



# CITRA UBUD BALI BERDASARKAN PETA KOGNISI MASYARAKAT

## Mutiara Anggi

Program Studi Magister Arsitektur, Universitas Gadjah Mada, Indonesia  
*mutiaraanggidn@gmail.com*

## Diananta Pramitasari

Departemen Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Universitas Gadjah Mada, Indonesia  
*dpramitasari@ugm.ac.id*

## Syam Rachma Marcillia

Departemen Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Universitas Gadjah Mada, Indonesia  
*syam.r.m@ugm.ac.id*

Naskah diajukan pada: 22 Agustus 2019

Naskah revisi akhir diterima pada: 20 Maret 2020

## Abstrak

Berbagai kota maupun wilayah di Indonesia banyak memiliki potensi pariwisata yang menarik sehingga dikunjungi oleh turis dari berbagai macam negara. Salah satunya adalah area Ubud Bali yang memiliki banyak destinasi wisata dan terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pariwisatanya. Perkembangan yang pesat tersebut dikhawatirkan akan menyebabkan kepadatan lingkungan yang tidak terkendali dan berubahnya citra Ubud sebagai kawasan alam dan pedesaan yang tenang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui citra Ubud berdasarkan kognisi spasial yang tergambar melalui peta kognisi (*cognitive map*) masyarakatnya. Citra Ubud tersebut diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk perkembangan area Ubud nantinya. Penelitian yang dilakukan di area Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali ini menggunakan metode penelitian pemetaan kognisi (*cognitive mapping*). Melalui metode ini sebelas responden diminta untuk menggambarkan sketsa peta area Ubud dengan menunjukkan lima elemen kota menurut Kevin Lynch, yaitu *landmark*, *node*, *path*, *district*, dan *edge*. Dari sebelas *cognitive map* yang tergambar, didapatkan hasil bahwa Ubud memiliki citra kawasan sebagai kawasan wisata yang masih memegang kuat budayanya. Hal ini ditunjukkan melalui perempatan Ubud dan *Monkey Forest* sebagai elemen spasial yang tertanam kuat dalam kognisi responden.

Kata-kata Kunci: Citra Kota, Kognisi Spasial, Elemen Spasial, *Imageability*, *Legibility*

## IMAGE OF UBUD BALI BASED ON COGNITIVE MAP OF THE DWELLERS

### Abstract

*Various regions in Indonesia have many attractive tourism potentials and are visited by tourists from various countries. One of them is the area of Ubud, Bali, which has many tourist destinations and continues to grow to meet the needs of tourism. This rapidly growing tourism will raise some concerns about uncontrolled urban density and the alteration of Ubud's image as a peaceful and natural rural area. Therefore, this research was conducted to find out the image of Ubud based on the dwellers' spatial cognition, which is drawn through their cognitive maps. This*

*image of Ubud is expected to be used as a consideration for the development of the Ubud area. The research was conducted in the area of Ubud, Gianyar, Bali, and used cognitive mapping as the research method. Through this method, eleven respondents were asked to sketch the maps of Ubud area by showing five city's elements, according to Kevin Lynch. Those elements are landmark, node, path, district, and edge. From eleven cognitive maps drawn, the obtained result is that Ubud has the image of a tourist area that still holds a strong culture. This is shown through the intersection of Ubud and Monkey Forest as spatial elements that are firmly embedded in the respondents' spatial cognition.*

*Keywords: City's Image, Cognitive Map, Spatial Element, Imageability, Legibility.*

---

## **1. Pendahuluan**

Manusia dan lingkungannya memiliki hubungan yang saling menyesuaikan (Holahan, 1982). Arsitektur dan lingkungan fisik dapat memberikan pengaruh pada kognisi, pengalaman, dan perilaku manusia dengan memfasilitasi maupun menghambat berbagai persepsi, pikiran, emosi, dan tindakan (Montello, 2014). Kognisi spasial, atau cara seseorang memahami lingkungan fisik sekitarnya, dapat diperoleh secara langsung melalui pengalaman inderawi yang dirasakan atau didapatkannya, maupun secara tidak langsung melalui pengetahuan yang didapat mengenai lingkungannya (Downs & Stea, 1973). Kognisi spasial tersebut digunakan oleh manusia untuk dapat selalu menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya (Holahan, 1982).

