik kejahatan, penilaian sanitasi, kondisi bangunan, dan data lingkungan. Inilah yang membuat *placemaking* dapat menjadi kriteria dalam membentuk ruang luar yang berkualitas, sehingga menciptakan ruang ketiga yang ideal dalam implementasinya di dalam suatu kawasan. Untuk mengevaluasi kualitas ruang terbuka di dua lokasi wisata, dua variabel digunakan dengan rincian yang dijabarkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Kode	Indikator	
Kenyamanan	Duduk (20%)	K01	Tempat yang nyaman untuk duduk dan bersantai	
	Berjalan(20%)	K02	Pedestrian yang luas	
	Keasrian(15%)	K03	Adanya pepohonan hijau Keteduhan	
	Keamanan (15%)	K04	Pencahayaan yang cukup	
	Sanitasi (20%)		K05	Kualitas udara dan air (5%)
			K06	Kebersihan toilet (5%)
			K07	Ketersediaan tempat sampah (5%)
			K08	Ketersediaan wastafle (5%)
		Spiritual (10%)	K9	Ketersediaan tempat ibadah
Citra	Keunikan (50%)	C01	Memiliki ruang terbuka yang menarik (25%)	
		C02	Memiliki daya tarik sebagai objek untuk difoto atau diabadikan (25%)	
	Fasad bangunan (50%)	C03	Tampak bangunan yang khas	

METODE

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode campuran (mixed method) dengan pendekatan deskriptif, yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu studi untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai permasalahan yang diteliti. Pendekatan ini bertujuan untuk mengatasi keterbatasan masing-masing metode, di mana metode kuantitatif menghasilkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik, tetapi sering kali kurang mendalam dalam memahami konteks atau alasan di balik suatu fenomena. Sementara itu, metode kualitatif memberikan wawasan yang lebih mendalam serta pemahaman kontekstual yang kaya, meskipun memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi karena umumnya melibatkan sampel yang lebih kecil. Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses ini melibatkan pengkodean data, identifikasi tema-tema utama, dan interpretasi temuan. Data primer yang digunakan berupa data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil wawancara diperoleh dari pengunjung kedua lokawisata dengan prosedur pengambilan sampel acak atau random dengan jumlah keseluruhan 18 narasumber, dengan rincian 1 pengelola dan 8 pengunjung di masing-masing tempat wisata. Metode wawancara berupa pengajuan beberapa pertanyaan sesuai indikator, kemudian narasumber memberi penilaian 1-6 dengan kategori 1 (sangat tidak nyaman/menarik); 2 (tidak nyaman/menarik); 3 (kurang nyaman/menarik); 4 (cukup nyaman/menarik); 5 (nyaman/menarik); 6 (sangat nyaman/menarik). Observasi dilakukan untuk memperoleh relevansi antara jawaban narasumber dengan pengamatan langsung terhadap kondisi lokawisata. Metode pelaksanaan dalam penelitian ini terdiri dari lima tahapan, yaitu

