

***Sense of Place* pada Kampung Sunda Sindang Barang sebagai Daya Tarik Obyek Wisata**

¹Nurul Rahma Rasendriya Dwi Aileendra, ^{2,*}Defrianto Mandala Nomleni, ³Helma Julia Lestari

^{1,2,3}Program Studi Arsitektur, Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia

[e]mail correspondence: defriantonomleni@gmail.com

Received : 29/10/2023

Revised : 09/12/2023

Accepted : 14/12/2023

Abstrak

Kampung Budaya Sindang Barang Bogor merupakan obyek wisata yang mengangkat nilai-nilai budaya lokal dan potensi lingkungan. Dari kajian arsitektur keberadaan obyek wisata ini menjadikan *sense of place* sebagai kekuatan yang diunggulkan. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji keberlanjutan potensi tersebut dari analisis *SWOT* sebagai strategi untuk meningkatkan nilai obyek wisata maupun pengembangan lebih lanjut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif untuk mengeksplorasi unsur-unsur *sense of place* yang ada pada kawasan tersebut dengan mengacu kerangka teori yang ada. Dari hasil penelitian diketahui bahwa perancangan *sense of place* dilakukan dengan tiga cara, yaitu, mentransformasikan bentuk kampung sunda dalam konsep *massa* bangunan, menciptakan pengalaman ruang dengan menjadikan wadah untuk atau menginap antara lain penempatan antara ruang terbuka, ruang bersama, dan ruang hunian sebagai ruang aktivitas maupun menampung aktivitas tradisi, dan penciptaan interaksi sosial dengan lingkungan sekitar melalui kunjungan maupun keberadaan ruang lapangan sebagai ruang sosio-kultural.

Kata Kunci : *Sense of Place*, Elemen Fisik, Pengalaman Ruang, Interaksi Sosial, Kampung Budaya

Abstract

Sindang Barang Bogor Cultural Village is a tourist attraction that highlights local cultural values and environmental potential. From architectural studies, the existence of this tourist attraction makes sense of place a superior strength. This research is intended to test the sustainability of this potential from SWOT analysis as a strategy for increasing the value of tourist attractions and further development. The research method used is qualitative to explore the elements of sense of place that exist in the area by referring to the existing theoretical framework. From the research results it is known that the design of sense of place was carried out in three ways, namely, transforming the shape of the Sundanese village in building mass concept, creating a space experience by making it a place to stay or stay, including placement between open spaces, shared spaces and residential spaces as activity spaces or accommodating traditional activities, and creating social interactions with the surrounding environment through visits and presence. field space as a socio-cultural space.

Keywords : *Sense of Place, Physical Elements, Space Experience, Social Interaction, Cultural Village*

1. Pendahuluan

Dari situs Pemerintah Kabupaten Bogor (2023) dijelaskan bahwa Kampung Budaya Sindang Barang adalah sebuah obyek wisata dalam bentuk lingkungan hunian atau kampung dengan karakteristik yang menampilkan atraksi tradisi budaya Sunda yang ada di Bogor. Obyek wisata yang bernafaskan budaya ini dibangun pada tahun 2006 dengan biaya Rp. 825.000.000,- dari pemerintah Kabupaten Bogor dan Provinsi Jawa Barat. Tujuan pembangunan kampung ini adalah mendukung keberadaan situs-situs bersejarah dengan cara melestarikan serta menghidupkan tradisi sunda yang telah ada.

Perkampungan ini merupakan hasil suatu rekonstruksi namun perancangan lingkungan ini dilandaskan pemikiran yang sangat cermat dan mendalam untuk menampilkan serta melestarikan budaya lokal. Berbagai atraksi baik berupa artefak (obyek arsitektur) maupun aktivitas dan pelayanan akomodasi dikemas sebagai suatu pelayanan wisata. Kekuatan obyek ini adalah kemampuan dalam membangun *sense of place* atau perasaan meruang atau berada pada suatu tempat, yang membuat pengunjung merasakan atmosfir tersebut. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa relasi antara arsitektur (artefak) dalam bentuk *sense of place* secara khusus yang mendukung serta menjadi obyek wisata itu sendiri tidak dapat dipisahkan (Spence, 2020).

Adapun urgensi dari penelitian ini adalah untuk menemukan *sense of place* membentuk karakter Kampung Budaya Sindang Barang untuk pengembangan dalam bidang pariwisata. Hal ini dirasa penting karena segala perencanaan dan perancangan pada kawasan pariwisata atau destinasi wisata harus memperhatikan aspek ketertarikan pengunjung (motivasi) dan pengalaman yang akan dirasakan sebagai layanan yang dikomodifikasikan. Pengkajian atas *sense of place* dikaitkan dengan pengalaman ruang yang dapat dihubungkan dengan kerangka studi karakteristik arsitektur (Seamon, 2022). Adapun Kampung Budaya yang menyatakan diri sebagai destinasi wisata tidak terlepas dari kepentingan profit namun kondisi ini juga merupakan hasil dari apresiasi terhadap nilai-nilai tradisi lokal. Sebagaimana layaknya sebuah produk yang tidak terlepas dari *product life cycle* maka untuk itu guna pengembangan obyek sebagai destinasi wisata yang telah mencantumkan “budaya” sebagai *brand* produk harus selalu dilakukan pengembangan karakter khasnya, sehingga memiliki relevansi terhadap motivasi dan berekspektasi bagi pengunjung untuk datang (Pranata & Idajati, 2018).

2. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan, adalah survei, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Dua metode pertama dilakukan untuk pendataan aspek-aspek arsitektural dan pengalaman ruang maupun fenomena interaksi sosial budaya yang terjadi. Metode dokumentasi dilakukan untuk perekaman data baik berupa foto maupun penggambaran dengan komputer (Nugroho & Bani, 2023). Ketiga metode dilakukan untuk memberikan deskripsi yang lengkap tentang obyek penelitian. Data yang kedua dilakukan untuk mendapatkan literatur yang berkaitan dengan sejarah kawasan serta kajian tentang pusaka arsitektur. Deskripsi akan ditampilkan melalui hasil pengumpulan data untuk kemudian dianalisis menjadi temuan hasil penelitian.

3. Kajian Literatur

3.1 Konsep *Sense of Place* dan Karakter Kawasan

Karakter suatu kawasan adalah sesuatu keunggulan yang dimiliki kawasan tersebut membedakan dengan kawasan lainnya, sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang kembali. Pembahasan mengenai *sense of place* adalah bagian dari teori arsitektur yang berkaitan dengan potensi *genius loci* sebagai kekuatan obyek arsitektur menarik atau membentuk pengalaman bagi penggunanya. Melalui pendalaman secara fenomenologis *genius loci* sebagai spirit atau roh/jiwa suatu tempat dikaji terkait dengan unsur-unsur buatan maupun natural (Habibullah & Ekomadyo, 2021), (Ali et al., 2022). Jadi untuk mengetahui *sense of place* maka merujuk pada pengalaman manusia beraktivitas dan mempersepsikan keberadaannya sebagai pengguna merasakan keberadaannya pada suatu tempat. Selanjutnya Abou-Shouk (Abou-Shouk et al., 2018) menjelaskan bahwa melalui *sense of place* dapat dikenali keunikan karakter suatu tempat yaitu suatu hubungan emosional antara pengunjung dengan tempat yang dikunjungi. Hubungan keterikatan tersebut akan mempengaruhi motivasi untuk melakukan kunjungan, sehingga konsep ini dapat digunakan untuk strategi pengembangan obyek wisata.

Adapun karakter tempat sebagai bagian dari nilai-nilai place yang banyak dikaji dari aspek fisik (elemen arsitektur) maupun non-fisik menyangkut rasa dan pengalaman yang membentuk pandangan atau penilaian terhadap kawasan tersebut. Jadi bisa dihubungkan dengan fenomena *genius loci* yang menjelaskan adanya persepsi manusia terhadap tempatnya tinggal menghasilkan makna. Tempat sebagai *level* yang lebih tinggi dari ruang (*space*) bukan sebatas pada dimensi fisiologis melainkan pada dimensi psikologis bahkan dimensi spiritual. Kondisi tersebut terbentuk dari berbagai faktor yaitu latar belakang budaya, relasi antar manusia dan preferensi yang ada. Jadi makna dalam proses mengapresiasi tempat bukan hanya kebutuhan fungsional terpenuhi namun ada suatu seperti perasaan menikmati, terikat, mengagumi, menghormati, dan dorongan untuk mempertahankan atau memelihara artefak yang membentuknya (Ali et al., 2022). Dalam kaitannya dengan pariwisata khususnya *golden rule* yang menjadi dasar pengembangan adalah, amenitas, atraksi aksesibilitas. Hal ini bisa mendorong setiap ruang wisata harus selalu mengembangkan keunikan melalui karakter yang dianggap menarik bagi pengunjung. Arsitektur menjadi soko guru bagi setiap obyek wisata yang meneguhkan tempat sebagai keunggulannya sehingga pendekatan arsitektural (Adityaningrum et al., 2020). Tujuannya adalah meningkatkan pengguna kesadaran terhadap tempat melalui suatu penyajian yang unik dan berkarakter.

3.2 Arsitektur dan Tempat Wisata

Arsitektur yang menarik adalah obyek yang dianggap memiliki nilai budaya, mengacu pada konsep pusaka dalam UU nomor 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya. Dalam UU obyek yang dianggap pusaka adalah obyek yang dapat dikategorikan sebagai bangunan atau tempat yang memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama dan atau kebudayaan. Pengertian tersebut pada dasarnya memiliki keterkaitan dengan konsep *genius loci* yang memiliki relasi dengan karakteristik dan *sense of place* (Adityaningrum et al., 2020). Upaya membentuk atmosfer budaya atau *sense of place* menurut (Adityaningrum et al., 2020) ada 3 (tiga) yang harus dikaji yaitu: Penampilan Fisik sebagai produk arsitektur, Pengalaman Ruang dan Interaksi Sosial Budaya yang terbentuk. Ketiga unsur tersebut menjadi perhatian dalam pelestarian dan pengembangan arsitektur sebagai suatu produk.

