



Sense of Place dan Kepuasan Berwisata pada Arsitektur Kampung Budaya Sindang Barang Bogor

Sudarmawan Juwono¹, Adrianus Solo^{2,*}, Abdullah Ali³, Dwi Aryanti⁴, Keti Andayani⁵, Gagas Adistira⁶

^{1,2,3-6}Fakultas Teknik, Program Studi Arsitektur, Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia

Email: ¹sudarmawanyuwono@gmail.com, ^{2,*}andihurek87@gmail.com, ³abdullahali@ubk.ac.id,

⁴dwiaryanti1960@ubk.ac.id, ⁵ketiandayani@ubk.ac.id, ⁶a.adistiraaa@gmail.com

(* : coresponding author)

Diterima Redaksi: 25/03/2024

Selesai Revisi: 24/04/2024

Diterbitkan Online: 30/04/2024

Abstrak– Kampung Budaya Sindang Barang Bogor adalah sebuah destinasi wisata di Bogor yang mengangkat tema budaya kampung Sunda. Destinasi wisata ini dikelola oleh masyarakat setempat dengan memanfaatkan potensi lingkungan yang ada. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan masukan kepada manajemen Kampung Budaya Sindang Barang Bogor khususnya mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Dalam pengukuran ini digunakan konsep *Sense of Place* sebagai suatu ukuran kualitas ruang yang dapat dirasakan oleh indera manusia dalam menggunakan ruang. Sedangkan kepuasan wisata adalah adanya respon positif diberikan oleh wisatawan atas pengalaman pada obyek ruang tersebut. Bilamana kedua konsep tersebut dihubungkan maka *Sense of Place* dapat dipakai menjadi pendekatan dalam mengukur kepuasan berwisata. Adapun hasil eksplorasi disampaikan kepada manajemen yang ditanggapi secara positif sebagai usulan yang bermanfaat usulan kreatif, kebutuhan dasar, bahan evaluasi sebagai masukan dalam perencanaan dan evaluasi Kampung Budaya Sindang Barang.

Kata Kunci: *Sense of Place*, Arsitektur Wisata, Kepuasan Berwisata, Kampung Budaya, Sindang Barang Bogor

Abstract– *Sindang Barang Bogor Cultural Kampung is a tourist destination in Bogor which focuses on Sundanese village culture. This tourist destination is managed by the local community by utilizing the existing environmental potential. This community service aims to provide input to the management of Sindang Barang Bogor Cultural Kampung, especially regarding the level of satisfaction felt by tourists. In this measurement, the concept of sense of place is used as a measure of the quality of space that can be felt by the human senses when using space. Meanwhile, tourist satisfaction is a positive response given by tourists regarding their experience with the space object. If these two concepts are connected, sense of Place can be used as an approach to measuring travel satisfaction. The results of the exploration were submitted to management who responded positively as useful suggestions, creative suggestions, basic needs, evaluation materials as input in planning and evaluating the Sindang Barang Cultural Kampung.*

Keywords: *Sense of Place, Tourism Architecture, Travel Satisfaction, Cultural Village, Sindang Barang Bogor*

1. PENDAHULUAN

Kampung Budaya Sindang Barang merupakan salah satu destinasi budaya di Bogor dengan bentuk lingkungan hunian atau kampung yang menyajikan atraksi tradisi budaya Sunda. Destinasi wisata yang dibangun pada tahun 2006 ini mendukung pelestarian situs-situs bersejarah di wilayah sekitarnya dengan memberikan kesempatan wisatawan menginap dan menikmati berbagai atraksi yang ada sebagai suatu pelayanan wisata (2021). Inisiasi pembangunan berasal dari masyarakat sendiri, dan ditujukan pada upaya menghadirkan kembali berbagai tradisi Sunda yang sebelumnya memang ada, untuk bisa dilestarikan dan disaksikan oleh masyarakat (Pusparini, 2022). Oleh sebab itu obyek wisata didesain dalam bentuk perkampungan Sunda dengan fasilitas menginap dan melakukan pertemuan atau rekreasi outdoor. Adanya Kampung Budaya ini telah memberikan kontribusi banyak pada masyarakat setempat melalui keterlibatan dalam acara, memberikan layanan akomodasi maupun interaksi sosial yang belum dikelola secara penuh.