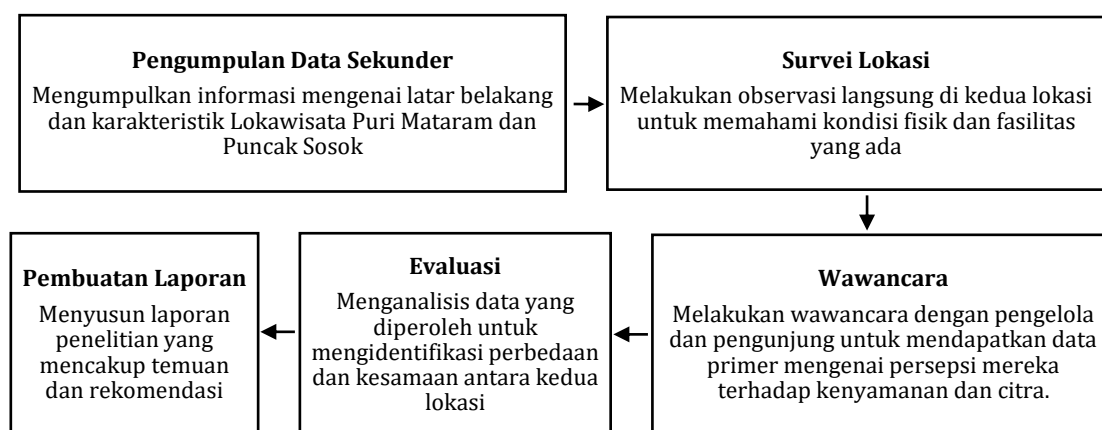
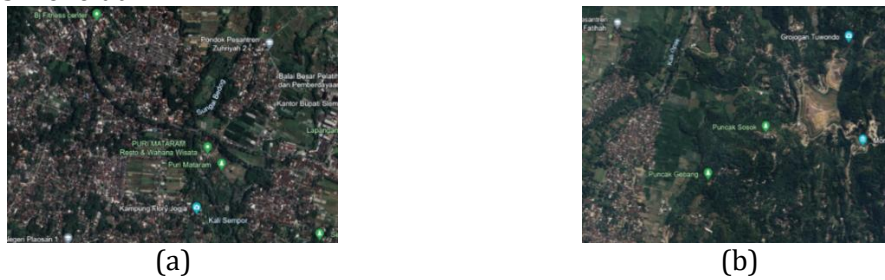


Diagram 1. Tahapan Penelitian
Sumber: Penulis (2024)

Dalam tahapan evaluasi, diberikan pembobotan pada sub variabel. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor; jumlah indikator pada setiap sub variabel berbeda-beda; sub variabel menjadi hal yang mencolok dari dua lokawisata. Untuk pembobotan dalam kasus ini dibagi menjadi 100% untuk variabel kenyamanan dan 100% untuk variabel citra. Pada variabel kenyamanan, sub-variabel yang memiliki bobot 20% diberikan karena sub-variabel tersebut lebih berpengaruh terhadap kenyamanan area wisata daripada sub-variabel yang memiliki bobot 15%. Kemudian pada variabel citra masing-masing sub variabelnya diberi bobot yang sama yaitu 50% karena kedua aspek ini memiliki kepentingan yang sama dalam membangun citra pada kedua lokawisata.

3.2. Lokasi Penelitian

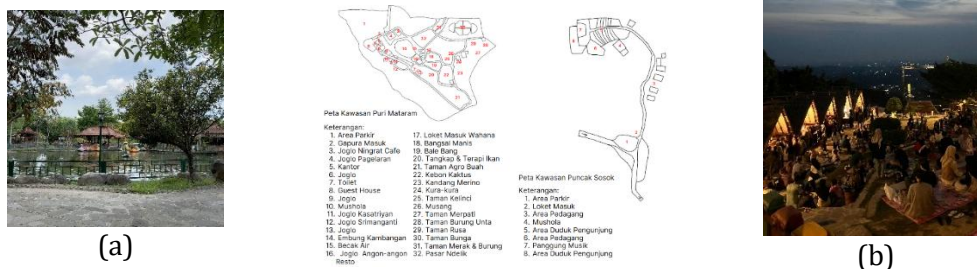


Gambar 2. a. Letak Lokawisata Puri Mataram; b. Letak Lokawisata Puncak Sosok
Sumber: Google Maps

Lokasi penelitian ini ada di 2 Lokawisata yang sama-sama dikelola BUMDes, yaitu Lokawisata Puri Mataram dan Lokawisata Puncak Sosok. Lokawisata Puri Mataram terletak di Desa Drono, Tridadi, Sleman, DI Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2017 akhir. Sedangkan Lokawisata Puncak Sosok terletak di Dukuh Jambon, Desa Bawuran, Kalurahan Pleret, Kapanewon Pleret, Kabupaten Bantul, DI Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2018.

PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Lokawisata



Gambar 3. a. Peta Kawasan dan Dokumentasi Suasana Lokawisata Puri Mataram; b. Peta Kawasan Dokumentasi Suasana Lokawisata Puncak Sosok
Sumber: Analisa Penulis

4.2 Profil Narasumber

Tabel 2. Identitas Narasumber

Tempat	Kode Narasumber	Umur	Pekerjaan
Puri Mataram	M1	20	Mahasiswa
	M2	20	Mahasiswa
	M3	19	Mahasiswa
	M4	20	Mahasiswa
	M5	20	Mahasiswa
	M6	20	Mahasiswa
	M7	20	Mahasiswa
	M8	20	Mahasiswa
	M9	34	Pengelola
Puncak Sosok	S1	20	Pekerja pabrik
	S2	20	Mahasiswa
	S3	20	Mahasiswa
	S4	20	Mahasiswa
	S5	20	Mahasiswa
	S6	20	Mahasiswa
	S7	21	Mahasiswa
	S8	20	Mahasiswa
	S9	45	Pengelola

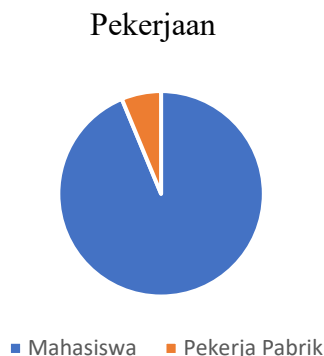


Diagram 2. Pekerjaan Narasumber
Sumber: Analisa Penulis (2023)

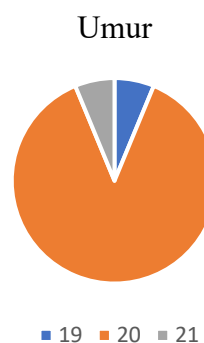


Diagram 3. Umur Narasumber
Sumber: Analisa Penulis (2023)

4.3 Pembahasan Variabel Penelitian

4.3.1. Kenyamanan

Tabel 3. Penilaian Kenyamanan di Puri Mataram

Kode Narasumber	Kode Indikator									Rata-Rata
	K01	K02	K03	K04	K05	K06	K07	K08	K09	
M1	3	5	3	5	5	4	5	4	4	4,22
M2	3	5	3	5	5	4	3	4	6	4,22
M3	4	4	5	5	6	4	6	5	5	4,89
M4	5	5	5	4	6	4	5	5	5	4,89
M5	5	5	5	4	6	4	5	4	5	4,78
M6	5	4	5	5	6	5	5	4	5	4,89
M7	2	6	4	6	5	6	6	6	6	5,22
M8	3	5	4	6	6	4	4	2	5	4,33
RATA-RATA	3,75	4,88	4,25	5,00	5,63	4,38	4,88	4,25	5,13	4,68

Sumber: Analisa Penulis (2023)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa indikator kenyamanan tertinggi di Lokawisata Puri Mataram adalah kualitas air dan udara (K05), dengan penilaian 6 (sangat nyaman) yang paling banyak diberikan oleh narasumber. Mereka menilai bahwa air di lokasi tersebut cukup bersih dan nyaman digunakan, serta kualitas udara yang bersih berkontribusi pada suasana asri yang ada. Sebaliknya, indikator kenyamanan duduk (K01) mendapatkan penilaian terendah dengan rata-rata 3,75, termasuk beberapa penilaian 2 (tidak nyaman). Meskipun tempat duduk sudah disediakan, mayoritas narasumber merasa perlu adanya perbaikan pada beberapa area. Narasumber dengan kode M7 menyebutkan bahwa kurangnya tempat duduk mungkin disebabkan oleh konsep interaktif lokawisata yang mendorong pengunjung untuk menjelajahi rute yang ada.

Tabel 4. Penilaian Kenyamanan di Puncak Sosok

Kode Narasumber	Kode Indikator									Rata-Rata
	K01	K02	K03	K04	K05	K06	K07	K08	K09	
S1	5	4	5	5	6	4	6	4	5	4,89
S2	5	3	4	3	4	4	6	3	6	4,22
S3	5	5	6	5	3	4	4	3	2	4,11
S4	4	5	5	5	5	3	5	5	2	4,33
S5	4	3	5	2	4	3	3	4	4	3,56
S6	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4,44
S7	4	5	3	5	5	3	5	5	4	4,33
S8	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4,33
RATA-RATA	4,50	4,38	4,75	4,13	4,63	3,63	4,63	4,00	3,88	4,28