Kognisi spasial manusia sendiri dapat tergambarkan melalui peta kognisi (*cognitive map*). *Cognitive map* dari penduduk suatu kota dapat digunakan untuk menemukan citra kota tersebut, sehingga *cognitive map* dapat membantu atau mendukung turisme yang lebih baik (Lynch, 1962). Salah satu destinasi wisata di Indonesia yang telah terkenal bagi turis domestik maupun turis dari berbagai negara adalah Ubud, yang merupakan sebuah kelurahan di Kabupaten Gianyar, Bali. Ubud banyak dikenal oleh turis dari mancanegara sebagai sebuah kawasan yang memiliki pesona pemandangan alam yang indah karena terletak di antara hamparan sawah dan hutan. Turis-turis yang datang ke Ubud rela untuk mengeluarkan biaya yang tidak sedikit agar dapat menikmati atmosfer pedesaan Bali yang tenang dan dikelilingi galeri seni (Pichard, 2006; Kharisma dan Muni, 2017). Hal ini turut dikuatkan pula dengan pernyataan dari Nurjaya (2013) yang mengatakan bahwa aktivitas wisatawan mancanegara yang paling banyak digemari di Ubud adalah mengunjungi tempat-tempat yang memiliki pemandangan alam yang indah, mengadakan acara-acara kultural, serta pasar tradisional. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk tetap menjaga keindahan alam Ubud beserta keberlangsungan kepercayaan setempat, yang juga diimbangi dengan perekonomian pasar yang maju.

Namun, Ubud yang bermula sebagai desa petani dengan area persawahan yang hijau tersebut kini telah semakin berkembang menjadi kawasan perkotaan yang begitu padat dengan industri pariwisata (Halim, 2016). Pratiwi dan Sukana (2016) mengatakan bahwa dengan semakin banyaknya akomodasi pondok wisata yang ditemui di Ubud, yaitu mencapai 73,07% dibandingkan dengan hotel berbintang dan hotel melati pada tahun 2012, maka semakin terlihat pula upaya penduduk lokal Ubud untuk turut meramaikan perkembangan pariwisata di Ubud. Gian (2013 dalam Pratiwi dan Sukana, 2016) juga menyatakan bahwa Ubud sebagai destinasi pariwisata telah berkembang pada tingkat puncaknya. Pemanfaatan ruang di Ubud tidak lagi memperhatikan daya dukungnya, semakin banyak terdapat bangunan-bangunan yang berfungsi sebagai hotel dan toko pakaian dari luar negeri, sehingga menyebabkan Ubud semakin padat dan memiliki ruang gerak yang semakin sempit. Halim (2016) pun menegaskan bahwa fungsi ruang-ruang komersial dapat mengubah wujud ruang dari wujud asli tradisinya yang kaya akan nilai-nilai filosofis. Perubahan pesat yang terjadi di Ubud tersebut dikhawatirkan dapat mengubah citra Ubud yang tadinya dikenal sebagai wilayah pedesaan

dengan alam yang hijau dan tenang, hingga mengikis nilai tradisi yang telah diwariskan dan dilestarikan oleh masyarakat. Untuk tetap dapat melestarikan nilai tradisi sekaligus mendukung turisme yang telah menyokong kehidupan masyarakat setempat, maka perlu untuk mengetahui citra Ubud yang telah terpatri kuat pada kognisi masyarakatnya. Karena seperti yang telah dikatakan oleh Lynch (1962), bahwa citra sebuah kawasan yang terbangun kuat dan ditemukan dari peta kognisi masyarakat lokal dapat mendukung turisme di kawasan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra Ubud yang tersimpan dalam kognisi masyarakatnya berdasarkan peta kognisi (*cognitive map*). Dengan mengetahui citra Ubud dari kognisi masyarakat setempat, penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai dasar pertimbangan bagi para pembuat kebijakan untuk perkembangan area wisata Ubud nantinya, yaitu dengan tetap berpegangan pada citra kawasan yang telah tertanam pada masyarakat lokal, sehingga nilai lokal yang dimiliki oleh Ubud dan kebutuhan pariwisatanya dapat bersanding dengan baik.