Adapun keunggulan wisata ini adalah memberikan *sense of place* atau perasaan meruang pada suatu tempat dengan suasana pedesaan Sunda (Seliari dkk., 2023). Perasaan meruang ini terjadi karena adanya keberadaan unsur fisik dan non-fisik yang saling menunjang, adanya unsur alam dan buatan. Oleh sebab itu unsur *sense of place* harus menjadi perhatian agar pengunjung tidak kecewa karena produk ini yang menjadi brand dari Kampung Budaya. Sebagaimana produk wisata yang memiliki tujuan profit oriented perlu memperhatikan aspek dari " *product life cycle* " harus selalu melakukan evaluasi secara berkesinambungan untuk membuat pengunjung datang kembali (Pranata & Idajati, 2018). Lokasi wisata berada di Bogor, jalan Endang Sumawijaya, RT02/RW08, Sindang Barang, Dukuh Menteng, Desa Pasir Eurih, Kecamatan Tamansari, Pasireurih, Jawa Barat (Nisrina, 2021). Berada pada ketinggian 350-500 m di atas permukaan laut di lingkungan sawah, ladang dan pekarangan warga masyarakat. Dari wawancara Abah Ukat tokoh masyarakat yang membantu mengelola Kampung Budaya dan diketahui bahwa suasana yang menggambarkan kehidupan desa, persawahan dan perbukitan yang indah diharapkan membuat pengunjung merasa nyaman. Potensi wisata ini juga diperkaya dengan khasanah budaya berupa benda bersejarah yang tidak kurang dari 94 situs





baik peninggalan prasejarah maupun jaman Pajajaran. Keberadaan Kampung Budaya membantu dalam pelestarian situs-situs tersebut dengan membuat kemudahan bagi masyarakat untuk mengapresiasi keberadaannya. Pengunjung yang menginap akan diberi kesempatan untuk mengunjungi situs-situs tersebut yang memperkuat pengalaman budayanya selama di Sindang Barang.

Beberapa atraksi unggulan yaitu upacara *Seren Taun* dan tradisi kampung yang disebut *Parebut Seeng*. Kegiatan *Seren Taun* atau Sedekah Bumi dihidupkan kembali setelah sempat berhenti pada tahun 1971. Tujuan upacara ini sebagai rasa syukur atas berkah panen disertai doa agar tahun yang berjalan diberikan berkah yang lebih baik. Sedangkan tradisi *Parebut Seeng* yang berupa atraksi memperebutkan seeng (alat masak air, dari seeng) saat ada pernikahan. (seeng dalam Bahasa Sunda) yang dilaksanakan pada upacara pernikahan. Untuk itu pengunjung diharapkan menginap untuk mengikuti acara lainnya termasuk belajar menari, menabuh gamelan dan kegiatan khas warga desa lainnya. Namun demikian, budaya sebagai tema tidak sepenuhnya menarik bagi masyarakat secara umum kalau tidak memiliki ketertarikan dengan budaya, sehingga manajemen harus selalu mencari jalan untuk dapat menyajikan Kampung Budaya tetap menarik. Ketertarikan pengunjung ini bertitik tolak dari kepuasan pelayanan selama berada di tempat ini maka faktor kepuasan pengunjung harus selalu menjadi perhatian utama. Kepuasan tersebut dapat dihubungkan dengan sebuah konsep menikmati atau mengalami ruang yaitu *sense of place* (Shifa dkk., 2023). Relevansi dengan program pengabdian masyarakat khususnya visi Arsitektur Nusantara Program Studi Arsitektur dan wisata budaya adalah memberikan masukan kepada manajemen Kampung Budaya guna meningkatkan kualitas produk sehingga menjadi suatu program pariwisata yang berkelanjutan Pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk kontribusi pengetahuan dalam program ini ditujukan berkaitan kepuasan pengunjung sebagai bagian evaluasi nilai *sense of place* pada destinasi wisata. Hasilnya akan menjadi masukan dalam pengembangan Kampung Budaya.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Kampung Budaya adalah sebagai berikut : (a) Adanya bangunan yang telah mengalami kerusakan akibat usia sehingga diperlukan perawatan dan pemeliharaan, (b) Obyek wisata ini harus memberikan kepuasan pada pengunjung sehingga timbul keinginan untuk datang berkunjung kembali, Kepuasan ini adalah suatu respon atas kualitas pelayanan yang diberikan dalam bentuk atraksi maupun fasilitas lain yang memenuhi ekspektasi pengunjung (Jayanti & Yulianthini, 2022). Selama ini pembiayaan lebih banyak dilakukan berdasar pemasukan dari pengunjung. Manajemen menyampaikan keluhan bahwa setelah pandemi situasi belum sepenuhnya normal sehingga pemasukan yang ada tidak cukup dalam membiayai berbagai program perawatan. Salah satu jalan adalah mendapat bantuan dari pemerintah melalui proposal yang diajukan secara ilmiah dapat dipertanggungjawabkan. Adanya masukan dari pihak lain yang memiliki kompetensi seperti Perguruan Tinggi sangat diharapkan sehingga adanya program pengembangan yang diusulkan kepada pemerintah untuk pemeliharaan aset budaya ini bisa lebih layak baik secara akademis maupun ekonomis.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Kampung Budaya Sindang Barang terkait dengan peningkatan kualitas pelayanannya sebagai suatu bentuk *hospitality service* dalam konsep *home stay*. Pada program pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut :

2.1 Kerangka Teoritis

Pembahasan mengenai ruang atau tempat dalam disiplin ilmu arsitektur berkaitan dengan konsep *place*. Destinasi wisata atau tempat wisata memiliki daya tarik karena ada sesuatu yang menarik untuk dikunjungi dalam pengertian dilihat, dinikmati dan dialami. Proses mengalami menjadi penting dihubungkan dengan konsep *place* dari perspektif fenomenologi yang membuat perasaan nyaman atau menarik bagi pengguna atau pengunjung tempat tersebut. Hal tersebut terjadi karena adanya unsur yang bersifat fisik maupun non fisik atau buatan maupun natural (Ali dkk., 2022; Habibullah & Ekomadyo, 2021; Hapenciuc & Bănescu, 2022; Kurniawan & Nuraeny, 2018; Papaz dkk., 2019). Dalam kasus tempat wisata ada sesuatu yang unik atau membuat wisatawan mendapat pengalaman adalah bagian dari strategi membangun obyek wisata yang baik. Kunjungan berikut atau kedatangan kembali adalah bentuk hubungan keterikatan tersebut (*place attachment*) sebagai strategi pengembangan obyek wisata (Fanggidae & R. Bere, 2020; Yudiandri & Ningrum, 2022).

Menurut Habibullah dan Agus Madyo (2021) ada 3 (tiga) unsur yang harus diamati dalam pembentukan *sense of place* : (1) Ruang fisik berikut atributnya yang merupakan tempat atau sarana dalam mewadahi aktivitas. Keberadaannya tidak hanya bisa dilihat (visual) tetapi juga dirasakan (sensual) dan dipikirkan

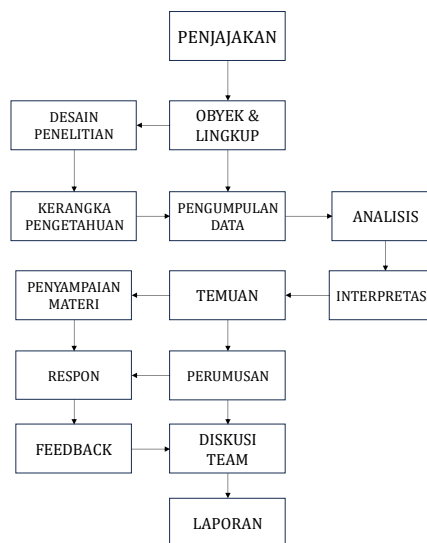




(rasional) serta masuk ke dalam hati (mental); (2) Pengalaman meruang, yaitu pengalaman yang timbul akibat beraktivitas dalam ruang tersebut. Pengalaman ini membentuk kenangan (memori) atau kegembiraan, dan stimulus untuk melakukan hal-hal yang positif lainnya seperti kreativitas maupun apresiasi terhadap unsur yang ada, (3) Interaksi sosial, yaitu adanya kekuatan untuk membangun hubungan yang manusiawi, rasa cinta dan simpati. Wujud perasaan tersebut menggerakkan kedekatan dengan orang lain, karena pada dasarnya manusia adalah homo-socius yang bersifat sosial. Pengukuran *sense of place* dengan aktivitas wisata yaitu melalui kepuasan wisatawan terhadap kondisi tempat tersebut baik dari atribut fisik, atraksi atau pengalaman yang disajikan dan dirasakan, dan kualitas proses interaksi yang terbentuk (Tungga dkk., 2022).

2.2 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dapat digambarkan sebagai berikut di bawah ini :



Gambar 1. Skema Pelaksanaan

Adapun alat alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data sebagai berikut : (1) Alat tulis dan kertas untuk membuat sketsa, (2) Kamera untuk pengambilan gambar, (3) Pedoman wawancara dan bahan pertanyaan.

Langkah Langkah dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat sebagai berikut :

- Melakukan pengenalan sebagai introduksi untuk membangun suasana emosional dan menyampaikan deskripsi, program, target dan benefit bagi Kampung Budaya pada manajemen maupun masyarakat. Pelaksanaan ini dipimpin oleh Ketua Pelaksana dan Pengarah melalui pertemuan dengan manajemen baik sebelum kunjungan maupun saat kunjungan berlangsung.
- Melakukan survei lapangan, wawancara dan penggambaran yang mencakup upaya mendapatkan data-data untuk dikembangkan menjadi informasi. Wawancara dilakukan pada Abah Ukat selaku pemangku wisata maupun pada guide serta penyelenggara lainnya secara informal. Pengambilan foto-foto untuk keperluan analisis dan dokumentasi dilakukan petugas mahasiswa.
- Melakukan penyusunan materi dan membuat analisis. Pada malam hari dilakukan proses analisis atas data-data yang kemudian dikembangkan menjadi unit-unit informasi sebagai berikut berikut : (1) Kelompok informasi Artefak Fisik, (2) Kelompok informasi Pengalaman Ruang, (3) Kelompok informasi Interaksi Sosial Budaya. Masing masing grup mengembangkan analisis dan kemudian dilaporkan untuk dibahas bersama.
- Melakukan diskusi atas temuan-temuan dan masukan kemudian melakukan diskusi pada pagi hari untuk merumuskan hasil temuan dan bahan masukan sesuai dengan hasil analisis.
- Penyampaian materi kepada pihak Kampung Budaya mengenai temua dan memberikan penilaian atas respon setelah disampaikan materi tersebut.



