

Place Attachment Teras Cihampelas sebagai Ruang Publik bagi Masyarakat Kota Bandung

Trimita Anggia, Guswandi, Hayuning Anggrahita

Received: 30 03 2022 / Accepted: 30 05 2022 / Published: 01 06 2022

Abstract *Place attachment between Teras Cihampelas and the society of Bandung City will be contained in a meaning that is explored by carrying out activities at the Teras Cihampelas. Meaning forms the attachment between the individual and the place through experience and memory. Teras Cihampelas, as a public space with a suitable arrangement, was built to relocate street vendors who make a living and as a space for community and interaction to provide new experiences and atmospheres that can change the perspective of space for pedestrians and street vendors and form a place attachment. This research aims to analyze the study of the society's place attachment to Teras Cihampelas as a public space and the factors that relate/correlate with Teras Cihampelas's place attachment to the society. Data collection techniques used three methods: field observation, questionnaires, and documentation. The method of data analysis in this study used a quantitative method approach with descriptive statistic analysis, which will be analyzed by Chi-Square statistical test using ArcGIS 10.8 and SPSS. The results showed that the place attachment of 35 respondents were five low, 16 medium, and 14 high. Of the four factors analyzed, three factors have an Asymp value. Sig < 0.05, i.e., social interaction, physical characteristics, and experience. This indicates that social interactions, physical characteristics, and experiences have a relationship with place attachment and influence each other.*

Keywords: *Place Attachment; Public Space Planning; Shopping Tour; Emotional Attachment; Bandung*

Abstrak *Place attachment antara Teras Cihampelas dengan masyarakat Kota Bandung akan terkandung dalam sebuah makna yang dialami dengan menjalani aktivitas atau kegiatan di Teras Cihampelas. Makna membentuk keterikatan antara individu dan tempat dengan adanya pengalaman dan memori. Teras Cihampelas sebagai ruang publik yang memiliki penataan baik dibangun untuk merelokasi pedagang kaki lima yang mencari nafkah dan sebagai ruang interaksi warga dapat memberi pengalaman dan suasana baru yang dapat mengubah perspektif ruang bagi para pejalan kaki maupun pedagang kaki lima serta membentuk *place attachment*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kajian *place attachment* masyarakat terhadap Teras Cihampelas sebagai ruang publik serta faktor yang berhubungan/berkorelasi dengan *place attachment* Teras Cihampelas pada masyarakat. Teknik pengumpulan data menggunakan tiga metode yakni observasi lapangan, kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan metode kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif yang akan dianalisis dengan uji statistik Chi Square menggunakan ArcGIS 10.8 dan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan *place attachment* dari 35 responden terdapat 5 orang rendah, 16 orang sedang, dan 14 orang tinggi. Dari empat faktor yang dianalisis terdapat tiga faktor yang memiliki nilai Asymp. Sig < 0.05 yaitu, interaksi sosial, karakteristik fisik, dan pengalaman. Sehingga menandakan bahwa interaksi sosial, karakteristik fisik, dan pengalaman memiliki hubungan dengan *place attachment* dan saling mempengaruhi satu sama lain.*

Kata kunci: *Place Attachment; Perencanaan Ruang Publik; Wisata Belanja; Keterikatan Emosional; Teras Cihampelas Bandung*

1. Pendahuluan

Ruang (*space*) dan tempat (*place*) merupakan dua konsep yang berkaitan dengan lingkungan sosial khususnya interaksi sosial yang tercipta di dalamnya. Tuan (1977) mengatakan “*In experience, the meaning of space often merges with that of place. Space is more abstract than place.*”, sehingga dapat diartikan bahwa ruang lebih abstrak dari tempat. Ruang dipandang abstrak karena untuk menjadi sebuah tempat dibutuhkan individu yang memiliki pengalaman untuk menangkap nilai dan makna yang ada dalam ruang. Sebuah tempat tidak hanya diartikan sebagai dasar dari geografi, tetapi juga sebagai entitas unik yang memiliki sejarah dan makna hasil dari pengalaman dan sudut pandang individu yang memaknainya. Menurut (Brown & Perkins, 1992), ikatan batin antara tempat dengan individu yang memiliki pengalaman dan makna tempat pada kehidupan sehari-hari menghasilkan *place attachment*. Keberadaan ruang dan tempat biasanya memiliki karakteristik unik yang cenderung membuat pengguna ruang melakukan aktivitas di dalamnya seperti adanya ruang publik sehingga unsur tersebut menimbulkan suatu keterikatan antara ruang dengan individu yang beraktivitas pada suatu ruang.

Place Attachment merupakan keterikatan secara emosional terhadap suatu tempat yang dianggap penting dalam kehidupan individu sehingga mampu mengingat memori akan tempat lain yang berbeda karena memiliki suatu karakter dan keunikan (Christy & Sahrani, 2016; Williams & Vaske, 2003).

Menurut pendekatan teori Tuan (1977), suatu tempat memiliki unsur pengalaman dari manusia yang diciptakan karena adanya memori maupun nilai sejarah yang dirasakan secara personal. Unsur tersebut dapat menghasilkan sebuah makna tersendiri yang hanya dimengerti dari cara pandang individu tersebut terhadap suatu tempat.

Kota Bandung memiliki banyak objek wisata yang mempesona dan sangat mendukung pengembangan pariwisata. Rata-rata kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke objek wisata yang ada di Kota Bandung pada tahun 2018-2021 hampir mencapai 3 juta wisatawan. Rata-rata jumlah kunjungan ke objek wisata tersebut merupakan yang paling besar dibandingkan kota-kota lain yang ada di Provinsi Jawa Barat (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2022). Selain itu, Kota Bandung ditetapkan sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia maupun UNESCO pada tahun 2015 karena terdapat banyak hasil kreativitas dari masyarakat-masyarakat Kota Bandung (Sari & Iskandar, 2021). Hasil-hasil kreativitas tersebut didukung dengan adanya infrastruktur yang dapat menunjang pariwisata dengan menghadirkan ruang seperti taman-taman, trotoar, hutan buatan, dan lainnya yang mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang ke Kota Bandung. Salah satunya adalah Teras Cihampelas (*Cihampelas Skywalk*) yang berdiri sepanjang 450 m di kawasan Jalan Cihampelas. Kawasan Jalan Cihampelas awalnya merupakan kawasan permukiman dan dalam Rencana Detail Tata Ruang dan Peraturan Zonasi Kota Bandung Tahun 2015–2035, Jalan Cihampelas dirancang untuk menjadi kawasan

¹Trimita Anggia, ²Guswandi, ¹Hayuning Anggrahita

¹Universitas Indonesia, ²Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

hayuninganggrahita@ui.ac.id

wisata yang ramah pejalan kaki dan sebagai pusat perdagangan yang menjadi tujuan wisata Kota Bandung sehingga banyak diminati masyarakat dan wisatawan (Parliana et al., 2017).

Walikota Bandung pada tahun 2017 meresmikan Teras Cihampelas yang merupakan infrastruktur jembatan khusus pejalan kaki yang dibangun di atas Jalan Cihampelas untuk merelokasi pedagang kaki lima yang sebelumnya tersebar di area trotoar jalan dan menambah ruang publik untuk memperbaiki dan mewujudkan cita-cita pemerintah dalam memajukan Kota Bandung dalam penataan tata ruang (Tekadtuera & Sunartio, 2018). Dengan adanya keberadaan Teras Cihampelas sebagai suatu ruang publik, terbentuk ruang-ruang baru di sepanjang pinggiran jalur pedestrian berupa teras-teras, dimana terdapat juga taman-taman kecil yang mengitari teras tersebut. Tujuan awal pembangunan Teras Cihampelas yang dilakukan sebagai bentuk penataan pedagang kaki lima juga bertambah menjadi ruang publik dan salah satu lokasi favorit anak muda di Bandung dikarenakan desain teras yang canggih dan cantik (Indah, 2017).