Sumber: Analisa Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4, penilaian tertinggi di Lokawisata Puncak Sosok terdapat pada indikator keasrian (K03) dimana terdapat beberapa vegetasi pada bangunan. Tetapi menurut salah satu narasumber, pepohonan masih perlu ditambahkan. Namun, pengelola dalam wawancara menjelaskan alasan pepohonan dibuat berjarak adalah untuk memudahkan pengunjung melihat ke arah panggung dan *city light* yang menjadi daya tarik utama pada lokawisata ini. Kemudian untuk penilaian yang terendah terdapat pada indikator kebersihan toilet (K06) dimana rata-rata pengunjung memberi nilai 3 dan 4 yang berarti kurang nyaman dan cukup nyaman. Beberapa pengunjung merasa kurang nyaman dan kurang bersih. Tetapi, ada juga yang merasa cukup karena dirasa sesuai dengan kebersihan yang ada pada kebanyakan toilet umum.

Menurut mayoritas pengunjung, penerangan yang ada pada lokawisata ini sudah cukup memberi kenyamanan dan keamanan, namun ada beberapa pengunjung yang merasa masih kurangnya fasilitas pencahayaan tersebut, menurut pengunjung dengan kode S5, penerangan tidak nyaman dan perlu ditambah lampu agar lebih terasa aman. Namun, pengelola dalam wawancara menjelaskan bahwa alasan penggunaan lampu yang tidak terlalu terang yaitu agar pengunjung tetap merasa nyaman untuk melihat ke arah *city light* dan panggung *live music* yang menjadi daya tarik utama pada lokawisata ini. Kemudian pada indikator K09 terdapat 2 pengunjung yang memberi penilaian 2 (tidak nyaman) dimana mereka merasa bahwa mushola kurang luas, kurang tertutup, dan jarak antara mushola dan tempat wudhu terlalu jauh. Namun, dalam wawancara pengelola menjelaskan bahwa ketika pengunjung membeludak terutama di malam minggu maka pendopo dialihfungsikan sebagai mushola.

4.3.2 Citra

Tabel 5. Penilaian Citra di Puri Mataram

Kode Narasumber	Kode Indikator			Rata-Rata
	C01	C02	C03	
M1	5	5	4	4,67
M2	4	5	5	4,67
M3	5	5	5	5,00
M4	5	5	5	5,00
M5	4	4	5	4,33
M6	5	6	5	5,33
M7	6	6	6	6,00
M8	5	5	4	4,67
RATA-RATA	4,88	5,13	4,88	4,96

Sumber: Analisa Penulis (2023)

Aspek citra pada Lokawisata Puri Mataram yang memiliki nilai tertinggi adalah aspek daya tarik dan peluang daya tarik tersebut menjadi objek foto (C02). Puri Mataram menyediakan berbagai wahana dan area berfoto seperti joglo-joglo, area taman bunga, area hewan-hewan dan tumbuhan, serta embung yang menurut mayoritas narasumber merupakan hal yang menarik untuk didokumentasikan. Sebaliknya, penilaian terendah terdapat pada aspek ruang terbuka yang menarik (C01) dan kekhasan bangunan (C03). Nilai kedua aspek ini sama, yaitu 4,88, dimana masih tergolong menarik. Mayoritas narasumber yang diwawancarai menanggapi kedua aspek ini dengan menjabarkan citra positif pada Lokawisata Puri Mataram, seperti kekhasan bangunan dan daya tarik yang dimiliki lokawisata tersebut. Penilaian ketiga aspek secara individu memiliki nilai terendah 4,33 yang dinilai oleh M5 dengan kategori menarik dan tanggapan positif. Tetapi, terdapat salah

satu narasumber yang mencerminkan pengalaman yang sangat baik selama mengunjungi lokawisata ini, yaitu narasumber M7 yang memberikan nilai 6 (sangat menarik) pada ketiga aspek. Dengan data yang ada, dapat disimpulkan bahwa menurut rata-rata pengunjung, variabel citra pada Puri Mataram tergolong menarik.