Dalam pelaksanaan ini dibagi menjadi group sebagai berikut :

Tabel 1. Pembagian Kerja

No	Nama	Status	Fokus/Obyek Amatan	Keterangan
1	Sudarmawan Juwono	Ketua Pelaksana	Koordinasi Team	Penyusunan Rumusan
2	Abdullah Ali	Pengarah	Koordinasi Masyarakat	Olah Respon
3	Dwi Aryanti Sugeng E Prasetyo, Sisil Friedlyka A P Sahono, Yehezkiel L Purba, Yostan Putra Halawa	Ketua Grup 1	Artefak Fisik	Rumusan-1
4	Keti Andayani Nurul Rahma R D Aileendra, Defrianto M. Nomleni, Helma Julia Lestari, Leonardo F Purba	Ketua Grup 2	Pengalaman Ruang	Rumusan-2
5	Adrianus Solo Gagas Adistira, Saeful K Marhafi, Sutrisno, Gilang Faritsi	Ketua Grup 3	Interaksi Budaya	Rumusan-3

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

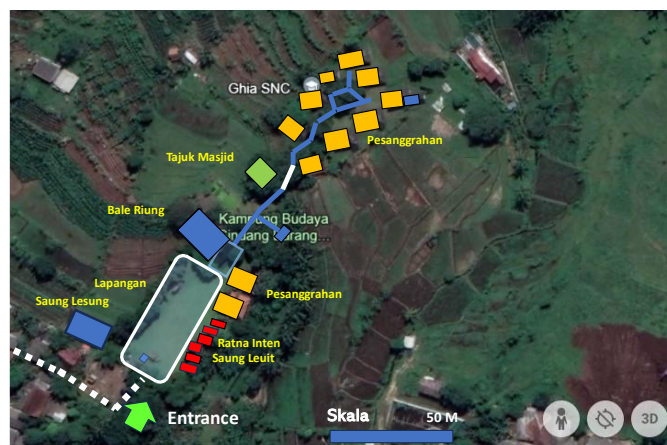
3.1 Penjelasan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara simultan dalam waktu 2 (dua) hari pada tanggal 3-4 Oktober 2023 berlangsung di Bale Riung atau Aula Pengunjung yang diperuntukkan kegiatan menerima tamu.

- Pelaksanaan kegiatan pengamatan, wawancara dan analisis lapangan berjalan dengan lancar
- Penyampaian materi telah dilakukan dengan memberikan masukan kepada manajemen Kampung Budaya.
- Hasil evaluasi disampaikan kepada manajemen dalam bentuk kertas kerja.

3.2 Hasil Temuan dan Pembahasan

Dari pelaksanaan dapat disampaikan kepada mereka mengenai respon dari manajemen atas pelaksanaan program ini sebagai berikut di bawah ini. Istilah Target adalah sesuatu yang akan dicapai diberikan nilai 50 (untuk pencapaian target maksimal); Realisasi adalah hasil atau ukuran pencapaian yang nyata bisa dilaksanakan atau dicapai. Nilai maksimum adalah 50, sedang 50-40 adalah sangat baik, 39-30 baik, 29-20 cukup baik, 19-10 kurang, dan dibawah 10 sangat kurang. Penilaian ini dilakukan secara kualitatif oleh Team yang melakukan pengamatan dan analisis.



Gambar 2. Lay Out Kampung Sindang Barang Bogor (Google Earth)





A. Elemen Fisik Ruang

Elemen Fisik pada Kampung Budaya adalah lingkungan buatan/binaan dan lingkungan natural (alamiah). Adapun lingkungan buatan yaitu : ruang terbuka, bangunan Leuit yang berjumlah 6 unit, Bale Riung, Pesanggrahan dan Tajug Agung. Penataan massa atau ruang dalam kampung menurut tata ruang pemukiman Sunda dapat dibagi menjadi konsep handap luhur atau atas bawah. Ruang terbuka sebagai ruang bersama, Bale Riung yang bersifat semi public, dan Pesanggrahan bersifat privat. Ketiga ruang tersebut masih berada pada zone atas. Sedangkan mushola yang berbentuk bangunan Tajug Agung menggambarkan suatu konsep ruang yang dimuliakan, dalam arsitektur Sunda, diwadahi dalam tipe bangunan Tajug. Kampung ini ke depan menghadap jalan dan ke belakang menghadap ke Sungai sehingga dapat dikatakan mengikuti konsep Lemah Cai (tanah atau bumi dan air atau Sungai). Unsur lain adalah keberadaan Leuit sebagai simbol ketahanan pangan yang menyangkut hajat hidup paling dasar. Ini menunjukkan besarnya penghormatan dalam tradisi Sunda terhadap “ padi atau makanan “ dan disimbolkan sebagai *Ni Pohaci* atau Dewi Sri.