Masyarakat Kota Bandung sebagai pengguna ruang publik memiliki berbagai kegiatan yang dapat dilakukan di Teras Cihampelas sehingga keberadaan dari segala sesuatu dapat terjadi dan menciptakan keterikatan emosi pada tempat tersebut. Peristiwa dan pengalaman yang dialami individu di suatu tempat serta faktor-faktor lain seperti faktor fisik, sosial, budaya, manusia, kepuasan akan tempat, interaksi, aktivitas dan waktu memiliki kaitan dengan persepsi individu dan ikatan pada tempat tersebut (Winarsih, 2014). Bentuk sarana dan prasarana

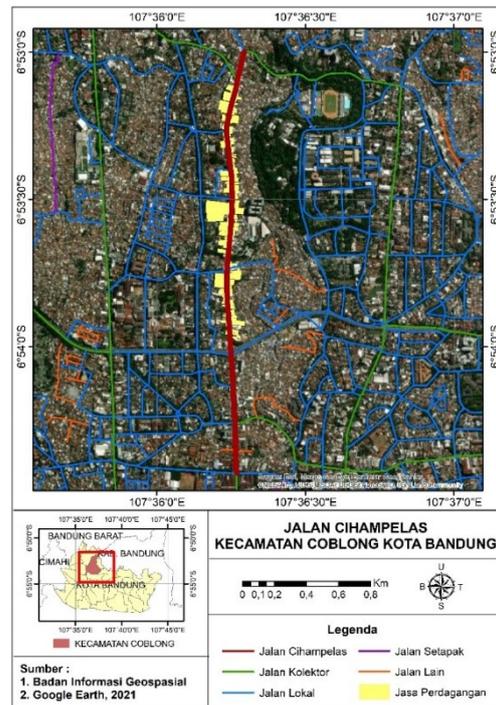
yang ada pada Teras Cihampelas Bandung dengan karakteristik unik dapat mengubah perspektif ruang baik bagi para pejalan kaki dan pengunjung. Begitu pula dengan para pedagang kaki lima yang sudah menempati teras tempat mereka mencari nafkah selama 4 (empat) tahun telah mengalami banyak pengalaman yang mendorong adanya keterikatan emosional akan Teras Cihampelas. Sejak masuknya corona virus (COVID19) ke Indonesia dengan adanya kasus terkonfirmasi COVID19 pada 2 Maret 2020, penambahan kasus terkonfirmasi terus meningkat dan mengalami puncaknya pada Juni 2021 dengan rata-rata kasus terkonfirmasi pada kisaran 50.000 kasus (Kemenkes RI, 2022). Penambahan kasus dan penyebaran virus COVID19 yang sangat cepat tersebut telah mendorong Pemerintah RI menetapkan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSSB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sepanjang Tahun 2020 - 2022 secara periodik. Pembatasan kegiatan tersebut mendorong masyarakat untuk beraktivitas di rumah dan frekuensi kunjungan ke ruang publik menjadi terbatas. Interaksi dengan ruang publik menjadi berkurang dan dapat mempengaruhi ruang publik tersebut menjadi terbengkalai dan pedagang yang ada di lokasi ruang publik tersebut terancam penghidupannya. Oleh karena itu, berdasarkan berbagai pemahaman di atas, maka penelitian yang dilakukan di Teras Cihampelas, Kecamatan Coblong, Kota Bandung ini bermaksud untuk menganalisis bagaimana kajian *place attachment* atau ikatan emosional tempat masyarakat terhadap Teras Cihampelas sebagai ruang publik serta faktor yang berhubungan dengan *place attachment*

Teras Cihampelas pada masyarakat pasca kasus terkonfirmasi COVID menurun dan mulai dibukanya kembali aktivitas kegiatan masyarakat. Penelitian terdahulu mengenai kaitan perasaan emosional seseorang terhadap suatu tempat dapat berdampak pada perilaku masyarakat yang ikut berpartisipasi menjaga suatu tempat (*community citizenship behavior*) dimana masyarakat memiliki keterikatan yang tinggi dengan suatu tempat tersebut (Theodori, 2000; Xu et al., 2022). Selain itu studi mengenai keterikatan tempat dapat membantu perencana, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk menentukan dan mempromosikan pembuatan tempat (*place making*), mendorong keterlibatan masyarakat dalam menjaga dan mengelola ruang publik; dan merumuskan kebijakan pembangunan wilayah (Peng et al., 2020; Xu et al., 2022; Zimmerbauer, 2011)

2. Metode

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Cihampelas Kecamatan Coblong Kota Bandung untuk menganalisis kajian *place attachment* masyarakat Kota Bandung terhadap Teras Cihampelas sebagai ruang publik. Jalan Cihampelas yang merupakan jalan kolektor sekunder adalah salah satu jalur yang menghubungkan bagian utara dengan pusat Kota Bandung. Dalam perkembangannya, Jalan Cihampelas tumbuh pesat menjadi salah satu kawasan perdagangan dan jasa di Kota Bandung. Teras Cihampelas (*Cihampelas Skywalk*) merupakan kawasan ruang publik terbuka yang berdiri sepanjang 450 m di atas Jalan Cihampelas. Teras Cihampelas merupakan *skywalk* yang terletak di wilayah perkotaan sehingga memiliki

pengaruh terhadap koridor jalan di sekitarnya. Teras Cihampelas merupakan infrastruktur jenis *skywalk* yang pertama kali ada di Indonesia. *Skywalk* ini mencontoh fungsi *high line* di New York meskipun berbeda struktur dan sejarah penggunaannya.



Gambar 1. Peta Jalan Cihampelas
Sumber: Pengolahan Data, 2021

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif yang akan dianalisis dengan uji statistik Chi Square, menggunakan ArcGIS 10.8 dan SPSS. Teknik pengumpulan data primer menggunakan tiga metode yaitu observasi lapangan, kuesioner, dan dokumentasi. Kuesioner pada penelitian ini yang menggunakan skala likert untuk mengetahui tingkat *place attachment* dibagikan pada 35 responden pada Bulan Oktober Tahun 2021 dengan metode teknik *accidental random sampling*. Penentuan 35 responden

tersebut didasarkan pada pemahaman bahwa distribusi rerata pada jumlah lebih dari 30 akan mendekati normal (Leedy, 1980; Yunus, 2016). Observasi atau pengamatan objek secara langsung dilakukan dengan mendatangi Teras Cihampelas berada dan akan didokumentasikan. Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penataan ruang beserta situasi sarana dan prasarana sekitar di Teras Cihampelas Bandung. Sedangkan untuk data sekunder dalam penelitian berupa informasi mengenai lokasi Teras Cihampelas yang diambil dari dijitasi *Google Earth* dan *shapefile* administrasi Kecamatan Coblong. Dari Badan Informasi Geospasial 2021.

