



SENSE OF PLACE IN URBAN TOURISM DESTINATION

The Case of Titik Nol Kilometer, Yogyakarta

Bonifasia Yuniar Rifani

18/435147/PMU/09658

ABSTRACT

Urban tourism has rarely been studied using both tourism and urban studies approach, whereas urban environment plays an essential role in tourism attractiveness. This research investigates the considerably high tourist visit in a public area as an urban tourism phenomenon. The multidimensional concept of sense of place is used to explore this phenomenon as a relationship between tourist (people) and tourism destination (place). The analysis is focused on the place making components that creates sense of place. This research took place in Titik Nol Kilometer, a public area that becomes tourist destination within Yogyakarta city center.

The sense of place concept was explored through qualitative analysis, with data collected from physical and behavioural mapping, and online interviews with tourists. Overlay and interactive analytical model was performed to identify the sense of place and its component.

Sense of place in Titik Nol Kilometer is identified as emotional relationship between tourist and public space setting which does not offer any spesific tourism attraction, but able to represent the life of Yogyakarta city. Sense of place is created by the connectedness of various elements based on physical setting, activity, and meaning parameters which coherently combined and complement each other's existence. The process involved the collaboration of planned place making and organic place-making, which enable the coexistence of 'old and new', and 'local and tourist' contrast. In conclusion, the results indicate that sense of place is a phenomenon of Titik Nol Kilometer as not only a public space for recreational or creative events performed by the citizen or local people, but also an attractive destination for tourist that brings personal experience in experiencing the unique life of Yogyakarta city.

Keywords: sense of place, place making, urban tourism



SENSE OF PLACE DESTINASI WISATA URBAN

Kasus Kawasan Titik Nol Kilometer, Yogyakarta

Bonifasia Yuniar Rifani

18/435147/PMU/09658

INTISARI

Wisata urban merupakan topik yang belum banyak dikaji dari gabungan sudut pandang studi perkotaan dan pariwisata. Padahal, lingkungan urban menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan, bahkan melebihi objek daya tarik wisata. Salah satu fenomena menarik terkait dengan wisata urban adalah tingginya kunjungan wisatawan ke ruang publik kota. Meskipun kawasan ini tidak menawarkan atraksi yang diciptakan secara khusus, wisatawan memadati tempat tersebut dengan berbagai macam aktivitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena tersebut dengan menggunakan pendekatan *sense of place* yang menjelaskan hubungan antara destinasi wisata (*place*) dengan wisatawan (*people*). Analisis dilakukan untuk mengetahui bagaimana *sense of place* tercipta di destinasi wisata urban berdasarkan konsep *place making*, pada kasus Kawasan Wisata Titik Nol Kilometer, Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui pemetaan kawasan, *place centered mapping*, dan wawancara secara daring terhadap wisatawan. Data diolah dengan menggunakan teknik *overlay* dan analisis interaktif.

Penelitian ini mengidentifikasi *sense of place* Kawasan Wisata Titik Nol Kilometer sebagai relasi emosional antara wisatawan dengan *setting* ruang publik yang tanpa atraksi spesifik, mampu merepresentasikan suasana yang kuat dari salah satu ujud kehidupan di Kota Yogyakarta. *Sense of place* tercipta dari adanya keterhubungan antar beragam elemen berdasarkan parameter *setting* fisik, aktivitas, dan makna yang berpadu dalam satu tempat dengan tanpa mengganggu keberadaan satu sama lain, namun justru saling mengisi. Terciptanya *sense of place* melibatkan *placemaking* yang terencana bersinergi dengan *place-making* yang berkembang secara organik. Pada akhirnya, penelitian ini menyimpulkan *sense of place* merupakan fenomena kawasan Titik Nol Kilometer di Yogyakarta yang tidak hanya menjadi ajang kreativitas dan rekreasi masyarakat lokal dan daya tarik bagi wisatawan, namun memungkinkan mereka menemukan pengalaman personal yang khas pada suasana kehidupan Kota Yogyakarta.

Kata kunci: sense of place, place making, wisata urban