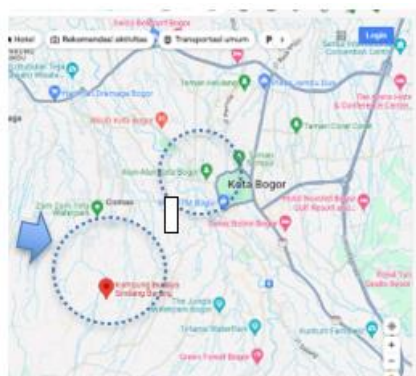
Pengembangan pariwisata menurut (Horner & Swarbrooke, 2020) adalah upaya mewujudkan keberlanjutan wisata dengan mengintegrasikan semua sumber daya pariwisata baik langsung atau tidak langsung. Adapun bentuk pengembangan bisa yang dari yang belum ada, sudah namun belum optimal atau memperluas jangkauan pasar. Merujuk pendapat (Butler, 2019) mengkaitkan pengembangan dengan siklus hidup pariwisata (*Tourism Life Cycle*) yang terbagi dalam beberapa tahapan, yaitu tahap *exploration*, ketika masih sebatas potensi perlu dilakukan eksplorasi dan *discovery*, tahap *involvement* yang sudah melibatkan inisiatif masyarakat lokal, peningkatan jumlah wisatawan dan infrastruktur sudah mulai dibangun, tahap *development* yaitu adanya peningkatan jumlah kunjungan dan mulai terjadi konflik maupun kompetisi, tahap *consolidation* dengan ditandai faktor penurunan kunjungan sekalipun berbagai atraksi masih ada, tahap *stagnation* yaitu tahap sudah mulai *maturity*, jumlah kunjungan menurun wisatawan tertinggi telah tercapai dan kawasan ini telah mulai ditinggalkan karena tidak lagi menimbulkan daya tarik, tahap *decline* yaitu kunjungan turun secara *drastic* atau hanya di kunjungi waktu-waktu tertentu, atau bahkan telah berubah menjadi bisnis lain. *Rejuvenate* (meremajakan diri) menjadi prioritas perlunya dilakukan proses untuk merevitalisasi potensi-potensi yang ada, apakah memperbaiki infrastruktur, menyesuaikan atraksi yang ada.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Deskripsi dan Evaluasi Secara Umum

Lokasi Kampung Budaya Sindang Barang berada pada jalan Endang Sumawijaya, RT. 02 / RW. 08, Sindang Barang, Dukuh Menteng, Desa Pasir Eurih, Kecamatan Tamansari, Pasireurih, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16631 (sumber Situs Kabupaten Bogor). Posisi kampung ini berada pada ketinggian 350-500 di atas permukaan laut dengan luas kurang lebih 8.600 meter yang sebagian besar adalah area pertanian berupa sawah, ladang dan pekarangan. Penduduk kampung mayoritas merupakan petani, buruh serta pengrajin sendal sepatu. Dari catatan sejarah kampung ini sebenarnya sudah ada sejak abad 17 menurut pantun Bogor dan *Babad Pajajaran*. Saat ini suasana desa yang asri dengan sungai, bukit dan persawahan masih dapat disaksikan dengan baik. Sejumlah situs Sunda Lama seperti Menhir, Dolmen, *Punden Berundak*, Sumur Jalatunda dan taman Sri Bagenda di wilayah ini. Menurut (Soelistyowati, 2018) ada 94 situs bersejarah dan 54 yang sudah diidentifikasi berupa 33 punden berundak. Sedangkan situs yang sudah teridentifikasi yaitu *Punden Surawisesa*, Batu Karut, Batu Meja, Batu Kursi, Jalatunda, *Punden Majusi*, dan *Leuweng Tutupan* (Soelistyowati, 2018), (wawancara dengan Abah Ukat, 2023).