Dalam menentukan variabel, peneliti terlebih dahulu melakukan kajian literatur yang berkaitan dengan *place attachment* dan faktor yang mempengaruhinya pada ruang publik. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *place attachment* (Y). Sedangkan variabel bebas (X) yang diteliti adalah interaksi sosial, karakteristik fisik, frekuensi kunjungan, dan pengalaman berkunjung yang didapat dari Teras Cihampelas sebagai faktor-faktor yang nantinya akan mempengaruhi *place attachment* masyarakat Kota Bandung.

Untuk mengetahui tingkat *place attachment* dalam penelitian ini akan digunakan skala pengukuran *Place Attachment Index* (PAI) (Williams & Vaske, 2003). *Place attachment* diukur dengan dua dimensi yakni ketergantungan tempat (*place dependence*) dan identitas tempat (*place identity*) yang dalam penelitian ini merupakan pengidentikasian secara individual berkaitan dengan tempat yang secara konsep disebut *people's place identity* (Paasi, 2003; Peng et al., 2020;

Pratiwi, 2020). Dari kedua faktor tersebut kemudian dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat digunakan untuk menyusun item pada instrumen skala *place attachment* (Tabel 1).

Tabel 1. *Place Attachment Index* (PAI) berdasarkan (Williams & Vaske, 2003)

No.	<i>Place Identity</i>	<i>Place Dependence</i>
1	Saya merasa bahwa "Teras Cihampelas" merupakan bagian dari saya	Teras Cihampelas" adalah tempat terbaik untuk melakukan hal yang saya sukai
2	"Teras Cihampelas" sangat istimewa untuk saya	Tidak ada tempat lain yang bisa dibandingkan dengan "Teras Cihampelas" Saya
3	Saya mengidentifikasi diri saya sangat kuat berkaitan dengan "Teras Cihampelas"	mendapatkan kepuasan lebih saat mengunjungi "Teras Cihampelas" dibandingkan tempat lain
4	Saya sangat terikat dengan "Teras Cihampelas"	Mengerjakan sesuatu di "Teras Cihampelas" lebih penting bagi saya dibandingkan mengerjakan hal tersebut di tempat lain
5	Mengunjungi "Teras Cihampelas" dapat menjelaskan banyak hal tentang diri saya	Saya tidak akan mengganti dengan tempat lain manapun untuk melakukan jenis kegiatan yang saya lakukan di "Teras Cihampelas"
6	"Teras Cihampelas" sangat berarti untuk saya	Hal yang saya lakukan di "Teras Cihampelas", saya akan senang melakukannya di tempat lain yang sejenis

Sumber: Modifikasi (Astrini & Kurniawan, 2017)

Adapun untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *place*

attachment, meliputi: interaksi sosial, karakteristik fisik, pengalaman mengunjungi dan frekuensi mengunjungi diukur menggunakan indikator-indikator pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Indikator Pengukuran Variabel Bebas

No	Variabel Bebas	Indikator
1	Interaksi Sosial	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya merasa Teras Cihampelas bisa menjadi media bagi saya dan para pengunjung saling berinteraksi dengan baik b. Saya menyapa pengunjung lain yang mengunjungi Teras Cihampelas c. Ada peraturan yang harus ditaati dalam dalam berinteraksi social dengan pengunjung lain di Teras Cihampelas d. Saya menghargai pengunjung lain yang ada di Teras Cihampelas e. Saya mengajak bercakap-cakap pengunjung lain di Teras Cihampelas f. Saya dapat berinteraksi dengan pengunjung lain jika diperlukan g. Saya senang berkomunikasi dengan keluarga, teman dan orang di Teras Cihampelas
		<ul style="list-style-type: none"> a. Jembatan pedestrian di atas udara atau Skywalk Teras Cihampelas menjadi daya Tarik khusus di Jalan Cihampelas. b. Karakteristik arsitektur jalan pedestrian Skywalk Teras Cihampelas sama dengan karakteristik arsitektur jalan pedestrian lainnya c. Keunikan konsep jalur pedestrian layang dengan berbagai kios
3	Pengalaman Berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya merasa Teras Cihampelas bisa menjadi media bagi saya dan para pengunjung saling berinteraksi dengan baik b. Pengunjung dapat melakukan berbagai aktivitas seperti duduk-duduk, bersosialisasi, jalan-jalan, berbelanja dan berkumpul di Teras Cihampelas. c. Masyarakat selalu bisa merasakan pengalaman baru melalui berbagai kegiatan yang dapat dilakukan di Teras Cihampelas d. Saya sering pergi jalan-jalan keTeras Cihampelas bersama keluarga atau teman. e. Saya pergi ke Teras Cihampelas bila mencari hiburan f. Ada pengalaman yang bisa didapat dari berbagai fasilitas sarana dan prasarana di Teras Cihampelas dan tidak bisa didapatkan di tempat lain
		<ul style="list-style-type: none"> a. Lama durasi waktu kunjungan anda pada kawasan Teras Cihampelas. b. Frekuensi kunjungan pada Kawasan Teras Cihampelas dalam sebulan
4	Frekuensi Berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya merasa Teras Cihampelas bisa menjadi media bagi saya dan para pengunjung saling berinteraksi dengan baik b. Pengunjung dapat melakukan berbagai aktivitas seperti duduk-duduk, bersosialisasi, jalan-jalan, berbelanja dan berkumpul di Teras Cihampelas. c. Masyarakat selalu bisa merasakan pengalaman baru melalui berbagai kegiatan yang dapat dilakukan di Teras Cihampelas d. Saya sering pergi jalan-jalan keTeras Cihampelas bersama keluarga atau teman. e. Saya pergi ke Teras Cihampelas bila mencari hiburan f. Ada pengalaman yang bisa didapat dari berbagai fasilitas sarana dan prasarana di Teras Cihampelas dan tidak bisa didapatkan di tempat lain
		<ul style="list-style-type: none"> a. Lama durasi waktu kunjungan anda pada kawasan Teras Cihampelas. b. Frekuensi kunjungan pada Kawasan Teras Cihampelas dalam sebulan

Jawaban dari setiap instrumen ini memiliki gradasi dalam skala likert dari tertinggi sampai terendah, dengan empat kategori jawaban, yaitu "Sangat

Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS), “Sangat Tidak Setuju” (STS) berikut dengan skor penilaian untuk tiap jawaban dari pernyataan (Tabel 3). Selanjutnya, responden diminta untuk memilih salah satu dari pilihan jawaban yang masing-masing jawaban menunjukkan kesesuaian pernyataan yang diberikan dengan keadaan yang dirasakan oleh subjek.

Tabel 3. Skor Jawaban Pernyataan tiap Instrumen Skala Likert pada Kuesioner

Alternatif Jawaban pada Skala Likert	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kemudian skor jawaban masing-masing pernyataan tersebut akan dijumlah dan diklasifikasikan menjadi tinggi, sedang rendah (Tabel 4) berdasarkan distribusi frekuensi sebaran data

Tabel 4. Klasifikasi Penilaian Variabel Terikat dan Variabel Bebas

Klasifikasi	Skor
Tinggi	1 ≤ jumlah skor jawaban ≤ 16
Sedang	17 ≤ jumlah skor jawaban ≤ 32
Rendah	33 ≤ jumlah skor jawaban ≤ 48

Setelah itu, analisis uji statistik *Chi Square* dilakukan untuk mengetahui faktor yang mana yang berpengaruh terhadap *place attachment* pada Teras Cihampelas. Analisis *Chi Square* digunakan karena dapat menguji

hubungan atau pengaruh dua buah variabel nominal dan mengukur kuatnya hubungan antara variabel nominal yang satu dengan variabel nominal lainnya (Hammond, R and McCullagh, 1978).