**Gambar 1.** Destinasi Wisata Terkenal di Ubud: Puri Ubud (Kiri) dan Monkey Forest (Kanan)  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019 (Kiri); *Monkey Forest Ubud*, 2017 (Kanan)

Manusia yang lalu berhasil beradaptasi secara kognitif terhadap lingkungannya akan menghasilkan citra pada lingkungan tersebut (Pocock, 1978). Citra tersebut dapat ditunjukkan melalui elemen-elemen fisik kota, termasuk pada kawasan bersejarah dengan elemen-elemennya yang memiliki nilai sejarah dan keterikatan tinggi bagi warganya. Mengkaji citra kawasan bersejarah pernah dilakukan dalam sebuah studi oleh Pettricia dkk. (2014) di pusat kota Malang, yaitu Kecamatan Klojen. Dalam studinya, Pettricia dkk. menggunakan *cognitive map* (peta kognisi) dan lima elemen kota Kevin Lynch untuk mengkaji identitas Kecamatan Klojen yang merupakan kawasan bersejarah peninggalan zaman kolonial Belanda. Dengan menganalisis elemen-elemen pembentuk citra kawasan dari persepsi masyarakat, mahasiswa, dan ahli, studi tersebut menemukan bahwa Kecamatan Klojen memiliki perempatan dan kawasan alun-alun sebagai elemen *node* dan alun-alun serta masjid sebagai *landmark*. Elemen-elemen fisik serupa yang membentuk citra kota juga ditemukan pada studi yang dilakukan oleh Ramadan dkk. (2019) di pusat kota Jepara. Pada studi tersebut, peta kognisi dan lima elemen kota Kevin Lynch digunakan untuk mengkaji elemen-elemen yang membentuk citra positif kota dari persepsi, pengalaman, imajinasi, dan perasaan warganya. Dari studi tersebut elemen fisik yang membentuk kota Jepara berupa alun-alun, pendopo, tempat kuliner, jembatan, sungai, pecinan, dan beberapa jalanan di kota. Sementara itu, penelitian serupa yang dilakukan oleh Jawaid dkk. (2016) di kota Jaipur dapat menjadi upaya untuk preservasi dan konservasi kota. Kota Jaipur yang memiliki sejarahnya sendiri dan telah berkembang seiring berjalannya waktu dikaji untuk mendapatkan elemen-elemen fisik yang membentuk citra kota. Dari kajian tersebut kemudian didapat masukan-masukan bagi pemerintah setempat untuk memperbaiki kota, seperti meningkatkan regulasi perkembangan kota, usaha preservasi dan konservasi,

pemeliharaan dan kebersihan, serta merapikan fasilitas seperti penyedia air dan listrik yang terpasang di area-area cagar budaya.

Citra sebuah kota atau kawasan dapat pula menunjukkan cara hidup dan kepercayaan masyarakat setempat, seperti yang terkaji pada studi yang dilakukan oleh Singh dan Kumar (2018) di Ayodhya dan Rana dan Singh (2011) di Banaras. Kedua studi tersebut menunjukkan bagaimana Ayodhya dan Banaras ditinggali oleh masyarakat yang sebagian besar beragama Hindu dan dikunjungi oleh para turis yang bertujuan untuk berziarah dan melakukan kegiatan keagamaan. Dengan mengkaji melalui peta kognisi dan lima elemen kota Kevin Lynch, kedua studi menunjukkan bahwa kawasan tepian sungai merupakan citra lanskap kota yang terpatri pada kognisi masyarakat dan pengunjung. Hal tersebut dikarenakan kegiatan wisata yang bersifat keagamaan di kedua kota tersebut banyak berpusat pada area tepian sungai, mengingat bagaimana sungai memiliki peran penting bagi kehidupan beragama masyarakat setempat.