Tabel 2. Amatan dan Analisis Elemen Fisik

Grafik	Obyek	Target	Pencapaian
<p>Artefak Fisik</p>	Atribut Fisik		
	-Representasi	10	7
	-Kondisi Fisik	15	10
	-Kegunaan	15	13
	-Kualitas	10	5
		50	35
	Ketidaktercapaian	-15	

Dari pengamatan atas elemen fisik diketahui bahwa infrastruktur yang ada sudah beberapa yang mengalami kerusakan karena usia dan materi yang digunakan belum diolah baik seperti kayu dan bambu. Pengukuran ini dilakukan melalui 4 (empat) komponen yaitu : representasi (keinginan untuk menunjukkan sesuatu) fisik seperti Tajug Agung adalah representasi atas bangunan ibadah menunjukkan bahwa agama atau kepercayaan merupakan sesuatu dasar yang penting dalam budaya Sunda. Hal ini juga perlu dilihat dari kondisi fisiknya sudah mengalami kerusakan. Penyebab utama adalah anggaran pemeliharaan terbatas. Kemudian dari aspek manfaat, ini sangat penting karena memberikan kenyamanan bagi wisatawan untuk menunaikan ibadah. Kualitas menyangkut desain dari bangunan atau *level service* yang diberikan. Bangunan ini memberikan *service level* yang lebih karena menampilkan bentuk langar dengan arsitektur Sunda memberikan sensasi pada wisatawan menikmati budaya Sunda. Penggunaan bangunan dengan pola panggung ini juga mendekatkan sensasi budaya pengunjung. Dari aspek arsitektur ini merupakan bagian dari implementasi *home stay* dengan rancangan tematik arsitektur Nusantara pendekatan *vernacular*.

B. Pengalaman Ruang

Para wisatawan merasakan pengalaman meruang melalui : menginap sehingga merasakan bagaimana suasana keheningan alam pedesaan yang masih penuh dengan pepohonan. Pengalaman menginap di bangunan khas Sunda. Pertunjukan yang disajikan mulai dari tari-tarian sebagai ungkapan selamat datang yang dimainkan oleh remaja setempat membawa pada suatu memori yang tidak terlupakan. Jadi kehadiran ruang-ruang seperti ruang terbuka (alun-alun), *Bale Riung* juga menjadi bagian penting dalam membangun pengalaman bagi pengunjung. Pengalaman yang lebih besar dapat dinikmati pada saat perayaan *Seren Taun*, yang berlangsung setahun sekali. Acara ini dilaksanakan di ruang terbuka Kampung Budaya Sindang Barang.



Tabel 3. Amatan dan Analisis Pengalaman Ruang

Grafik	Obyek	Target	Pencapaian
<p>Artefak Fisik</p>	Pengalaman Ruang		
	- Memori	10	5
	-Kreativitas	15	10
	-Kesadaran	10	5
	-Kegembiraan	15	10
		50	30
	Ketidaktercapaian	-20	

Melalui Kampung Budaya terbangun memori mengenai Kampung Sunda sekalipun merupakan hasil rekonstruksi namun memberikan gambaran mengenai kehidupan kampung yang mungkin hanya bisa disaksikan pada tempat-tempat tertentu seperti di Kampung Naga, Kampung Ciptagelar atau Kampung Badui. Adapun di Kampung Budaya lebih terbuka karena dikemas dalam bentuk home stay dan fleksibel yang memungkinkan wisatawan membangun memori melalui kegiatan yang dilakukan sendiri. Kampung Budaya ini menawarkan kreativitas bagi wisatawan melalui berbagai infrastruktur seperti ruang terbuka untuk bermain game atau kegiatan lain yang dapat didesain oleh wisatawan sendiri termasuk pemanfaatan Bale Riung yang sangat memungkinkan untuk seminar, diskusi, pertunjukan atau kegiatan lain. Melalui Kampung Budaya para wisatawan mendapatkan stimuli mengenai konsep dasar budaya Sunda yang bermuara dari Konsep Tritangtu, keselarasan antara sesama manusia, keselarasan dengan Sang Khalik dan keselarasan dengan alam semesta. Hal ini dirasakan setelah wisatawan menginap kemudian dilanjutkan melakukan tour keliling mengunjungi situs-situs yang ada. Akhir dari pengalaman yang ditawarkan Kampung Budaya adalah membangun kegembiraan di antara wisatawan melalui berbagai atraksi yang menarik, rasa syukur atas karunia Tuhan yang direfleksikan dalam acara *Seren Taun*. Tidak terkecuali membangun kegembiraan melalui program kegiatan yang dikembangkan oleh wisatawan sendiri seperti melukis atau membuat sketsa bersama, belajar fotografi dan sebagainya.