Metode analisis Chi Square menjadi metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan faktor mana dari variabel bebas yang mempengaruhi *Place attachment* sebagai variabel terikat. Berikut merupakan rumus Chi Square yang digunakan dalam menguji hipotesis, yaitu:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

- X² = Nilai Chi Square
- O_i = Frekuensi yang diperoleh dari sampel atau frekuensi hasil observasi
- E_i = Frekuensi yang diharapkan dalam sampel

Untuk pengambilan keputusan dari variabel-variabel yang ada, ditentukan berdasarkan pada hipotesis sebagai berikut:

H₀ = Tidak ada hubungan antara masing-masing variabel X dengan variabel Y

H₁ = Ada hubungan antara masing-masing variabel X dengan variabel Y

Pada output SPSS Chi Square pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cara melakukan perbandingan antara Chi Square tabel dengan Chi Square hitung dan berdasarkan signifikansi:

1. Berdasarkan nilai signifikansi (Asymp. Sig)
 - Jika nilai Asymp. Sig < 0,05 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima
 - Jika nilai Asymp. Sig > 0,05 maka H₀ diterima dan H₁ ditolak

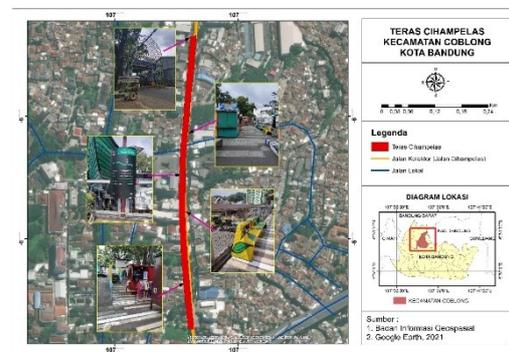
2. Berdasarkan perbandingan Chi Square hitung dan Chi Square tabel
 - H_0 diterima jika X^2 hitung $< X^2$ tabel
 - H_0 ditolak jika X^2 hitung $\geq X^2$ tabel

3. Hasil dan Pembahasan

Jembatan Pedestrian Teras Cihampelas, Bandung

Kawasan Cihampelas Kota Bandung merupakan salah satu kawasan wisata yang awalnya merupakan daerah pemukiman tetapi berubah menjadi daerah komersial seiring dengan adanya kemajuan industri perdagangan. Hal tersebut membuat banyak pejalan kaki maupun pedagang kaki lima memenuhi trotoar Jalan Cihampelas. Jumlah wisatawan yang meningkat diakibatkan oleh perubahan tersebut juga menghasilkan lalu lintas yang padat. Hasilnya membuat kumuhnya kawasan trotoar disebabkan para pedagang yang mendirikan lapak dagang dan mengganggu para pejalan kaki. Agar permasalahan bisa diatasi, pemerintah berinisiatif menata para pedagang dengan membangun *skywalk* di atas jalur utama Cihampelas yaitu Teras Cihampelas. Sebanyak 192 PKL berhasil dipindahkan menuju Teras Cihampelas dan ditempatkan di kios cantik yang berwarna-warni (Rachmat, 2018) (Gambar 2). Berdasarkan hasil survei lapang yang telah dilakukan, didapatkan informasi bahwa untuk mengkoordinasikan para PKL terdapat beberapa ketua pengurus yang dibagi ke dalam tiap area yaitu kuliner dan souvenir. Ketua pengurus membantu para pedagang dengan menampung berbagai ide, saran, dan keluhan untuk membangun Teras Cihampelas menjadi lebih baik lagi. Sebagai ruang publik yang berfungsi sebagai tempat berinteraksi

dan bersosialisasi, Teras Cihampelas telah mendapat banyak apresiasi. Untuk penataan sebuah kota, Presiden Jokowi menganggap bahwa pembangunan Teras Cihampelas merupakan solusi yang baik untuk membuat ruang publik di saat sulitnya mencari lahan yang kosong pada kota yang padat (Iqbal, 2017). Penataan Teras Cihampelas yang rapi menjadikan teras sebagai ruang publik menarik di mata para wisatawan dan menimbulkan kesan yang baik.



Gambar 2. Kios Pedagang Kaki Lima di Teras Cihampelas Kota Bandung
Sumber: Pengolahan Data, 2021

Kajian *Place Attachment* pada Jembatan Pedestrian Teras Cihampelas di Jalan Cihampelas

Place Attachment merupakan ikatan emosional yang bersifat psikologis antara suatu individu dengan tempat tertentu yang dianggap penting bagi kehidupan individu tersebut. Keterikatan yang hadir membuat individu merasa ingin dekat dan menghabiskan waktu lebih lama di tempat tersebut. Dalam penelitian ini, tingkat *place attachment* dari masyarakat Kota Bandung terhadap Teras Cihampelas diukur dengan dimensi *place dependence* (ikatan fungsional) dan *place identity* (ikatan emosional). Berdasarkan perhitungan yang diukur melalui 12 pertanyaan dalam

kuesioner terhadap 35 responden, didapatkan hasil *place attachment* masing-masing responden seperti tabel 6 di bawah ini. Dari 35 responden masyarakat yang tersebar di Kota Bandung terdapat 5 orang (14,3%) memiliki *place attachment* rendah, 16 orang (45,7%) memiliki *place attachment* sedang, dan 14 orang (40%) memiliki *place attachment* tinggi. Tingkat *place attachment* yang dimiliki oleh masyarakat berkaitan dengan beberapa faktor yang berhubungan atau berkaitan dengan hadirnya *place attachment* pada diri seseorang (Tabel 5).

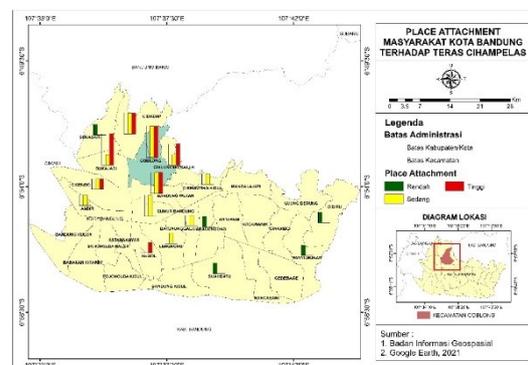
Tabel 5. Jumlah *Place Attachment* Pada 35 Responden

Klasifikasi <i>Place Attachment</i>	Rendah	Sedang	Tinggi
Jumlah	5	16	14
Persentase	14,3%	45,7%	40%

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Suatu tempat akan menjadi sangat bermakna bagi individu apabila di tempat tersebut telah terjadi berbagai pengalaman yang telah dialami secara personal dalam kehidupan individu itu sendiri. Semakin bermakna suatu tempat bagi individu maka akan semakin tinggi juga nilai *place attachment* individu terhadap tempat. Gambar 3 di bawah ini menunjukkan sebaran 35 responden yang mengunjungi Teras Cihampelas di Kota Bandung beserta *place attachment* masing-masing responden. Dapat dilihat bahwa sebagian besar masyarakat Kota Bandung yang mengunjungi Teras Cihampelas berasal dari beberapa kecamatan yang berdekatan ataupun berada di Kecamatan Coblong dimana Teras Cihampelas itu berada. Sedangkan untuk sebagian kecil pengunjung berasal atau bertempat

tinggal dari kecamatan yang memiliki jarak cukup jauh dari Kecamatan Coblong. Dari peta juga ditunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat yang berdekatan ataupun berada di Kecamatan Coblong memiliki *place attachment* yang tinggi dan sedang. Berbanding terbalik dengan masyarakat yang berasal dari kecamatan yang cukup jauh dari Teras Cihampelas memiliki *place attachment* yang rendah seperti di Kecamatan Cibiru dan Panyileukan. Hal tersebut menunjukkan bahwa jarak berpengaruh terhadap keterikatan tempat. Hal tersebut sejalan dengan hukum pertama dalam geografi (first law of geography) oleh Tobler (1970) yang menyatakan bahwa "*Everything is related to everything else, but near things are more related than distant things*". Masyarakat yang bertempat tinggal dekat Teras Cihampelas di Kecamatan Coblong akan lebih mudah menjangkau Teras Cihampelas dibandingkan masyarakat yang bertempat tinggal jauh dari Teras Cihampelas. Oleh karena itu masyarakat yang dekat mempunyai peluang yang lebih tinggi untuk berinteraksi dengan Teras Cihampelas dan mendorong adanya keterikatan tempat yang cenderung lebih tinggi.