Lingkungan budaya dengan masyarakat yang masih mempertahankan sifat agraris ini didukung tradisi yang masih dilestarikan seperti pelaksanaan *Seren Taun* dan *Parebut Seeng*. Khususnya upacara *Seren Taun* atau Sedekah Bumi secara terpusat yang telah dihentikan pada tahun 1971 setelah sesepuh adat E Sumawijaya meninggal dan tidak ada penerusnya. Upacara ini sebagai ungkapan puji syukur atas panen atau hasil pertanian serta doa agar pelaksanaan tanam berikutnya berjalan dengan lancar. Pada tahun 2006/2007 acara ini dihidupkan lagi dan dilaksanakan di lapangan Kampung Budaya. Adapun *Parebut Seeng* adalah acara memperebutkan alat masak air (*seeng* dalam Bahasa Sunda) yang dilaksanakan pada upacara pernikahan. Acara ini dihidupkan kembali setelah lama tidak dilaksanakan yang diikuti oleh warga maupun pengunjung lain sehingga menjadi potensi pengembangan wisata budaya. Pengunjung dapat menikmati pertunjukan maupun belajar menari atau memukul gamelan hingga aktivitas pertanian yang biasa dilakukan warga sehari-hari. Aksesibilitas ke lokasi ini sudah cukup baik sekalipun jalan yang menuju kampung budaya sempit dan berkelok namun dapat dilalui kendaraan minibus. Banyak di antara pengunjung yang menggunakan transportasi umum yang mudah didapat dari Stasiun Bogor atau Terminal Bus Baranangsiang. Namun transportasi umum hanya sampai pada Desa Pasir Eurih sedangkan untuk mencapai lokasi tersebut masih cukup jauh tidak kurang dari 1,5 km. Jarak dari Stasiun Bogor kurang lebih 10 km, dan dari Terminal Bus Bogor kurang lebih 8,5 km.

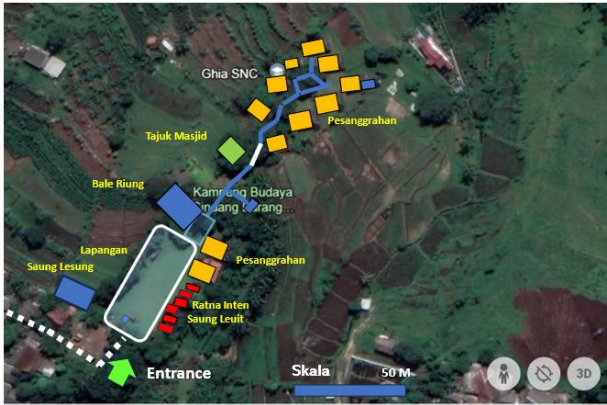


Posisi Lokasi dan Kota Bogor



Area Kampung Budaya Sindang Barang

Gambar 1. Posisi Kampung Budaya Sindang Barang
(sumber: Google Map, Google Earth, dan Survei, 2023)



Gambar 2. Layout Kampung Budaya Sindang Barang
(sumber: *Google Earth*, 2023)

Tabel 1. Bangunan Kampung Budaya
(sumber: *Survei*, 2023)

Nama Bangunan	Dokumentasi (Foto)
<i>Saung Leuit</i>	
<i>Tajug Agung</i>	
<i>Pesanggrahan</i>	
<i>Bale Riung</i>	

Dari pengamatan dan wawancara dapat diketahui bahwa sejak Pandemi Covid-19 tahun 2021, Kampung Budaya Sindang barang menunjukkan penurunan (bandingkan dengan Dinitri, 2018). Kemudian dilihat dari infrastruktur berupa bangunan-bangunan dengan arsitektur sunda yang ada nampak sudah perlu diremajakan seperti Pesanggrahan (tempat menginap), kemudian bangunan-bangunan lain, seperti *Bale Riung* (Ruang Bersama), *Leuit* yang berjumlah 6 (enam), dan *Tajug Agung* (Masjid).

4.2 Tampilan Fisik

Keberadaan Kampung Budaya berada lereng yang menurun ke bawah di tepi desa *Eurih* yang berbatasan dengan area persawahan. Pola pertanahan ini dianggap baik karena mengikuti prinsip *Lemah-Cai*, yaitu sebagai elemen bumi yang utama yaitu tanah (lemah) dan sungai (*cai*) sangat tepat untuk daerah pertanian.

Ada beberapa fasilitas yang ada di Kampung Budaya Sindang Barang yaitu : Area Parkir, Lapangan, Mushola, Toilet, Aula Pertemuan, dan Penginapan. Kondisi obyek arsitektur seperti penginapan sebagai hunian, aula pertemuan sebagai ruang bersama dan *Leuit* (arsitektur tempat penyimpanan padi khas Sunda) yang merupakan hasil rekonstruksi masih mencerminkan sebuah tatanan arsitektur Sunda walau tidak sepenuhnya seperti perkampungan asli. Namun setidaknya memiliki karakter fisik yang khas antara lain:

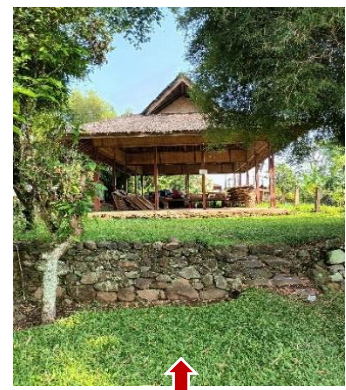
- 1) *Leuit* sebagai symbol budaya pertanian. Ada 3 (tiga) jenis *Leuit* yaitu *Leuit Intan* (paling besar) dan *Leuit Rumbia* (terletak di samping *Leuit Intan*) dan 4 (empat) unit *Leuit* lainnya yang lebih kecil.
- 2) *Tajug Agung* yang digunakan sebagai tempat ibadah sholat atau mushola. Penggunaan *tajug* yang menjadi fungsi rumah untuk tempat ibadah. Hal ini merefleksikan pemahaman bahwa agama dan adat telah menyatu pada budaya Sunda.
- 3) Bangunan yang disebut Pesanggrahan sebagai tempat tamu menginap. Istilah ini juga mengacu pada kata pesanggrahan yang berarti tempat wisata atau rekreasi. Pada msa lalu istilah ini diperuntukkan tempat berpesiar raja-raja atau bangsawan.
- 4) *Bale Riung* yang digunakan sebagai ruang publik atau menerima tamu atau semacam balai warga. Fungsi *Bale Riung* telah dilengkapi dengan ruang duduk yang cukup luas serta *café* sekaligus tempat makan.
- 5) Lapangan yang menjadi ruang terbuka dan ruang pertama saat memasuki gerbang menjadi tempat bermain serta melakukan upacara adat *Seren Taun*.



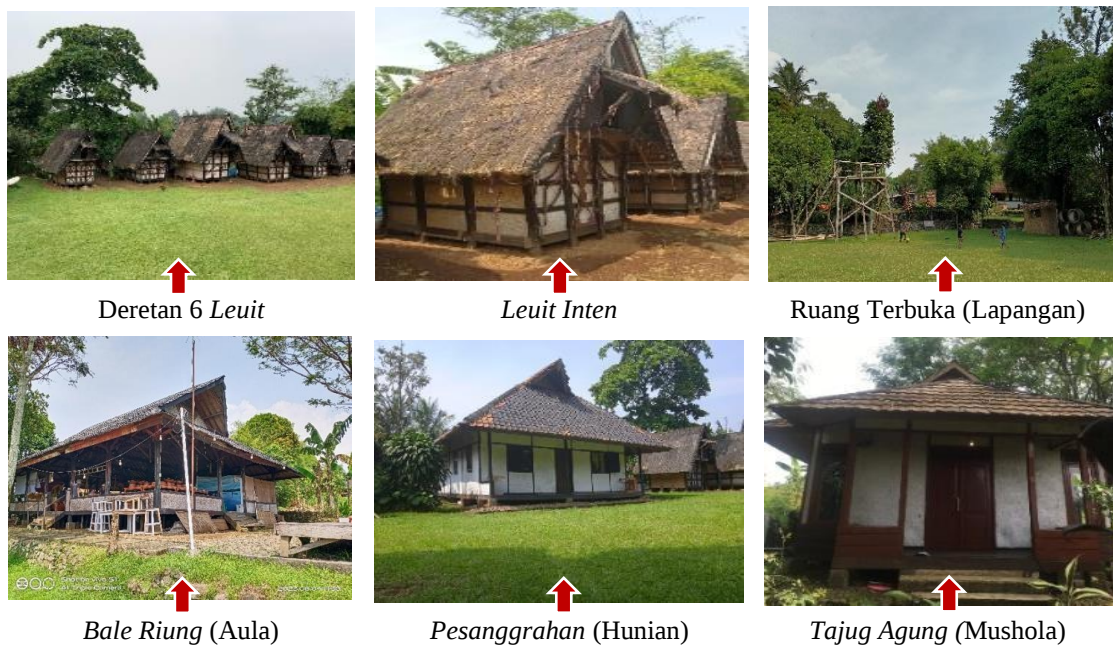
Pintu Masuk Kampung



Papan Informasi Wisata



Saung untuk menempatkan
Lisung dan *Alu*



Gambar 3. Dokumentasi Ruang Fasilitas Kampung
(sumber: Survei, 2023)

4.3 Pengalaman Ruang

Berdasarkan hasil observasi didapatkan bahwa kondisi lingkungan sekitar Kampung Budaya masih menunjukkan suasana pedesaan dan kondisi tersebut mendukung dengan keberadaan situs situs yang saat ini menjadi tujuan wisata spiritual. Potensi ini menjadi kekuatan lingkungan yang mendukung keberadaan obyek wisata. Pemerintah dan masyarakat bisa memberikan dukungan untuk menjaga keberadaan situs maupun aktivitas tradisi termasuk mengembangkan pendukung aktivitas seperti warung-warung sebagai usaha masyarakat setempat sebagaimana dapat dilihat di Kampung Naga.



Gambar 4. Penciptaan Pengalaman Meruang
(sumber: Survei, 2023)

Pengalaman ruang yang menjadi potensi daya tarik wisata di Kampung Budaya Sindang Barang berdasarkan pengamatan dan wawancara terdapat 4 (empat) kategori aktivitas wisata yang membentuk pengalaman pengunjung yaitu potensi wisata arsitektur, potensi wisata alam, potensi wisata budaya dan potensi aktivitas fisik. Sebelumnya ada proses memperkenalkan keberadaan obyek dan kekhasannya yang disampaikan oleh Abah Ukat. Materi yang disampaikan memberikan gambaran dan harapan dari pengelola bagi pengunjung untuk tidak hanya menikmati melainkan mengapresiasi warisan budaya ini. Setelah itu para pengunjung diberikan kesempatan mengalami serangkaian pengalaman antara suasana pedesaan, pertanian dan beberapa aktivitas yang ditampilkan saat berada di dalam kampung atau di luar kampung seperti kunjungan ke obyek *Batu Parut* atau situs-situs bersejarah lainnya. Pengalaman yang paling menarik adalah atraksi *Seren Taun*. Melalui serangkaian aktivitas yang melibatkan emosi pengunjung diharapkan dapat meningkatkan keterikatan pengunjung secara emosional dengan Kampung Sindang Barang.