Kevin Lynch sendiri pada bukunya *The Image of the City* (1962), pernah mengatakan bahwa citra suatu kota atau suatu lingkungan merupakan hasil dari proses interaktif dua arah antara si pengamat dan lingkungannya. Untuk mendeskripsikan hal ini pun Lynch menggunakan dua istilah, yaitu *imageability* dan *legibility*.

### **Imageability**

*Imageability* menurut Lynch (1962) adalah kualitas dari sebuah objek fisik yang dapat memberikan seorang pengamat gambaran yang kuat tentangnya. Gambaran tersebut dapat berupa bentuk, warna, atau susunan yang sangat jelas untuk diidentifikasi, terstruktur, dan berguna bagi lingkungan. Dahl dkk. (2010) pun menambahkan bahwa *imageability* menunjukkan kualitas suatu lingkungan berdasarkan pola dan perasaan yang tersimpan dalam kognisi pengamat terhadap lingkungannya.

### **Legibility**

*Legibility* adalah kumpulan objek yang tidak hanya dapat dilihat, namun juga dapat dipresentasikan dan disusun menjadi pola yang koheren (Lynch, 1962; Montello, 2014). *Legibility* suatu kota mengacu pada kemudahan yang digunakan oleh penghuninya untuk mengembangkan peta kognisi (*cognitive map*) selama periode waktu tertentu (Lynch, 1962; Herzog & Leverich, 2003).

### **Cognitive Map**

Peta kognisi atau *cognitive map* sendiri merupakan gambaran spasial yang dimiliki dan dapat disimpan maupun diingat kembali oleh manusia (Lynch 1962; MacInnis & Price, 1987). *Cognitive mapping* pun dapat digunakan sebagai metode penelitian partisipatif yang mendokumentasikan, dalam bentuk visual, sebuah konstruksi lingkungan lokal di mana orang tinggal dan bekerja (Stadler dkk., 2013). Lynch (1962) menggunakan metode *cognitive mapping* ini untuk menemukan unsur-unsur yang memengaruhi sebagian besar persepsi manusia terhadap lingkungannya, karena lingkungan yang terstruktur dengan baik dapat berfungsi sebagai kerangka acuan yang luas, penyusun kegiatan penggunaannya, serta menunjukkan kepercayaan dan pengetahuan pengguna. Di dalam *cognitive map* sebuah kawasan atau kota, tergambar lima elemen kota yang disebutkan oleh Lynch (1962) dapat menunjukkan gambaran spasial terhadap kawasan tersebut, yaitu bagaimana si penggambar *cognitive map* selama ini hidup dan bepergian di sana. Lima elemen kota tersebut, yang turut menjadi variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Landmark*: biasanya berupa objek fisik seperti bangunan, toko, atau gunung. Sering digunakan sebagai petunjuk identitas dan memudahkan dalam mengenali lingkungan.
2. *Node*: titik strategis dalam suatu kawasan, di mana pengguna berfokus terhadap tujuan dan asal bepergian.

3. *Path*: penghubung bagi pengguna yang biasanya, kadang-kadang, atau berpotensi bergerak (berpindah). Dapat berupa jalan, jalan setapak, jalur transit, kanal, jalur kereta api.
4. *District*: area kota yang relatif besar, dapat dimasuki dan kadang-kadang menjadi referensi eksternal ketika seseorang bepergian.
5. *Edge*: elemen linier yang tidak digunakan atau dianggap sebagai jalan oleh pengguna. Merupakan batas antara dua fase, dapat berupa pantai, jalur kereta api, tepi pembangunan, dinding.