C. Interaksi Sosial Budaya

Kampung Budaya bukan hanya bersifat personal atau individual melainkan membentuk pengalaman sosial yang terjadi karena adanya interaksi antar pengunjung sendiri, pengunjung dengan masyarakat dan pengunjung dengan pengelola (manajemen). Proses interaksi ini penting karena bisa menumbuhkan ikatan sosial. Keberadaan berbagai atraksi tidak dapat terjadi dengan kehadiran masyarakat yang menyelenggarakannya. Wisatawan bisa belajar mengenai bagaimana interaksi sosial dalam masyarakat Sunda, seperti dalam melakukan acara besar seperti *Seren Taun*.

Tabel 4. Amatan dan Analisis Interaksi Budaya

Grafik	Obyek	Target	Pencapaian
<p>Artefak Fisik</p>	Interaksi Budaya		
	-Antar Pengunjung	10	5
	-Pengunjung Manajemen	20	15
	-Pengunjung dengan Masyarakat	20	12
		50	32
		Ketidaktercapaian	-18





Keberadaan Kampung Budaya ini membangun interaksi yang positif antara Wisatawan, masyarakat dan Manajemen (sebagai fasilitator). Bilamana ditinjau dari Pembangunan Kampung Budaya terjadi karena adanya suatu inisiasi kemudian dilanjutkan dengan membangun interaksi antara masyarakat sendiri yang kemudian mengorganisasikan diri dan mengajukan proposal kepada pemerintah. Dalam prakteknya, program yang difasilitasi oleh manajemen memberikan kesempatan pada wisatawan untuk melakukan interaksi positif dengan masyarakat melalui berbagai program kerja budaya. Potensi masyarakat sekitar yang menekuni sandal atau kelom belum menjadi wisata belanja unggulan. Menyaksikan sendiri pembuatan kelom menjadi sesuatu yang menarik, dan membeli pada lokasi pembuatan menjadi pengalaman yang menarik untuk dipromosikan. Bagi masyarakat sendiri keberadaan Kampung Budaya ini menjadi fasilitas untuk berinteraksi dengan lingkungan luar namun dengan tetap mempertahankan modal budaya yang telah dimiliki selama ini. Kondisi ini bilamana dipertahankan akan membuat nilai tersendiri bagi Kampung Budaya. Dari 3 hasil amatan dan analisis di atas maka *sense of place* diketahui dapat dielaborasi menjadi elemen-elemen yang berhubungan erat dengan persepsi wisatawan dalam bentuk kepuasan. *Sense of place* sebagai respon sensasi diukur dari tingkat kepuasan (Erfani, 2022; Masterson dkk., 2019; McCunn & Gifford, 2018). Elemen-elemen masing-masing unsur dari Elemen Fisik, Pengalaman Ruang dan Interaksi Budaya menjadi cara untuk menilai kepuasan wisatawan yang berkunjung.

3.3 Respon Hasil Temuan

Langkah akhir dalam pelaksanaan PKM adalah melakukan evaluasi atas manfaat kegiatan yang ada kepada masyarakat. Dari pelaksanaan penyampaian materi kemudian tim meminta tanggapan manajemen kampung budaya untuk menilai dan memberikan evaluasi sebagai bentuk respon untuk perbaikan maupun mengukur manfaat kegiatan ini. Tanggapan dari manajemen sebagai berikut :