Gambar 3. *Place Attachment* Masyarakat Terhadap Teras Cihampelas
Sumber: Pengolahan Data, 2021

Masyarakat Kota Bandung yang mengunjungi Teras Cihampelas memiliki perbedaan *place attachment* terhadap Teras Cihampelas. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti waktu kunjungan, pengalaman, interaksi sosial yang dialami, serta karakteristik fisik dari Teras Cihampelas. Beberapa dari pengunjung merasa bahwa ikatan emosional mereka terhadap Teras Cihampelas mulai berkurang dikarenakan pandemi COVID-19. Pandemi membuat frekuensi kunjungan serta interaksi sosial yang bisa dilakukan pada Teras Cihampelas sebagai ruang publik jadi berkurang karena pemberlakuan PPKM. Teras yang mulai ditinggalkan karena adanya pandemi juga membuat beberapa sarana dan prasarana rusak serta kios yang tutup sehingga berkurangnya objek unik yang membuat pengunjung tertarik maupun mendapat pengalaman baru.

Sebagian besar responden yang memiliki *place attachment* tinggi merupakan pedagang kaki lima yang berjualan dan menjadikan Teras Cihampelas sebagai tempat untuk mencari nafkah. Pedagang kaki lima juga memiliki tempat tinggal yang tidak jauh dari Teras Cihampelas, baik itu bertempat tinggal di Kecamatan Coblong maupun kecamatan sekitarnya yang dapat dilihat pada simbol berwarna merah pada peta. Para pedagang kaki lima memiliki *place attachment* yang tinggi juga disebabkan oleh *place dependence* serta *place identity* yang hadir.

Kemampuan fungsional dari Teras Cihampelas yang memiliki nilai penting maupun perasaan emosional yang menganggap Teras Cihampelas sangat berarti dan menjadi bagian dari diri PKL menghasilkan ikatan yang kuat

antara keduanya. Hal ini dapat dibuktikan dari lamanya para PKL bertahan dan terus menjaga kondisi serta berusaha meningkatkan fungsi Teras Cihampelas. Berdasarkan survei lapangan yang dilakukan, para PKL dibantu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung akan mereaktivasi Teras Cihampelas setelah 2 tahun fungsinya sebagai ruang publik terhenti dikarenakan pandemi COVID-19. Gambar 4 menunjukkan para PKL yang melakukan rapat untuk rencana reaktivasi yang akan dilakukan sekitar akhir tahun 2021 sebagai usaha untuk meningkatkan kembali perekonomian para PKL (Syak, 2021). Pada saat reaktivasi Teras Cihampelas, akan ada hiburan seperti seni musik, seni tari, dan seni tradisional lainnya untuk menarik minat warga lokal dan juga wisatawan.



Gambar 4. PKL Teras Cihampelas
Sumber: Pengolahan Data, 2021

Faktor-Faktor yang Mendorong *Place Attachment* pada Jembatan Pedestrian Teras Cihampelas

Interaksi Sosial

Perilaku seseorang dalam berinteraksi dengan tempat serta individu lain sangat mempengaruhi keamanan dan kenyamanan suatu tempat sehingga dapat memicu terbentuknya ikatan emosional seseorang terhadap tempat tersebut. *Place attachment* muncul sebagai hasil dari penanaman makna yang terkait dengan tempat-tempat yang diciptakan. Interaksi sosial merupakan salah satu faktor penting karena dapat menghasilkan sebuah makna terhadap tempat yang mempengaruhi hubungan *place attachment* (keterikatan emosional) antara suatu individu dengan tempat. Hubungan korelasi yang terbentuk antara keduanya dapat terjadi, karena *place attachment* dapat membangun ikatan emosional yang kuat terhadap suatu tempat apabila seseorang tersebut memiliki interaksi sosial yang kuat dengan tempat tersebut maupun individu lain sehingga akan terbentuk suatu makna pada tempat. Semakin banyak individu berinteraksi dengan tempat serta individu lain di dalamnya maka keterikatan emosional yang terbentuk akan semakin kuat. Pengunjung atau masyarakat Kota Bandung yang membutuhkan interaksi sosial untuk mencari teman baru, berkomunikasi dengan keluarga, teman, maupun orang lain dapat mengunjungi Teras Cihampelas sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka yang berkurang selama masa pandemi. Interaksi sosial pada Teras Cihampelas dapat diamati melalui kegiatan yang mewadahi aktivitas masyarakat baik individu maupun

bersama seperti interaksi belanja di kios dengan para PKL serta bersantai dan bercengkrama bersama individu lainnya.

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa 3 responden dengan tingkat interaksi sosial rendah memiliki *place attachment* yang rendah juga. Untuk 11 responden dengan tingkat interaksi sosial tinggi memiliki *place attachment* yang tinggi. Untuk melihat hubungan antara *place attachment* dengan interaksi sosial, kemudian dilakukan analisis Chi Square.

Tabel 6. Tabulasi Silang *Place Attachment* dan Interaksi Sosial

		Interaksi Sosial			
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Place Attachment	Rendah	3	1	1	5
	Sedang	3	7	6	16
	Tinggi	1	2	11	14
	Total	7	10	18	35

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Tabel 7. *Output* Chi Square *Place Attachment* dan Interaksi Sosial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.158 ^a	4	.025
Likelihood Ratio	10.269	4	.036
Linear-by-Linear Association	7.956	1	.005
N of Valid Cases	35		

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,00.

Sumber: Pengolahan Data, 2021

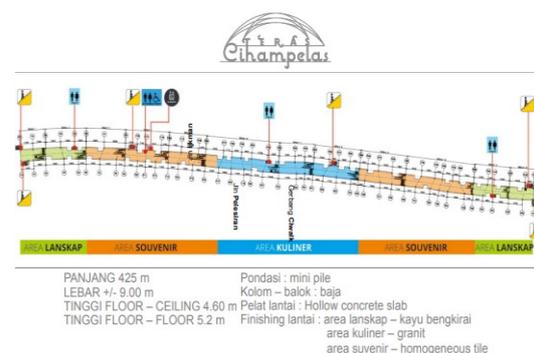
Berdasarkan uji statistik pada korelasi Chi Square (Tabel 7) dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig adalah 0.025, atau probabilitas di bawah 0.05 ($0.025 < 0.05$) maka H1 diterima. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara *place attachment* dengan interaksi sosial. Atau dapat juga dikatakan bahwa *place attachment* yang hadir dalam diri seseorang bergantung pada tingginya tingkat interaksi sosial yang dilakukan individu tersebut.