## 2. Metode

Penelitian ini dilakukan di sekitar area Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali pada Mei 2019, pukul 09.00-14.00 WITA, dengan responden yang berjumlah sebelas orang. Metode riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pemetaan kognisi (*cognitive mapping*). Langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pemilihan responden secara acak di area-area yang ramai dikunjungi di Ubud, yaitu area dalam Puri Ubud, jalanan di sekitar Puri Ubud, area Pasar Ubud, dan dua hotel di area Ubud. Responden yang dipilih merupakan warga lokal agar mampu menggambarkan peta kognisi Ubud sesuai dengan citra yang telah tertanam kuat di kognisi masyarakat setempat.
2. Responden yang terpilih dan bersedia untuk meluangkan waktunya diberi sehelai kertas kosong dan sebuah bolpoin untuk menggambarkan peta wilayah Ubud sesuai kognisinya masing-masing.
3. Responden menerima instruksi bahwa sketsa peta harus secara lengkap menggambarkan 5 elemen variabel, yaitu 1) objek, seperti bangunan, toko, atau destinasi wisata yang menunjukkan identitas Ubud (untuk menggambarkan *landmark*); 2) titik berkumpulnya orang-orang di area Ubud (*node*); 3) jalanan yang dilalui responden dan atau banyak dilewati orang lain (*path*); 4) area-area yang ada di Ubud (*district*); dan 5) batas wilayah Ubud (*edge*). Kelima elemen tersebut digambar oleh setiap responden menurut memori dan kognisinya masing-masing. Untuk memastikan kelima elemen tersebut tergambar dengan lengkap, maka peneliti juga memperhatikan cara menggambar responden dan bagaimana responden bercerita mengenai sketsa peta kognisinya.
4. Hasil *cognitive map* (peta kognisi) yang digambar oleh setiap responden tersebut kemudian digambar ulang dengan bantuan digital agar lebih mudah untuk dimengerti.
5. Elemen-elemen kawasan Ubud yang digambar oleh responden kemudian didata untuk dianalisis kecenderungannya.

Sebelas responden yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini (Tabel 1) memiliki usia yang berkisar antara 19-60 tahun. Sepuluh responden merupakan warga lokal yang telah tinggal di area Ubud semenjak lahir, sementara itu terdapat satu responden yang baru enam tahun bertempat tinggal di Ubud. Namun penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal jenis kelamin responden yang tidak merata, yaitu 2 wanita (18%) dan 9 laki-laki (82%).

Penelitian dengan menggunakan metode *cognitive mapping* dan atau berbasis pada lima elemen kota milik Kevin Lynch (1962) untuk menemukan citra suatu kota atau suatu lingkungan telah diterapkan oleh peneliti-peneliti lain selain Lynch, seperti yang dilakukan oleh Rana dan Singh (2011) di kota Banaras, Pettricia dkk. (2014) di pusat kota Malang, Jawaid dkk. (2016) di kota Jaipur, Singh dan Kumar (2018) di kota Ayodhya, serta Ramadan dkk. (2019) di pusat kota Jepara. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut memperlihatkan bagaimana *cognitive map* dapat menunjukkan kepercayaan setempat serta perilaku masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan kotanya.