4.4 Ruang Interaksi Sosial Budaya

Para pengunjung yang datang berkunjung atau menginap antara lain warga yang hanya sekedar menikmati atau merupakan warga yang tertarik dengan lingkungan dan budaya Sunda. Pada kategori peminat maka mereka membuat interaksi dengan masyarakat sekitar menjadi kuat. Dari hasil pengamatan maupun wawancara, keberadaan kampung ini menjadi ruang interaksi sosial budaya antara lain:

- 1) Warga masyarakat sendiri saat mengadakan acara *Seren Taun* yang sebenarnya adalah kebutuhan adat bukan sebagai bagian dari pertunjukan atau tontonan, namun kemudian dikomodifikasi dalam bentuk aktivitas yang bisa dinikmati pengunjung. Pada dasarnya *Seren Taun* adalah tradisi yang lekat dengan karakter agraris, komunalitas dan kepercayaan pada Tuhan Yang Maha Esa serta perhatian atau penghormatan kepada Bumi (dalam Bahasa Sunda bumi dapat diartikan sebagai rumah tinggal).
- 2) Warga masyarakat dengan pengunjung melalui pertunjukan yang diadakan untuk menghibur kedatangan mereka. Interaksi ini juga terjadi pada saat acara *Seren Taun* yang menarik kedatangan pengunjung. Acara *Seren Taun* telah menjadi tradisi khas Sunda yang dilaksanakan pada beberapa tempat seperti Cigugur Kuningan, Kasepuhan Cipta Gelar, dan tempat lainnya.
- 3) Sesama pengunjung yang terjadi dalam acara keluarga atau sekolah/kampus dengan mengadakan berbagai acara bersama memanfaatkan fasilitas yang ada.



Tarian di *Bale Riung*



Menggunakan *Bale Riung* Sebagai Ruang Diskusi Pengunjung



Interaksi dengan masyarakat setempat



Interaksi dengan Masyarakat dan Pelaku Seni Budaya maupun Pengunjung lain pada acara *Seren Taun*.

Gambar 5. Interaksi Sosial Budaya
(sumber: Survei, 2023)

Aktivitas interaksi tersebut diwadahi dengan baik adanya lapangan yang berfungsi menjadi ruang *outdoor* sekaligus ruang terbuka yang menjadi simbol kebersamaan warga. Ruang sejenis ini bisa didapatkan pada kampung Naga. Ada ruang penting lain yang telah menjadi semacam monumen atau tidak bisa digunakan lagi yaitu Leuit sebagai simbol tradisi pertanian yang menjadi elemen penting setting acara *Seren Taun*. Secara ringkas aktivitas dalam *Seren Taun* sebagai uatu bentuk rasa syukur atas rezeki hasil panen dilaksanakan setiap awal bulan Muharam yang terdiri dari *neteupkeun* di *Imah Gede*, ngembang ke makam leluhur di Gunung Salak, *Munday*, *Mentang layangan*, lomba *Nyumpit* dan panahan, mengambil air suci dari 7 (tujuh) sumber mata air, mengangkat di *Imah Bali*, membahas sejarah Sindang Barang, sedekah kue, upacara *nyebor* batu ungal biang dan hiburan lainnya (Banowati, 2019). Interaksi sosial ini sebenarnya adalah inti dari tujuan rekonstruksi Kampung Budaya di mana melalui proses ini terjadi hubungan sosial baik antara pengunjung sendiri, masyarakat dan para pelaku seni budaya. Proses ini tidak tercipta begitu saja tanpa ada kehadiran artefak-artefak yang secara fungsional mendukung maupun menjadi simbol. Interaksi antara pengunjung dengan tempat ini menciptakan pengalaman ruang yang menjadi nilai jual dari obyek wisata.

4.5 Temuan untuk Memperkuat *Sense of Place* Kawasan

Dari uraian di atas dapat dijelaskan adanya penciptaan karakter dan penerapan baik secara fisik, pembentukan pengalaman dan interaksi sosial budaya.

