

## INTISARI

Kota Surakarta terus menunjukkan tren positif dalam sektor pariwisata dengan pelaksanaan tujuh belas proyek prioritas, salah satunya pengembangan Koridor Gatsu melalui revitalisasi elemen fisik dan penyelenggaraan *event* Solo Is Solo Street Art Week. Pengembangan Kawasan tersebut telah mengubah dinamika ruang pada Koridor Gatsu. Adanya interaksi antara Solo Is Solo Street Art Week sebagai sebuah *event* dengan pengunjung akan memengaruhi pengalaman dan perasaan individu terhadap Koridor Gatsu sehingga berpotensi mengubah makna ruang dalam menciptakan *sense of place* terhadap ruang. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat *sense of place* Koridor Gatsu dan pengaruh *event* Solo Is Solo Street Art Week terhadap *sense of place* tersebut. Penelitian dilakukan dengan pola pikir deduktif dan pendekatan kuantitatif untuk mengidentifikasi pengaruh Solo Is Solo Street Art Week sebagai sebuah *event* terhadap *sense of place* Koridor Gatsu melalui klasifikasi *level sense of place* dengan analisis statistik, yakni analisis distribusi dan melihat pengaruh variabel menggunakan analisis *structural equation modelling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan *sense of place* Koridor Gatsu tergolong rendah menurut teori *sense of place*, namun *level* tersebut dinilai sudah cukup memuaskan dalam konteks Koridor Gatsu. Pada *level* tersebut hubungan emosional antara pengunjung dan tempat sudah terbangun sehingga ruang sudah berhasil memberikan kesan kepada pengunjungnya. Namun, kalkulasi *structural equation modelling* (SEM) menunjukkan hanya variabel *amenities* dan sosiodemografi saja yang berpengaruh signifikan terhadap *sense of place*, sedangkan program, *entertainment*, dan karakteristik *event* tidak berpengaruh signifikan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas pelayanan atraksi yang memastikan bahwa manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh pengunjung melalui perencanaan yang mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan mereka. Selain itu, *branding* dari *event* Solo Is Solo Street Art Week juga perlu diperkuat untuk meningkatkan karakteristik dan citra destinasi pariwisata.

Kata kunci: Koridor Gatsu, *Sense of Place*, Solo Is Solo Street Art Week, Pariwisata Kota, Pengalaman Individu

## ABSTRACT

*Surakarta City continues to show a positive trend in tourism sector with the implementation of seventeen priority projects, one of which is the development of Gatsu Corridor through revitalisation and Solo Is Solo Street Art Week event initiation. Development of the area has changed the spatial dynamics of Gatsu Corridor. The interaction between Solo Is Solo Street Art Week event and visitors will affect individual experiences towards Gatsu Corridor so it has potential to change the meaning in creating a sense of place. Therefore, this research aims to identify the level sense of place of Gatsu Corridor and the influence of Solo Is Solo Street Art Week event on it. The research was conducted with a deductive mindset and a quantitative approach through the classification of sense of place levels with distribution analysis and seeing the influence of variabels using structural equation modelling (SEM) analysis.*

*The results showed that the sense of place of Gatsu Corridor was low according to the sense of place theory, but the level was considered satisfactory in the context of the Gatsu Corridor. However, structural equation modelling (SEM) calculations show that only amenities and sociodemographic variables have a significant effect on sense of place, while programs, entertainment, and event characteristics have no significant effect. Therefore, it is necessary to improve the quality of attraction services that ensure the benefits can be felt directly by visitors through planning that considers their preferences and needs. In addition, the branding of the Solo Is Solo Street Art Week event also needs to be strengthened to improve the characteristics and image of tourism destinations.*

*Keywords: Koridor Gatsu, Sense of Place, Solo Is Solo Street Art Week, City Tourism, Individual Experience*