Karakteristik Fisik

Karakteristik fisik unik suatu area serta lokasi suatu tempat yang cukup dekat memungkinkan untuk sering dikunjungi oleh tiap individu yang tetap dilakukan secara rutin akan menjadi faktor terbentuknya *place attachment*. Keunikan dan kekhasan merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki oleh suatu tempat sehingga membentuk makna bagi para individu yang hadir di dalamnya. Makna yang terbentuk baik positif maupun negatif secara tidak sadar menghadirkan adanya keterikatan emosional. Karakteristik fisik Teras Cihampelas memiliki makna bagi para pengunjung maupun para PKL yang mencari nafkah di Teras Cihampelas. Makna dari suatu tempat dibentuk oleh kecintaan individu yang hadir terhadap tempat dan disebabkan karena adanya fitur fisik dan atribut tempat dapat mempengaruhi keterikatan tempat. Kemampuan fungsional karakteristik fisik suatu tempat yang dapat memfasilitasi berbagai kegiatan di dalamnya berupa sarana dan prasarana dapat memicu minat dan ketertarikan individu terhadap suatu tempat sehingga makna yang dihasilkan dari ketertarikan akan

menunjukkan keterikatan emosional terhadap tempat tersebut.

Karakteristik fisik Teras Cihampelas telah memberikan makna bagi masyarakat lokal Kota Bandung maupun wisatawan, didapat pada karakter bangunan yang menjadi pembeda dari ruang publik lainnya. Hal itu terlihat dari Teras Cihampelas yang merupakan infrastruktur ruang publik jenis *skywalk* pertama yang ada di Indonesia. *Skywalk* ini mencontoh fungsi *High Line* di New York tetapi memiliki perbedaan dimana terdapat inovasi adanya kios belanja di sepanjang jembatan pedestrian Teras Cihampelas. Teras Cihampelas memiliki berbagai karakteristik fisik yang unik sehingga menarik masyarakat Kota Bandung maupun wisatawan lokal. Karakteristik fisik yang dimiliki Teras Cihampelas sangat beragam dan dapat dilihat dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya seperti Area Lanskap, Area Souvenir, Area Kuliner, lift, fasilitas disabilitas, bangku warna-warni, dan lain-lainnya. Pepohonan rindang yang ada di pinggiran teras juga membawa perasaan aman dan tenang bagi individu yang mengunjunginya (Gambar 5).



Gambar 4. Alokasi Ruang pada Teras Cihampelas

Sumber: Wisnuadji (2021)

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa 2 responden dengan tingkat *place attachment* rendah merasa memiliki tingkat karakteristik fisik yang rendah juga. Sedangkan untuk 12 responden dengan tingkat *place attachment* tinggi merasa bahwa karakteristik fisik yang dimiliki Teras Cihampelas sangat baik dan menarik. Untuk melihat hubungan antara *place attachment* dengan karakteristik fisik, kemudian dilakukan analisis Chi Square.

Tabel 8. Tabulasi Silang (*Crosstab*) *Place Attachment* dan Karakteristik Fisik Teras Cihampelas

		Karakteristik Fisik			
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Place Attachment	Rendah	2	2	1	5
	Sedang	3	7	6	16
	Tinggi	1	1	12	14
	Tota	6	10	19	35

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Tabel 9. *Output* Chi Square *Place Attachment* dan Karakteristik Fisik

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.594 ^a	4	.032
Likelihood Ratio	11.241	4	.024
Linear-by-Linear Association	7.571	1	.006
N of Valid Cases	35		

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,86.

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan uji statistik pada korelasi Chi Square di tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig adalah 0.032, atau probabilitas di bawah 0.05 ($0.032 < 0.05$) maka H1 diterima. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang bergantung antara *place attachment* dengan karakteristik fisik, dengan kata lain *place attachment* yang hadir dalam diri seseorang bergantung pada tingginya tingkat karakteristik fisik yang dimiliki Teras Cihampelas sehingga dapat menarik perhatian dari masyarakat Kota Bandung. Karakteristik fisik yang tinggi dapat mendorong salah satu dimensi keterikatan tempat (*place attachment*) yaitu ketergantungan tempat (*place dependence*) yang merupakan keterikatan fungsional (*functional attachment*) yang menggambarkan berartinya sebuah tempat dalam menyediakan fitur-fitur dan kondisi-kondisi yang mendukung tujuan tertentu dan aktivitas yang diinginkan. Keterikatan fungsional tersebut diwujudkan pada karakteristik fisik ruang tertentu (Williams & Vaske, 2003)

Pengalaman

Interaksi sosial yang dilakukan satu individu dengan individu lainnya pada suatu tempat akan menghasilkan berbagai pengalaman baik positif maupun negatif akan sangat mempengaruhi hasil *place attachment*. Keterikatan emosional antara individu dan tempat yang memiliki pengalaman atau mengalami berbagai aktivitas pada kehidupan sehari-hari akan membentuk suatu makna pada tempat. Hasil dari ingatan serta pengalaman yang selalu dilakukan terhadap suatu tempat akan membentuk makna tempat dan ikatan batin yang kuat bagi individu tersebut. Pengalaman positif yang dilakukan atau

sering didapatkan suatu individu pada suatu akan membuat tempat tersebut menjadi tujuan untuk tetap berada di tempat yang dikunjunginya. Dengan adanya pengalaman yang dihasilkan tersebut, seseorang memiliki rasa yang melekat pada tempat dan rasa tersebut penting dalam membentuk keterikatan emosional antara individu dan tempat.

Hubungan antara *place attachment* dengan pengalaman individu dapat dilihat dari makna yang diberikan seseorang terhadap suatu tempat berdasarkan pengalaman kuat yang dirasakan individu tersebut. Makna kuat yang dirasakan individu tersebut pada akhirnya akan membantu menghadirkan ikatan emosional antara seseorang dan tempat yang kuat juga. Berdasarkan survei lapangan yang dilakukan pada kawasan Teras Cihampelas Bandung, pengalaman-pengalaman yang didapat pada kawasan ruang publik tersebut sangat memberi keamanan dan kenyamanan bagi para masyarakat Kota Bandung. Pengalaman positif pada kawasan ruang publik yaitu pengalaman untuk berbelanja, berinteraksi, dan bersosialisasi dengan orang lain yang mengunjungi Teras Cihampelas maupun dengan para PKL yang berjualan. Banyak pengalaman yang kuat didapatkan dari berbagai sarana dan prasarana Teras Cihampelas yang tidak didapat di teras atau jembatan pedestrian lainnya. Pengalaman yang hanya dapat dirasakan pada kawasan ruang publik Teras Cihampelas yaitu pengalaman berjalan di jembatan pedestrian (*skywalk*) dengan kios-kios seperti souvenir dan kuliner yang berada di sepanjang Teras Cihampelas. Hal itu dapat dinikmati oleh seluruh pengunjung dikarenakan daya tariknya yang menjadi

ruang publik *skywalk* pertama yang ada di Indonesia.

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa 3 responden dengan tingkat *place attachment* rendah merasa memiliki tingkat pengalaman yang rendah juga. Sedangkan untuk 9 responden dengan masing-masing tingkat pengalaman sedang dan tinggi memiliki *place attachment* terhadap Teras Cihampelas yang masing-masing juga sedang dan tinggi. Untuk melihat hubungan antara *place attachment* dengan pengalaman.