Tabel 2. Penciptaan Karakter Kampung Sunda
(sumber: Almira, 2016)

Unsur	Tujuan	Kriteria
Tampilan Fisik	Menampilkan karakter fisik kampung Sunda yang didominasi oleh elemen arsitektur hunian	Unsur Kampung Sunda antara lain: ruang terbuka, bumi, <i>leuit</i> , tempat menumbuk padi, ruang bersama, masjid, sawah/tegalan
Pengalaman Ruang	Memberikan pengalaman yang berkaitan dengan tradisi maupun lingkungan	Adanya <i>track</i> untuk menjelajahi lingkungan, Adanya zonasi <i>Tri Tangtu</i> , Ada ruang public menarik
Ruang Interaksi/Sosial Budaya	Menjadikan tempat ini sebagai untuk mengembangkan minat maupun mewadahi aktivitas sosial budaya	Ada ruang untuk interaksi, ruang pameran, ruang belajar,

Memasuki kawasan Kampung Budaya, Pertama adalah keberadaan tampilan kampung yang direkonstruksikan atau ditransformasikan dari bentuk Kampung Sunda yang direpresentasikan oleh keberadaan Bale Riung, rumah-rumah sebagai pesanggrahan, *Tajug Agung* tempat ibadah, dan *Leuit* yang berjumlah 6 (enam) unit. Elemen fisik ini pertama yang membentuk dan memperkuat kesan secara visual dan mengantarkan secara emosional budaya Sunda. Kedua, para pengunjung akan dihadirkan pada serangkaian pengalaman antara suasana pedesaan, pertanian dan beberapa aktivitas yang ditampilkan saat berada di dalam Kampung atau di luar kampung seperti Kunjungan ke obyek Batu Parut (sebenarnya pengalaman yang lebih menarik adalah atraksi *Seren Taun*). Setelah mengalami sesuatu fisik maka pengunjung akan mengalami secara emosional. Ketiga, adalah kesempatan untuk berinteraksi seperti dalam bentuk kunjungan ke situs-situs bersejarah.

Proses interaksi ini dimulai saat pengelola diwakili oleh Abah Ukat menjelaskan keberadaan Kampung hingga pengunjung mengalami sendiri. Namun informasi yang disampaikan adalah secara lisan dan seharusnya diperkuat dengan tulisan maupun informasi lain misalnya bentuk seni fotografi atau galeri mini yang berisi mengenai berbagai alat pertanian.

Tabel 3. Analisis *SWOT* Karakter Kampung Sunda
(sumber: Hasil Analisis, 2023)

		Peluang	Ancaman
Kekuatan	1) Adanya tatanan kampung yang sudah ada yaitu ruang hunian. 2) Adanya atraksi tahunan. 3) Bisa menginap	1) Potensi pengembangan usaha kecil masyarakat 2) Adanya situs bersejarah di sekitar lingkungan ini	1) Perkembangan lingkungan 2) Situs yang ada tidak dirawat dengan baik
		Strategi 01: Membuat aktivitas yang ada menjadi lebih menarik (<i>place making</i>) sehingga menarik pengunjung datang. Memanfaatkan ruang yang ada sebagai ruang akomodasi.	Strategi 03: Mengajak masyarakat sekitar menjadi bagian dari kunjungan wisata; Membuat atraksi berkala sehingga fungsi dan <i>branding</i> arsitektur dapat ditingkatkan;
Kelemahan	1) Bangunan mulai rusak. 2) Tidak ada informasi	Strategi 02: Membuat sarana informasi dan menjadikan pengunjung untuk berpartisipasi	Strategi 04: Mendukung pelestarian kawasan tersebut dan menjadikan target kunjungan

Berdasarkan kriteria perancangan, diperlukan adanya elemen-elemen arsitektur lokal yang ditransformasikan dari Kampung Sunda lama ke Kampung Budaya sebagai suatu rekonstruksi ada 3 (tiga) yaitu:

- 1) Elemen Fisik yaitu tatanan massa bangunan terdiri dari ruang terbuka, *Leuit*, *Bale Riung*, Pesanggrahan dan *Tajug Agung* sebagai elemen yang diadopsi untuk merepresentasikan karakter dan fungsi Kampung Sunda. Ada konsep *Handap Luhur* yang diwujudkan dalam bentuk pelapisan zona utama di atas (*Leuit*, ruang bersama atau *Bale Riung* dan *Tajug Agung* dan Pesanggrahan untuk menerima tamu) dan zona bawah yaitu Bumi atau bangunan hunian atau rumah tinggal. Ada konsep *Lemah Cai*, di mana kampung menghadap ke arah sungai dan persawahan. *Leuit* merupakan bangunan tempat menyimpan padi. Bentuk ini dijadikan landmark yang menunjukkan karakter pertanian kampung Sunda, dan hunian identik dengan ketahanan pangan. Elemen fisik yang ada perlu dipertahankan kondisinya dari kerusakan-kerusakan akibat pelapukan material baik dimakan usia maupun hama. Penggunaan material yang berkualitas sangat penting untuk menjadi syarat penggantian konstruksi.