Tabel 6. Penilaian Citra di Puncak Sosok

Kode Narasumber	Kode Indikator			Rata-Rata
	C01	C02	C03	
S1	5	6	6	5,67
S2	6	5	6	5,67
S3	4	5	5	4,67
S4	6	6	5	5,67
S5	5	4	5	4,67
S6	6	6	6	6,00
S7	5	5	5	5,00
S8	5	5	5	5,00
RATA-RATA	5,25	5,25	5,38	5,29

Sumber: Analisa Penulis (2023)

Pada Lokawisata Puncak Sosok, nilai tertinggi terdapat pada aspek kekhasan bangunan dengan rata-rata penilaian 5,38 (sangat menarik), dimana menurut narasumber, kekhasan ini terdapat pada bentuk *booth* makanan yang terbuat dari bambu sehingga menciptakan kesan tersendiri. Lalu, pada aspek daya tarik ruang terbuka dan objek berfoto bernilai sama yaitu 5,25 dimana masih tergolong sangat menarik. Mayoritas narasumber yang diwawancarai menanggapi kedua aspek ini dengan menjabarkan citra positif pada Lokawisata Puncak Sosok, seperti daya tarik ruang terbuka dan objek khas yang dimiliki oleh lokawisata tersebut. Penilaian ketiga aspek secara individu memiliki nilai terendah 4,67 yang dinilai oleh S3 dan S5 dengan kategori menarik dan tanggapan positif. Tetapi, terdapat salah satu narasumber yang mencerminkan pengalaman yang sangat baik selama mengunjungi lokawisata ini, yaitu narasumber S6 yang memberikan nilai 6 (sangat menarik) pada ketiga aspek. Dengan data yang ada, dapat disimpulkan bahwa menurut rata-rata pengunjung, variabel citra pada Puncak Sosok tergolong sangat menarik.

4.4 Penilaian

Tabel 7. Pembobotan Aspek Kenyamanan

No	Sub Variabel	Kode Indikator	Bobot	Puri Mataram		Puncak Sosok	
				Rata-Rata	Skor	Rata-Rata	Skor
1	Duduk	K01	20%	3,75	0,75	4,50	0,90
2	Berjalan	K02	20%	4,88	0,98	4,38	0,88
3	Keasrian	K03	15%	4,25	0,64	4,75	0,71
4	Keamanan	K04	15%	5	0,75	4,13	0,62
5	Sanitasi	K05	5%	5,63	0,28	4,63	0,23
		K06	5%	4,38	0,22	3,63	0,18
		K07	5%	4,88	0,24	4,63	0,23
		K08	5%	4,25	0,21	4,00	0,20
6	Spiritual	K09	10%	5,13	0,51	3,88	0,39
Total			100%		4,58		4,34

Sumber: Analisa Penulis (2023)

Dari hasil wawancara dan penilaian dari 1-6, dapat disimpulkan data dengan melakukan pembobotan pada setiap indikator. Pada aspek kenyamanan, secara keseluruhan Puri Mataram dan Puncak Sosok memiliki nilai dengan skor >4, dimana hal ini dikategorikan nyaman, dengan penilaian rata-rata pada Puri Mataram lebih unggul daripada Puncak Sosok, dimana terdapat tujuh indikator dengan nilai lebih tinggi.

Namun, terdapat selisih penilaian yang paling besar pada aspek kenyamanan duduk (K01) dimana Puncak Sosok lebih unggul 0,15 poin. Hal ini disebabkan oleh tempat duduk pada Puncak Sosok yang secara kuantitas lebih banyak daripada Puri Mataram karena konsep dan karakteristik Lokawisata Puncak Sosok yang menyuguhkan ketenangan dan santai sehingga harus mengakomodasi banyak tempat duduk. Hal ini berbanding terbalik dengan Puri Mataram yang menyandang karakter interaktif dan eksploratif, dimana pengunjung diajak untuk terus berjalan mengikuti rute yang ada, hal ini juga yang menyebabkan Puri Mataram memiliki skor lebih unggul daripada Puncak Sosok di aspek lainnya. Selain itu, pada aspek keasrian (K03), Puncak Sosok juga lebih tinggi 0,07 poin yang disebabkan oleh adanya perbedaan jam operasional kedua lokawisata, dimana Puncak Sosok ramai dikunjungi pada sore hingga malam hari, sedangkan Puri Mataram pada pagi hingga sore hari. Oleh karena itu, pengunjung pada Puncak Sosok cenderung memberikan penilaian tinggi terkait keteduhan dan keasrian.