Tabel 10. Tabulasi Silang (*Crosstab*) *Place Attachment* dan Pengalaman Berkunjung pada Teras Cihampelas

	Pengalaman/Aktivitas			
	Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Place Attachment	3	9	4	16
	1	4	9	14
Tota	7	14	14	35

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Tabel 11. *Output* Chi Square *Place Attachment* dan Pengalaman Berkunjung pada Teras Cihampelas

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.647 ^a	4	.031
Likelihood Ratio	9.598	4	.048
Linear-by-Linear Association	6.990	1	.008
N of Valid Cases	35		

a. 5 cells (55,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,00.

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan uji statistik pada korelasi Chi Square pada Tabel 11 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig adalah 0.031, atau probabilitas di bawah 0.05 ($0.031 < 0.05$) maka H1 diterima. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang bergantung antara *place attachment* dengan pengalaman yang dirasakan responden. Atau dapat juga dikatakan bahwa *place attachment* yang hadir dalam diri masyarakat bergantung pada semakin tinggi atau banyaknya pengalaman yang dirasakan oleh masyarakat Kota Bandung terhadap kunjungannya ke Teras Cihampelas.

Frekuensi Kunjungan

Pengkajian *place attachment* yang dimiliki oleh setiap individu terdapat beberapa faktor yang berperan penting dalam terbentuknya fenomena tersebut, yaitu salah satunya adalah faktor aspek waktu. Korelasi atau hubungan antara tingkat *place attachment* dapat dijelaskan bahwa dalam membentuk keterikatan emosional antara tempat dengan individu diperlukan aspek waktu dalam mengunjungi suatu tempat. Secara emosional, frekuensi kunjungan dan durasi waktu penggunaan tempat yang tinggi atau digunakan secara berulang-ulang akan memunculkan suatu keterikatan emosional yang menyebabkan pengunjung merasa nyaman dan aman untuk terus mengunjungi tempat tersebut. *Place attachment* tidak terbentuk secara cepat akan tetapi semakin menguat dengan adanya memori akan tempat sejalan dengan waktu yang dihabiskan individu tersebut. Frekuensi dan durasi kunjungan pada tempat juga akan semakin tinggi apabila adanya aktivitas menarik serta suasana fisik tempat yang disukai oleh para pengunjungnya.

Akan tetapi pada saat dilakukannya survei lapangan, hasil yang didapat tidak sesuai dengan korelasi antara kajian dari *place attachment* dan waktu kunjungan. Beberapa responden yang mengunjungi Teras Cihampelas memiliki *place attachment* yang berbanding terbalik dengan frekuensi dan durasi kunjungannya yang mana fenomena tersebut sebagian dialami oleh para mahasiswa. Seperti dilihat pada hasil *crosstab* Tabel 12, frekuensi kunjungan mereka sangat rendah, tetapi memiliki *place attachment* yang tinggi disebabkan faktor lain seperti karakteristik fisik maupun interaksi sosial. Hal ini dikarenakan mereka mengunjungi Teras Cihampelas hanya untuk bertemu teman dari luar Kota Bandung, yang mana Teras Cihampelas termasuk ke dalam kawasan wisata dan banyak penginapan serta toko oleh-oleh dan souvenir di sekitarnya sehingga responden menjadikan tempat tersebut untuk berinteraksi dengan nyaman dan tenang bersama teman sekaligus berbelanja.

Tabel 12. Tabulasi Silang (*Crosstab*) *Place Attachment* dan Frekuensi Kunjungan pada Teras Cihampelas

		Frekuensi Kunjungan			
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Place Attachment	Rendah	1	3	1	5
	Sedang	4	11	1	16
	Tinggi	5	4	5	14
Total		10	18	7	35

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Selain itu, pada Tabel 12 juga diketahui bahwa terdapat 11 responden dengan tingkat *place attachment* sedang memiliki tingkat frekuensi kunjungan yang sedang juga. Sebagian besar responden merupakan pekerja ojek *online* yang beristirahat dan mencari makanan dengan harga terjangkau di Teras Cihampelas. Mereka datang dengan frekuensi kunjungan hampir setiap hari tetapi dengan durasi yang sebentar. Sedangkan untuk 5 responden dengan tingkat *place attachment* tinggi juga memiliki tingkat frekuensi kunjungan tinggi. Fenomena ini terjadi untuk para PKL yang mencari nafkah di Teras Cihampelas dengan frekuensi kunjungan setiap hari dan juga durasi waktu kunjungan yang lama

Tabel 13. Output Chi Square *Place Attachment* dan Pengalaman Berkunjung pada Teras Cihampelas

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.118 ^a	4	.190
Likelihood Ratio	6.531	4	.163
Linear-by-Linear Association	.072	1	.788
N of Valid Cases	35		

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,00.

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan uji statistik pada korelasi Chi Square (Tabel 13) dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig adalah 0.190, atau probabilitas di atas 0.05 ($0.190 > 0.05$) maka H_0 diterima. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa tidak

terdapat hubungan antara *place attachment* dengan frekuensi kunjungan seseorang. Atau dapat juga dikatakan bahwa tingginya tingkat *place attachment* dalam diri seseorang tidak selalu bergantung pada tingkat frekuensi kunjungan masyarakat Kota Bandung terhadap Teras Cihampelas.

4. Penutup

Place attachment muncul sebagai hasil dari penanaman makna dan bentuk fisik yang terkait dengan tempat-tempat yang diciptakan. *Place attachment* merupakan hubungan simbolik individu dengan tempat yang dibentuk melalui keterikatan emosional dan akal sehat seseorang terhadap suatu tempat serta menjelaskan bagaimana seseorang memandang suatu tempat dan bagaimana mereka berhubungan dengan tempat tersebut. Teras Cihampelas sebagai infrastruktur ruang publik jenis *skywalk* pertama yang ada di Indonesia memiliki berbagai keunikan yang membuat masyarakat Kota Bandung merasa tertarik dan memiliki keterikatan tempat (*place attachment*) terhadap Teras Cihampelas. Jarak antara lokasi tempat tinggal para responden mempengaruhi bagaimana *place attachment* terbentuk. Sebagian besar masyarakat yang berdekatan ataupun berada di Kecamatan Coblong memiliki *place attachment* yang tinggi dan sedang dan berbanding terbalik dengan masyarakat yang berasal dari kecamatan yang cukup jauh dari Teras Cihampelas memiliki *place attachment* yang rendah sehingga hal tersebut mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berkunjung. Dari 35 responden masyarakat yang tersebar di Kota Bandung terdapat 5 orang (14,3%) memiliki *place attachment* rendah, 16

orang (45,7%) memiliki *place attachment* sedang, dan 14 orang (40%) memiliki *place attachment* tinggi. Tingkat *place attachment* yang dimiliki oleh masyarakat berkaitan dengan beberapa faktor yang berhubungan/berkaitan dengan hadirnya *place attachment* pada diri seseorang.

Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor yang mendorong keterikatan tempat (*place attachment*) yaitu interaksi sosial, karakteristik fisik, dan pengalaman. Faktor interaksi sosial merupakan faktor yang paling mendorong tingginya *place attachment* seseorang dibandingkan dengan faktor lainnya, yaitu karakteristik fisik dan pengalaman. Akan tetapi, pada dasarnya ketiga faktor tersebut saling berkaitan dan berhubungan satu sama lain dalam hadirnya *place attachment*.