- 1) Dari materi yang disampaikan manajemen menilai bahwa masukan yang diberikan adalah usulan yang memiliki manfaat dalam menyusun visi dan misi program kerja kampung budaya dikaitkan dengan tantangan pariwisata dan respon dari wisatawan. Hal ini diperlukan karena Pembangunan yang dilakukan pada tahun 2006 sampai sekarang memerlukan evaluasi untuk merejuvenasi produk atau *service* sebagai bagian dari proses *life cycle product*. Manajemen perlu menata kembali konsep STP (*Segment market, Target* baik secara kuantitatif maupun kualitatif, dan *Positioning* dari produk yang ditawarkan pada market atau area yang sama)
- 2) Masukan merupakan usulan kreatif yaitu berupa pemikiran untuk mengembangkan pengemasan produk berkaitan dengan penambahan feature informasi pengetahuan, penggunaan media informasi yang memberikan pengayaan pada wisatawan mengenai pengetahuan Budaya Sunda. Proses ini hanya bisa didapatkan dari kunjungan sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung. Jadi Kampung Budaya menjadi semacam *Tourism Knowledge* seperti museum atau galeri yang menampilkan produk pengetahuan atau karya seni yang bisa memperkaya intelektual pengunjung.
- 3) Team memberikan masukan berupa langkah-langkah yang menjadi kebutuhan dasar Kampung Budaya untuk tetap *survive* yaitu perbaikan infrastruktur yang mengalami kerusakan. Hal ini penting untuk menjamin kepuasan terhadap ekspektasi pelanggan. Target pertama adalah memberikan kenyamanan atas layanan home stay menyangkut aspek *hospitality*. Kedua meningkatkan diferensiasi obyek ini terhadap produk sejenis karena di wilayah Bogor sendiri banyak produk-produk wisata menawarkan feature wisata yang menarik. Untuk itu manajemen perlu melakukan evaluasi berupa penelitian terhadap produk sejenis dan pangsa pasarnya.
- 4) Temuan ini dinilai oleh manajemen menjadi bagian masukan untuk perencanaan strategis seperti penyusunan visi misi kampung budaya dan program kerja yang dilakukan termasuk mitra strategis mana yang hendak diajak Kerjasama. Selama ini pemerintah kabupaten Bogor merupakan mitra strategis dalam pengembangan fisik dan infrastruktur, namun kemitraan dalam bentuk pelestarian budaya non-benda sebenarnya sangat mungkin dilakukan karena Kampung Budaya memiliki relasi yang kuat dengan potensi masyarakat tradisi. Pesta budaya benda cagar budaya seperti situs bisa diintegrasikan dengan wisata budaya yang dikembangkan Kampung Budaya. Pesta nilai-nilai tradisi dan kolektif memori melalui Kampung Budaya selama ini terbukti memiliki kontribusi bagi pengembangan budaya Sunda yang hidup dalam masyarakat sehari-hari.
- 5) Temuan juga menjadi bagian dari evaluasi atau masukan dari posisi wisatawan untuk bisa memberikan perbaikan terhadap aktivitas yang sudah dilakukan. Peran Kampung Budaya dianggap memiliki potensi menggerakkan peran serta masyarakat terhadap pelestarian budaya Sunda. Namun sejauh ini Team menilai (dari hasil penelitian mengenai interaksi budaya) masih terbatas padahal hal ini sangat penting.





Masyarakat sebagai bagian dari pelaku kebudayaan perlu mendapat porsi yang lebih banyak sehingga tertarik untuk melakukan kegiatan wisata ini. Proses komodifikasi perlu dilakukan agar benefit nyata bisa dirasakan oleh masyarakat dan menjadi kekuatan untuk mengembangkan lebih lanjut.

Tabel 5. Penilaian Manajemen Kampung Budaya

Obyek	50-40	39-30	29-20	19-10	9-0
	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang	Sangat Kurang
Materi	45				
Penyampaian	40				
Interaksi	45				
Program	45				
	185				
Rata-rata Nilai	46,25	Sangat Tinggi			

Penilaian terhadap masukan sebagai bentuk respon dinyatakan secara kuantitatif dalam angka dengan metode menilai secara kualitatif sebagai berikut : Nilai maksimum adalah 50, sedang 50-40 adalah sangat baik atau memiliki relevansi sangat tinggi, 39-30 baik memiliki relevansi tinggi, 29-20 cukup baik atau memiliki cukup relevansi, 19-10 kurang relevan, dan dibawah 10 sangat kurang dari yang diharapkan sebagaimana ditunjukkan pada Tabel di atas. Penilaian ini dilakukan secara kualitatif oleh manajemen Kampung Budaya setelah menerima presentasi dan masukan dari tim.

3.4 Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi kegiatan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3. Bangunan Kampung Budaya



Gambar 4. Diskusi Internal



Gambar 5. Penyampaian Materi dan Tanggapan Manajemen

4. KESIMPULAN

Dalam menerapkan *sense of place* sangat penting bagi manajemen untuk memperhatikan aspek aspek baik fisik maupun non fisik yang menjadikan nilai Kampung Budaya sebagai obyek wisata menjadi destinasi favorit. Aspek fisik dan non fisik ruang tersebut diamati dan dinilai sebagai proses untuk mengukur nilai sensasi yang menggambarkan tingkat kepuasan atas penggunaan atau pelayanan/*hospitality* tempat destinasi. Dasar pengukuran adalah teori *sense of place* dalam arsitektur. Melalui pengukuran yang menggunakan konsep *Sense of Place* sebagai suatu ukuran kualitas ruang dari pengamat maka dapat ditentukan tingkat kepuasan wisatawan. Ada 3 (tiga) obyek amatan yaitu elemen/artefak fisik, pengalaman ruang dan interaksi sosial. Hasilnya adalah memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi namun disertai dengan harapan untuk dapat dilakukan peningkatan dengan tiga cara, yaitu : (a) melakukan perbaikan fasilitas dan obyek fisik yang ada sehingga dapat menarik untuk diamati dan dipelajari; (b) mengembangkan pengalaman ruang menjadi suatu obyek atau aktivitas wisata yang diunggulkan dan (c) meningkatkan proses interaksi sosial dengan lingkungan sekitar melalui kunjungan atau ekshibisi yang meningkatkan daya tarik pengunjung untuk datang kembali. Selanjutnya temuan dan penyampaian ini dinilai oleh Manajemen Kampung Budaya terkait dengan manfaat atau relevansi kebutuhan pengembangan. Hasilnya dianggap oleh manajemen sangat positif atau memiliki relevansi yang sangat tinggi sebagai usulan yang bermanfaat usulan kreatif, kebutuhan dasar, bahan evaluasi sebagai masukan dalam perencanaan dan evaluasi Kampung Budaya Sindang Barang.