Pada aspek sanitasi secara konsisten mendapat skor tinggi dalam hal kenyamanan, menunjukkan bahwa kebersihan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pengunjung di kedua lokasi.

Tabel 8. Pembobotan Aspek Citra

NO	SUB VARIABEL	KODE INDIKATOR	Bobot	Puri Mataram		Puncak Sosok	
				Rata-Rata	Skor	Rata-Rata	Skor
1	Keunikan	C01	25%	4,88	1,22	5,25	1,31
2		C02	25%	5,13	1,28	5,25	1,31
3	Fasad Bangunan	C03	50%	4,88	2,44	5,38	2,69
Total			100%		4,94		5,32

Sumber: Analisa Penulis (2023)

Pada aspek citra, Puri Mataram memiliki nilai >4 sehingga dikategorikan menarik. Kemudian Puncak Sosok memiliki nilai >5 sehingga dikategorikan sangat menarik. Terdapat adanya selisih terbesar pada indikator fasad bangunan (C03) sebesar 0,25 poin, dimana Puncak Sosok lebih unggul daripada Puri Mataram. Hal ini disebabkan karena Puri Mataram memiliki banyak bangunan yang menjadikan pengunjung memiliki perbedaan persepsi mengenai fasad bangunan yang khas, sedangkan untuk Puncak Sosok pengunjung langsung tertuju pada 1 fasad bangunan yang khas yaitu pada *booth* makanan. Seperti pada hasil wawancara di Puri Mataram yaitu terdapat variasi bangunan yang dideskripsikan oleh pengunjung saat menanggapi pertanyaan tentang C03 sedangkan pada Puncak Sosok saat wawancara mengenai aspek ini mayoritas pengunjung mendeskripsikan citra pada *booth* makanan. Kemudian pada aspek Fasad bangunan, ditemukan bahwa aspek ini memiliki dampak yang besar pada citra lokasi dengan menunjukkan nilai estetika dan kesan keunikan terhadap bangunan yang ada di Lokawisata Puri Mataram dan Puncak Sosok.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan perbedaan karakter antara Lokawisata Puri Mataram dan Puncak Sosok dalam hal kenyamanan dan citra. Lokawisata Puri Mataram lebih menekankan pada kenyamanan pengunjung untuk menjelajahi area yang ada secara interaktif dan eksploratif. Sebaliknya, Puncak Sosok berfokus pada kenyamanan untuk

bersantai dan menikmati pemandangan, sehingga citranya lebih berkaitan dengan pengalaman yang menyenangkan dan reflektif.

