

INTISARI

Adanya *sense of place* yang tinggi pada suatu objek wisata dinilai mampu mendorong pengunjung untuk mengunjungi kembali objek wisata tersebut. Kota Bontang memiliki potensi yang besar dalam pengembangan sektor pariwisatanya. Salah satunya adalah Bontang Kuala yang merupakan pemukiman nelayan tradisional yang letaknya berada di atas laut sekaligus juga menjadi salah satu objek wisata unggulan di Kota Bontang. Objek wisata ini memiliki jumlah kunjungan yang cukup tinggi serta merupakan wisata unggulan di Kota Bontang, sehingga diperlukan adanya kajian lebih lanjut mengenai bagaimana persepsi tingkatan *sense of place* yang terbentuk antara masyarakat maupun pengunjung terhadap Kampung Laut Bontang Kuala, serta bagaimana persepsi tersebut memengaruhi preferensi kunjungan wisata dari masyarakat maupun pengunjung untuk mengunjungi Kampung Laut Bontang Kuala.

Oleh karena itu, berangkat dari hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkatan *sense of place* serta komponen yang paling berpengaruh dalam pembentukan *sense of place* masyarakat tersebut yang memengaruhi daya tarik pengunjung untuk mengunjungi Kampung Laut Bontang Kuala. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deduktif deskriptif dan inferensial yang dimana menggunakan metode pendekatan kuantitatif menggunakan uji tabulasi silang dan regresi linear berganda sebagai pendekatan utama, kemudian menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara sebagai pendukung dari data kuantitatif tersebut.

Berdasarkan hasil analisis, variabel imej merupakan variabel yang paling berpengaruh dalam pembentukan *sense of place* masyarakat. Terdapat perbedaan persepsi imej antara masyarakat lokal dengan pengunjung dari luar Kampung Laut Bontang Kuala yang menyebabkan adanya perbedaan tingkatan *sense of place* yang terbentuk. Masyarakat lokal mayoritas berada pada tingkatan tertinggi yakni *sacrifice for a place*, sedangkan pengunjung dari luar mayoritas memiliki tingkatan *sense of place* pada level *identifying with the place goals*.

Kata Kunci: *Sense of Place*, Bontang Kuala, Kampung Laut Nelayan, Wisata

ABSTRACT

A tourism destination that has a strong sense of place is thought to entice visitors to stay longer and return. Bontang has a lot of potential to grow its tourism industry. Bontang Kuala, a traditional fishing method, is one example. Village located on the sea that is also one of the leading tourist attractions in the city of Bontang. Since Bontang Kuala Coastal Village is a popular tourist destination in Bontang City and receives a significant amount of visitors, more research is required to determine how the locals and tourists perceive the area and how this perception influences their inclination to visit.

Based on this, the purpose of this study is to ascertain the degree of sense of place and the most significant elements in the development of the community's sense of place that influence the appeal of Bontang Kuala Coastal Village to tourists. The current research employs a deductive descriptive and inferential methodology that employs a quantitative approach with multiple linear regression tests and cross-tabulation as the primary method, followed by a qualitative approach using interviews to bolster the quantitative data.

The analysis's findings indicate that the image variable has the most impact on how the community's sense of place is formed. The local population and tourists from outside Bontang Kuala Coastal Village have different perceptions of the village, which leads to differences in the levels of sense of place formed. While most visitors from outside the area have a sense of place at the level of identifying with the place goals, the majority of the local community is at the highest level, which is sacrifice for a place.

Keywords: Sense of Place, Bontang Kuala, Fishermen's Village, Tourism