REFERENSI

- Ali, A., Rukayah, S., Sardjono, A. B., & Juwono, S. (2022). Architecture on The Imah Panggung and Babaritan Tradition as A Space Spirit in Kampung Kranggan, Bekasi, Indonesia. *Journal of Architectural Design and Urbanism*, 4(2), 97–105. <https://doi.org/10.14710/jadu.v4i2.13086>
- Erfani, G. (2022). Reconceptualising Sense of Place: Towards a Conceptual Framework for Investigating Individual-Community-Place Interrelationships. *Journal of Planning Literature*, 37(3), 452–466. <https://doi.org/10.1177/08854122221081109>
- Fanggidae, R. P. C., & R. Bere, M. L. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1). <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>
- Habibullah, S., & Ekomadyo, A. S. (2021). Place-Making pada Ruang Publik: Menelusuri Genius Loci pada Alun-Alun Kapuas Pontianak. *Jurnal Pengembangan Kota*, 9(1), 36–49. <https://doi.org/10.14710/jpk.9.1.36-49>
- Hapenciuc, A.-D., & Bănescu, O. A. (2022). *Architectural presence and genius loci: Reimagined*. 030007. <https://doi.org/10.1063/5.0117618>
- Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Fasilitas Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(3), 306–312. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.37309>





- Kurniawan, K. R., & Nuraeny, E. (2018). Understanding genius loci to sustain Ume Bangka's traditional architecture based on intangible material culture. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 213, 012024. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/213/1/012024>
- Masterson, V. A., Enqvist, J. P., Stedman, R. C., & Tengö, M. (2019). Sense of place in social-ecological systems: from theory to empirics. *Sustainability Science*, 14(3), 555-564. <https://doi.org/10.1007/s11625-019-00695-8>
- McCunn, L. J., & Gifford, R. (2018). Spatial navigation and place imageability in sense of place. *Cities*, 74, 208-218. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.12.006>
- Nisrina, B. (2021). *Kampung Budaya Sindang Barang, Kampung Tertua Sejak Abad Ke-12*. Kompasiana.
- Papaz, D., Aleksić, D., Vujičić, T. M., & Milojević, B. (2019). Genius Loci: City Place Immunity. *AGG+*, 7(1), 56-72. <https://doi.org/10.7251/aggplus1907056p>
- Pranata, G., & Idajati, H. (2018). Konsep Tourism Area Life Cycle Dalam Mengidentifikasi Karakteristik Taman Wisata Di Bantaran Sungai Kalimas Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 7(2), D74--D80. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v7i2.36387>
- Pusparini, F. D. (2022). Alun-Alun Empang Bogor: Dinamika Tata Ruang Pemerintahan Tradisional Bogor pada Masa Kolonial. *RUSTIC*, 2(2), 11-22. <https://doi.org/10.32546/rustic.v2i2.1751>
- Bogor, K. (2021). *Kampung Budaya Sindang Barang*. sportandtourism. <https://sportandtourism.bogorkab.go.id/kampung-budaya-sindang-barang/>
- Seliari, T., Primadani, G., & Salimin, B. (2023). Identifikasi Sense of Place di Kawasan Wisata Bukit Ahuawali Berdasarkan Persepsi Pengunjung. *Jurnal Arsitektur Kolaborasi*, 3(1), 48-60. <https://doi.org/10.54325/kolaborasi.v3i1.41>
- Shifa, B., Kurniati, R., & Rahdriawan, M. (2023). Sense of Place Masyarakat untuk Keberlanjutan Aktivitas Sosial-Budaya di Kampung Jawi sebagai Destinasi Wisata. *TATALOKA*, 25(3), 145-164. <https://doi.org/10.14710/tataloka.25.3.145-164>
- Tungga, S. M., Soegoto, A. S., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Atribut Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Tetetana Kumelembuai Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 641. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40172>
- Yudiandri, T. E., & Ningrum, L. (2022). Kepuasan Pengunjung Destinasi Wisata pada 3A Komponen Produk Wisata Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 16(1), 18. <https://doi.org/10.47256/kji.v16i1.138>