- 2) Pengalaman ruang yaitu penciptaan pengalaman yang dialami oleh pengunjung melalui berbagai atraksi maupun kegiatan lain. Para pengunjung yang datang bisa disajikan hiburan seni tradisi tari Sunda yang dilakukan oleh remaja setempat bertempat di *Bale Riung*. Keberadaan *Bale Riung* menjadi penting sebagai semacam ruang silaturahmi yang memperkuat kesan berada di Kampung Sunda. Untuk skala pengalaman yang lebih besar adalah acara *Seren Taun*.
- 3) Ruang Interaksi Sosial-Budaya yang membentuk relasi antara sesama pengunjung maupun pengunjung dengan masyarakat dan pelaku seni budaya. Interaksi ini sangat penting untuk membangun sinergi masyarakat dengan Kampung Budaya yang kemudian diharapkan partisipasi masyarakat untuk mempertahankan Kampung Budaya ini. Terutama pada dalam kunjungan wisatawan saat *Seren Taun*, nampak bahwa pengunjung akan menghendaki suatu interaksi yang membentuk pengalaman wisata menyenangkan dan edukatif.



Gambar 6. Rangkaian Upacara Seren Taun
(sumber: (Bannowati, 2019))

Keberadaan *Seren Taun* di Kampung Budaya sejak tahun 2006/2007 setelah sejak tahun 1971 terhenti menunjukkan bahwa budaya ini mampu bertransformasi baik dengan perkembangan budaya maupun kepercayaan yang dianut oleh masyarakat, sekaligus menjadi modal budaya untuk melestarikan nilai-nilai lokal yang positif dari tradisi Sunda.

5. Kesimpulan

Dalam obyek wisata Kampung Budaya Sindang Barang keberadaan *sense of place* menjadi suatu komponen penting dan strategis untuk pengelolaannya agar tumbuh berkelanjutan. *Sense of place* yang dilakukan menemukan bahwa budaya tradisi Sunda dan lingkungan menjadi hal utama yang menjadi daya tarik sebagai kunjungan wisatawan. *Sense of place* ini adalah elemen fisik arsitektur dalam bentuk arsitektur rumah Sunda, pengalaman ruang yang merupakan bagian dari adanya aktivitas atraksi seni tradisi dan interaksi sosial budaya antara wisatawan dengan masyarakat maupun pelaku tradisi. Oleh sebab itu penerapan budaya Sunda pada Kampung Budaya dalam bentuk fisik, pembentukan pengalaman dan interaksi dilakukan agar kampung ini memiliki karakter lokal yang kuat. Desain kampung secara sosio spasial ditujukan untuk meningkatkan nilai ekonomi obyek wisata dengan kekhasannya.

Aplikasinya yang dilakukan adalah dengan tiga cara, yaitu, mentransformasi bentuk kampung Sunda dalam konsep massa bangunan, menjadikan wadah untuk atau menginap sebagai pengalaman ruang antara lain penempatan antara ruang terbuka sebagai ruang aktivitas maupun menampung aktivitas tradisi keberadaan *Bale Riung* sebagai ruang publik, dan penciptaan interaksi sosial dengan lingkungan sekitar melalui kunjungan maupun keberadaan ruang lapangan sebagai ruang sosio-kultural. Ketiga aspek tersebut ditransformasikan dengan mengolah konsep tradisi dan elemen budaya Sunda yang disesuaikan dengan kebutuhan wisata, sehingga dipastikan dapat membentuk *sense of place* terhadap keberadaan Kampung Budaya Sindang Barang. Terkait dengan *life cycle of product* akan menjadi perhatian terhadap elemen fisik yang ada seperti kondisi maupun informasi yang disampaikan perlu menjadi perhatian sebagai bagian dari strategi untuk melestarikan dan mengembangkannya.

Referensi

- Abou-Shouk, M. A., Zoair, N., El-Barbary, M. N., & Hewedi, M. M. (2018). Sense of place relationship with tourist satisfaction and intentional revisit: Evidence from Egypt. *International Journal of Tourism Research*, 20(2), 172–181.
- Adityaningrum, D., Pitana, T. S., & Setyaningsih, W. (2020). Arsitektur Jawa pada Wujud Bentuk dan Ruang Masjid Agung Surakarta. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 17(1), 54–60.
- 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.
- Bannowati, N. (2019). *Kampung Budaya Sindang Barang, Kampung Tertua Sejak Abad Ke-12*. <https://www.kompasiana.com/nisrinaa29/60f07d5006310e565b3bbc12/kampung-budaya-sindang-barang-kampung-tertua-sejak-abad-ke-12>
- Butler, R. W. (2019). Overtourism and the tourism area life cycle. *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*, 1, 76–94.
- 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.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2020). *Consumer behaviour in tourism*. Routledge.
- Nugroho, F., & Bani, A. U. (2023). *Pemahaman Dasar Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- 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.
- Seamon, D. (2022). Sense of place. *International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment, and Technology*.
- Soelistyowati, R. D. (2018). Strategi Komunikasi Pengembangan Potensi Pariwisata Melalui Situs Web Kampung Budaya Sindangbarang. *Jurnal Ecodemica*, 2(2).
- Spence, C. (2020). Senses of place: architectural design for the multisensory mind. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1), 46.