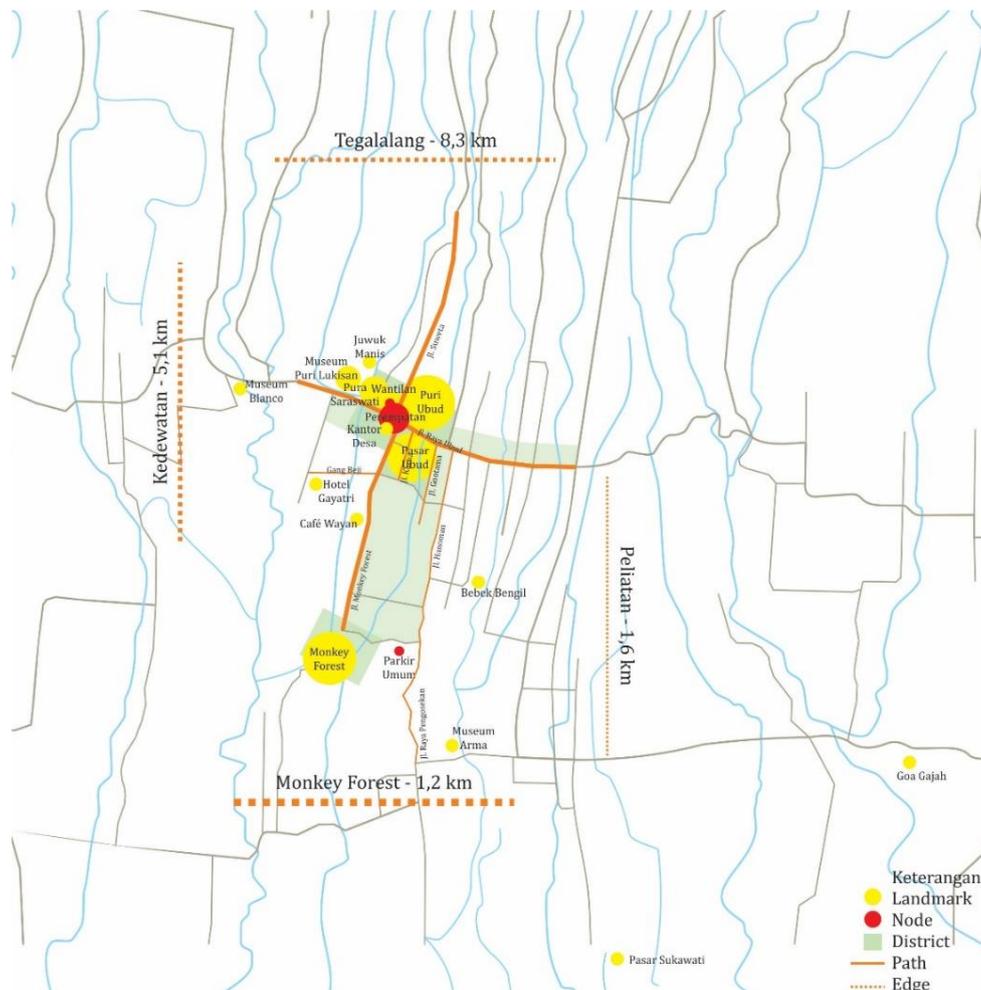
**Tabel 1. Profil 11 Responden**

No.	Inisial Responden	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pekerjaan
1	GP	Laki-laki	43	Penjaja jasa taksi
2	GS	Laki-laki	60	Pensiunan
3	GPL	Laki-laki	58	Administrator Puri Ubud dan SMAN 1
4	KE	Laki-laki	37	Sekuriti Pura Ubud
5	R	Perempuan	46	Pemandu wisata
6	IGN	Laki-laki	23	LPM Kelurahan Ubud
7	NY	Laki-laki	24	Dishub
8	DD	Laki-laki	49	Pedagang pasar
9	DEP	Perempuan	45	Pedagang pasar
10	B	Laki-laki	29	Manajer hotel
11	H	Laki-laki	19	Resepsionis hotel

Sumber: Penulis, 2019

### 3. Hasil dan Pembahasan

Sebelas *cognitive map* yang digambar oleh para responden dianalisis berdasarkan lima elemen kota yang disebutkan oleh Kevin Lynch (1962), yaitu *landmark*, *node*, *path*, *district*, dan *edge*. Hasil *cognitive map* dari 11 responden yang telah disatukan dapat dilihat pada Gambar 2. Elemen-elemen spasial yang disebutkan dalam sebelas *cognitive map* tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 dan 3.