Dari persepsi pengunjung terhadap comfort and image pada kedua lokawisata tersebut menunjukkan bahwa preferensi pengunjung dapat bervariasi sesuai dengan preferensi pribadi masing-masing. Beberapa pengunjung mungkin lebih memilih atmosfer yang dinamis dan interaktif pada lokawisata yang memiliki karakter seperti Puri Mataram, sementara yang lain mungkin lebih memilih suasana yang tenang dan santai pada lokawisata yang memiliki karakter seperti Puncak Sosok. Rekomendasi yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan, memperbaiki tata letak dan desain ruang terbuka, serta meningkatkan promosi dan branding lokawisata. Dengan memperhatikan preferensi pengunjung, pengelola kedua lokawisata dapat memanfaatkan informasi ini untuk mengoptimalkan pengalaman pengunjung dan meningkatkan daya tarik lokawisata mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, B. J., Kridarso, E. R., Iskandar, J. (2023). Penilaian Placemaking Dan Preseden Sebagai Ruang Ketiga Di Kawasan Cagar Budaya Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia, Kebayoran Baru Jakarta Selatan. <https://Publikasi.Kocenin.Com/Index.Php/Teksi>
- Atika, F. A., & Poedjioetami, E. (2022). Creative Placemaking Pada Ruang Terbuka Publik Wisata Bangunan Cagar Budaya, Untuk Memperkuat Karakter Dan Identitas Tempat (Studi Kasus: Gedung Cagar Busaya Sobokarti, Semarang). *Jurnal Arsitektur*.
- Candra, I. W., Harini, I. G., & Sumirta, I. N. (2017). Psikologi Landasan Keilmuan
- Davis, Bagozzi, And Warshaw, 1989, User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models, *Management Science*, Vol 35, No * Pp. 982-1003
- Mahmudah, F., Wahyuningtyas, N., & Ruja, I. N. (2023). Peran Dan Strategi Bumdes Dalam Pengembangan Wisata Taman Cengkok Asri Di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(1), 45–58. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i1.56569>
- Marsa Alauddin, M. A., & Pramitasari, D. (2023). Pendekatan Placemaking Untuk Peningkatan Kualitas Kali Pepe Di Kawasan Pusat Kota Surakarta (Vol. 20, Issue 2). <http://journals.ums.ac.id/index.php/sinektika>
- Montgomery, J. (1998). Making A City: Urbanity, Vitality And Urban Design. *Journal Of Urban Design*, 3, 93-116. <http://dx.doi.org/10.1080/13574809808724418>
- Nugroho, W. B., & Kamajaya, G. (2019). Menakar Idealis Lapangan Puputan Sebagai Ruang Publik Masyarakat Kota Denpasar. *Jurnal Politika*.
- Pedesaan Akhmad Yani, M., Rosnani, T., Listiana, E., & Panggabean, M. (2019). Peran Dan Fungsi Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan Kegiatan Ekonomi.
- Prihutami, D. (2008). Ruang Publik Kota Yang Berhasil (Successful Urban Public Space). Skripsi Departemen Arsitektur.
- Project for Public Spaces. (2022). *Placemaking: What If We Built Our Cities Around Places?* New York City, New York, US: Project for Public Spaces.
- Razali, M. K., Ahmad, H., Jusoh, H., & Choy, E. A. (2017). Place-making dalam Agenda Pembangunan Pelancongan. *Malaysia Journal of Society and Space*, 13(1), 38–50. <http://ejournal.ukm.my/gmjss/article/view/16713/5304>

- Saputra, W., & Sarwadi, A. (2019). Persepsi Pengguna Terhadap Kualitas Ruang Terbuka Publik Pelataran Masjid Gedhe Kauman Melalui Pendekatan `Placemaking. *Jurnal Arsitektur Dan Perencanaan*, Vol 2. <https://Ejournal.Unisayogya.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Juara/Index>
- Saputri, Y., Nasution, B., & Ivan, T. (2023). Pengembangan Objek Wisata Mata Ie Aceh Besar Berbasis Placemaking (Vol. 7, Issue 2).
- Sukmawati, N., Kartika Wulan Bahyangkari, S., Yanti, O. (2022). Pemberdayaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Mendukung Desa Penegah Sebagai Desa Wisata Agro Dan Religi Di Kecamatan Pelawan Kabupaten Sarolangun. *Jitdm*, 4(1).
- Sutrisman, D. (2019). Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa. Batusangkar: Iain Batusangkar.
- Victorya, P., Utomo, R. P., Yudana, G. (2016). Placemaking Ruang Jalan Koridor Komersial Kota Surakarta. *Arsitektura*.
- Wardhani, W.C, Hartanti, N.B, & Utomo, H. (2022). Elemen Creative Placemaking pada Perancangan Ruang Publik untuk Memperkuat Karakter Tempat Pusat Seni Budaya. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 8(1), 85-98.
- Wyckoff, M. A. (2014). DEFINITION OF PLACEMAKING: Four Different Types. <http://pznews.net/media/13f25a9fff4cf18ffff8419ffaf2815.pdf>
- Yogyakarta, B. B. (2023, Oktober 30). Infografis Bumdes. Retrieved From <https://Birobermas.Jogjaprovo.go.id/Produk/Kelembagaan/0a890acf-5f79-4791-A936-582502d3ce9f>