Teras Cihampelas yang menjadi salah satu ruang terbuka publik yang berada di kawasan wisata Cihampelas memiliki kekhasan yang dapat dibedakan dengan ruang publik lainnya. Hal itu dapat dilihat melalui karakteristik fisik unik Teras Cihampelas sendiri dan pengalaman/aktivitas serta interaksi sosial di dalamnya. Sebagai *skywalk* ruang publik pertama di Indonesia, Teras Cihampelas sudah dikenal oleh masyarakat Kota Bandung memiliki karakteristik fisik unik yaitu adanya pembagian tiga area di sepanjang jembatan yaitu area lanskap, area souvenir, dan area kuliner sehingga dikembangkan juga sebagai kawasan wisata. Melalui fasilitas unik lainnya seperti bangku berwarna warni serta beberapa hiasan seperti *booth* dijadikan sebagai *spot* foto yang bagus dapat menghasilkan berbagai pengalaman/aktivitas yang dapat dilakukan oleh para pengunjung. Pengalaman yang hadir seperti

berbincang dan beristirahat di bangku dan di sekitar area taman, mengambil foto pada setiap *spot* yang bagus, melakukan transaksi belanja dengan para PKL, dan aktivitas lainnya pada Teras Cihampelas tidak dapat terjadi apabila tidak ada interaksi yang terjadi antara masyarakat satu dengan lainnya. Oleh karena itu, ketiga faktor ini saling mempengaruhi sehingga dapat berhubungan dengan hadirnya keterikatan tempat (*place attachment*) pada diri seseorang.

Namun demikian faktor frekuensi kunjungan yang diteliti dalam penelitian ini tidak mendorong *place attachment* karena tujuan pengunjung yang mengunjungi Teras Cihampelas hanya untuk bertemu teman dari luar Kota Bandung, yang mana Teras Cihampelas termasuk ke dalam kawasan wisata dan banyak penginapan serta toko oleh-oleh dan souvenir di sekitarnya sehingga pengunjung menjadikan tempat tersebut untuk berinteraksi dengan nyaman dan tenang bersama teman sekaligus berbelanja.

Daftar Pustaka

- Astrini, W., & Kurniawan, E. B. (2017). Place Attachment Pada Jalur Pedestrian Di Jalan Ijen, Malang Sebagai Ruang Terbuka Publik. . *Seminar Nasional Arsitektur Dan Tata Ruang (SAMARTA)*, 17–24.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2022). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata 2018-2021*.
- Brown, B. B., & Perkins, D. D. (1992). Disruptions in Place Attachment. In I. Altman & S. M. Low (Eds.), *Place Attachment. Human Behavior and Environment* (Vol. 12, pp. 279–304). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-1-4684-8753-4_13

- Christy, C., & Sahrani, R. (2016). Hubungan Place Attachment Dengan Perilaku Prososial Relawan Sosial. *Provita Jurnal Psikologi Pendidikan*, 8(2), 68–87.
- Hammond, R and McCullagh, P. S. (1978). *Quantitative Techniques in Geography: An Introduction*. Oxford University Press.
- Indah. (2017). *Teras Cihampelas Pertama di Indonesia*. PPID Kota Bandung.
<https://ppid.bandung.go.id/teras-cihampelas-pertama-di-indonesia/>
- Iqbal, D. (2017). *Jokowi dan Teras Cihampelas, tapi Apakah Fungsinya Selaras?*
<https://www.mongabay.co.id/2017/04/13/jokowi-dan-teras-cihampelas-tapi-apaakah-fungsinya-selaras/>.
- Kemendes RI. (2022). *Data COVID 19 di Indonesia*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
<https://infeksiemerging.kemkes.go.id/dashboard/covid-19>
- Leedy, P. D. (1980). *Practical Research: Planning and Design*. Macmillan.
- Paasi, A. (2003). Region and place: Regional identity in question. *Progress in Human Geography*, 27(4), 475–485.
<https://doi.org/10.1191/0309132503ph439pr>
- Parliana, D., Kurniadilaga, A., & Megakusumah, O. R. (2017). *Transformasi Kawasan Komersial Cihampelas Walk (Ci-Walk) Bandung*. Institut Teknologi Nasional.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21909.22245>
- Peng, J., Strijker, D., & Wu, Q. (2020). Place Identity: How Far Have We Come in Exploring Its Meanings? In *Frontiers in Psychology* (Vol. 11). Frontiers Media S.A.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>
- Pratiwi, C. (2020). *Hubungan Place Attachment dan Perilaku Pro Lingkungan pada Siswa Sekolah Adiwiyata (Studi di SMAN 7 Pekanbaru)* [Undergraduate Thesis]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Rachmat, F. A. (2018). *Analisis Dampak Pembangunan Teras Cihampelas Terhadap Bisnis Sektor Formal Dan Pedestrian*. [Skripsi]. Universitas Pasundan.
- Sari, M. N., & Iskandar, I. (2021). Strategi Bandung Sebagai Kota Kreatif Dalam Unesco Creative Cities Network (UCCN). *JOM Fisip*, 2, 1–11.
- Syak, A. (2021). Rencana Reaktivasi Teras Cihampelas Walk. *Republika*.
<https://www.republika.co.id/berita/r28qev314/rencana-reaktivasi-teras-cihampelas-walk-5>
- Tekadtuera, A., & Sunartio, A. N. (2018). EFFECT OF SCALE, PROPORTION, AND WALKABILITY TO VISUAL TROTOAR QUALITY UNDER THE TERAS CIHAMPELAS. In *www.journal.unpar.ac.id* (Vol. 02). www.journal.unpar.ac.id
- Theodori, G. L. (2000). LEVELS OF ANALYSIS AND CONCEPTUAL CLARIFICATION IN COMMUNITY ATTACHMENT AND SATISFACTION RESEARCH: CONNECTIONS TO COMMUNITY DEVELOPMENT. *Community Development Society. Journal*, 31(1), 35–58.
<https://doi.org/10.1080/15575330009489731>
- Tobler, W. R. (1970). A Computer Movie Simulating Urban Growth in the Detroit Region. *Economic Geography*, 46, 234–240.
<https://www.jstor.org/stable/143141>
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and Place The Perspective of Experience*. University of Minnesota Press.
- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). *The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach Coastal Management-*

- Cebu, Philippines View project Monitoring perceptions of sustainable tourism View project.* <https://www.researchgate.net/publication/233712735>
- Winarsih, F. (2014). *Bentuk Keterikatan Masyarakat Terhadap Lingkungan di Bantaran Ciliwung, Jakarta*. [Undergraduate Thesis]. Universitas Indonesia.
- Wisnuadji, S. (2021). *Beberapa Pendekatan Perancangan Fasilitas Publik di Kota Bandung*. Prodi Arsitektur ITB. https://ftm.itb.ac.id/wp-content/uploads/sites/162/2016/08/Sigit-W-Kuliah-Tamu_Perancangan-Ruang-Publik-di-Kota-Bandung.pdf
- Xu, Y., Wu, D., & Chen, N. (Chris). (2022). Here I belong!: Understanding immigrant descendants' place attachment and its impact on their community citizenship behaviors in China. *Journal of Environmental Psychology*, 79. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101743>
- Yunus, H. S. (2016). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Pustaka Pelajar.
- Zimmerbauer, K. (2011). From image to identity: Building regions by place promotion. *European Planning Studies*, 19(2), 243–260. <https://doi.org/10.1080/09654313.2011.532667>