**Gambar 2. Cognitive Map** dari 11 Responden  
 Sumber: Penulis, 2019

**Tabel 2.** Elemen Kevin Lynch pada *Cognitive Map* 11 Responden

Responden	Landmark	Node	Path	District	Edge
1. GP	Museum Puri Lukisan, Pura Saraswati, Puri Ubud, Pasar Ubud, Monkey Forest	[Red dot]	Jl. Raya Ubud, Jl. Monkey Forest, Jl. Swasta	Puri Ubud, Pasar Ubud, Monkey Forest	Tegalalang - 8,3 km, Ketewelan - 5,1 km, Mawang - 7,1 km, Tegal - 3,1 km
2. GS	Puri Ubud, Monkey Forest	[Red dot]	Jl. Raya Ubud, Jl. Monkey Forest, Jl. Swasta	Puri Ubud, Pasar Ubud, Monkey Forest	Tegalalang - 8,3 km, Ketewelan - 5,1 km, Poliman - 1,6 km, Sukawati - 10,9 km
3. GPL	Museum Puri Lukisan, Juwuk Manis, Pura Saraswati, Puri Ubud, Pasar Ubud	[Red dot]	Jl. Raya Ubud, Jl. Monkey Forest, Jl. Kuning, Jl. Swasta	Puri Ubud, Pasar Ubud	Desa Petulu - 2,8 km, Ketewelan - 5,1 km, Nyuh Kuning - 2,9 km, Poliman - 1,6 km
4. KE	Puri Ubud, Pasar Ubud, Monkey Forest	[Red dot]	Jl. Raya Ubud, Jl. Monkey Forest, Jl. Swasta	Puri Ubud, Pasar Ubud	Sungai, Campuhan, Kowar Kemuning, Lapangan
5. R	Wanjiñ, Kantor Desa, Puri Ubud, Pasar Ubud, Monkey Forest	[Red dot]	Jl. Raya Ubud, Jl. Monkey Forest, Jl. Swasta	Puri Ubud, Pasar Ubud, Monkey Forest	Wanjiñ, Kantor Desa, Pasar Untan, Monkey Forest
6. IGN	Museum Puri Lukisan, Pura Saraswati, Puri Ubud, Pasar Ubud, Monkey Forest, Museum Arma	[Red dot]	Jl. Raya Ubud, Jl. Kuning, Jl. Swasta, Jl. Monkey Forest	Puri Ubud, Pasar Ubud	Jembatan Campuhan - 900 m, Junjungat - 4,1 km, Jembatan - 350 m, Museum Arma - 2,5 km

7. NY



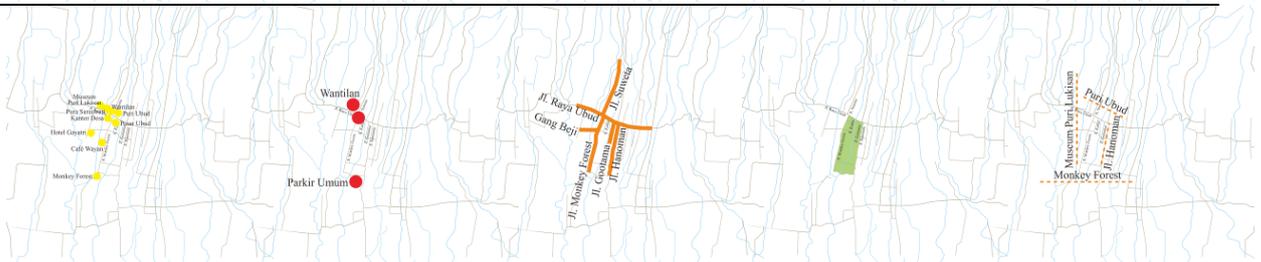
8. DD



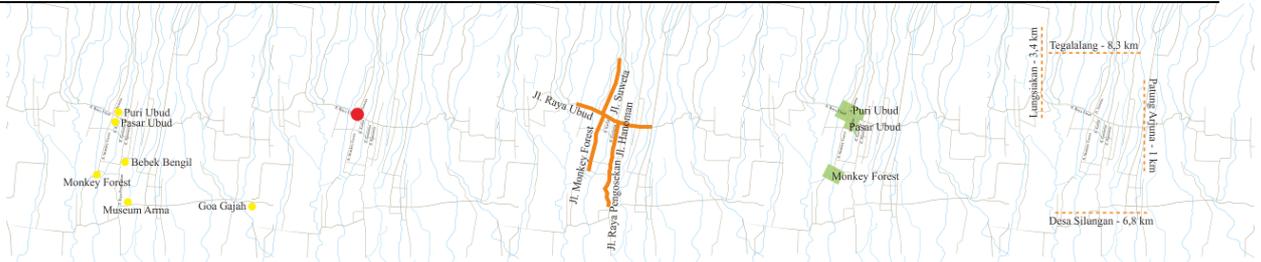
9. DEP



10. B



11. H



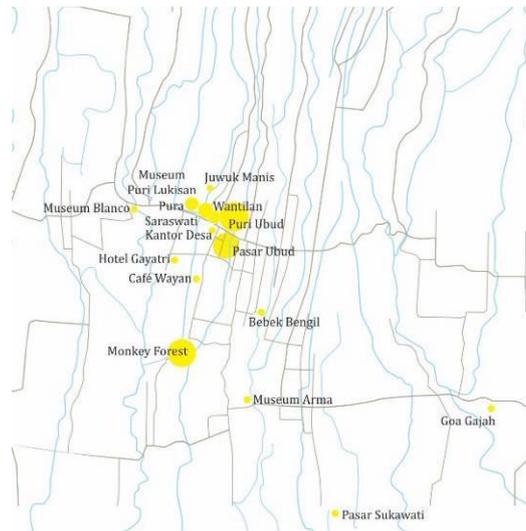
Sumber: Penulis, 2019

**Tabel 3.** Elemen Spasial yang Digambarkan pada *Cognitive Map* 11 Responden

Elemen	Jumlah Responden		%		
<i>Landmark</i>	Puri Ubud	11	100%	22%	
	Monkey Forest	10	91%	20%	
	Pasar Umum	9	82%	18%	
	Pura Saraswati	4	36%	8%	
	Museum Puri Lukisan	3	27%	6%	
	Wantilan	3	27%	6%	
	Juwuk Manis	1	9%	2%	
	Kantor Desa	1	9%	2%	
	Museum Arma	1	9%	2%	
	Museum Blanco	1	9%	2%	
	Pasar Sukawati	1	9%	2%	
	Cafe Wayan	1	9%	2%	
	Hotel Gayatri	1	9%	2%	
	Restoran Bebek Bengil	1	9%	2%	
	Goa Gajah	1	9%	2%	
	<b>Total</b>	<b>49</b>		<b>100%</b>	
<i>Node</i>	Perempatan	11	100%	85%	
	Parkir Umum	1	9%	8%	
	Wantilan	1	9%	8%	
	<b>Total</b>	<b>13</b>		<b>100%</b>	
<i>Path</i>	Jl. Raya Ubud	11	100%	28%	
	Jl. Monkey Forest	11	100%	28%	
	Jl. Suweta	11	100%	28%	
	Jl. Karna	2	18%	5%	
	Jl. Kajeng	1	9%	3%	
	Jl. Hanoman	1	9%	3%	
	Jl. Gootama	1	9%	3%	
	Jl. Raya Pengosekan	1	9%	3%	
	Gang Beji	1	9%	3%	
	<b>Total</b>	<b>40</b>		<b>100%</b>	
	<i>District</i>	Perempatan Ubud	10	91%	53%
Monkey Forest		6	55%	32%	
Area Pasar Ubud		1	9%	5%	
Restoran area selatan-barat		1	9%	5%	
Restoran area timur		1	9%	5%	
<b>Total</b>		<b>19</b>		<b>100%</b>	
<i>Edge</i>	Monkey Forest	5	45%	11%	
	Tegalalang	4	36%	9%	
	Kedewatan	4	36%	9%	
	Puri Ubud	3	27%	7%	
	Peliatan	2	18%	4%	
	Campuhan	2	18%	4%	
	Teges	1	9%	2%	
	Mawang	1	9%	2%	
	Pasar Sukawati	1	9%	2%	
	Desa Petulu	1	9%	2%	
	Desa Nyuh Kuning	1	9%	2%	
	Sungai	1	9%	2%	
	Kantor Kecamatan	1	9%	2%	
	Lapangan	1	9%	2%	
	Pasar Umum	1	9%	2%	
	Kantor Desa	1	9%	2%	
	Wantilan	1	9%	2%	
	Junjungan	1	9%	2%	
	Jembatan	1	9%	2%	
	Jembatan Campuhan	1	9%	2%	
	Museum Arma	1	9%	2%	
Pejeng	1	9%	2%		
Blabaruh	1	9%	2%		
Semana	1	9%	2%		
Tampaksiring	1	9%	2%		
Pasar Sukawati	1	9%	2%		
Museum Puri Lukisan	1	9%	2%		
Jl. Hanoman	1	9%	2%		
Patung Arjuna	1	9%	2%		
Desa Silungan	1	9%	2%		
Lungsiakan	1	9%	2%		
<b>Total</b>	<b>45</b>		<b>100%</b>		

Sumber: Penulis, 2019

## Landmark



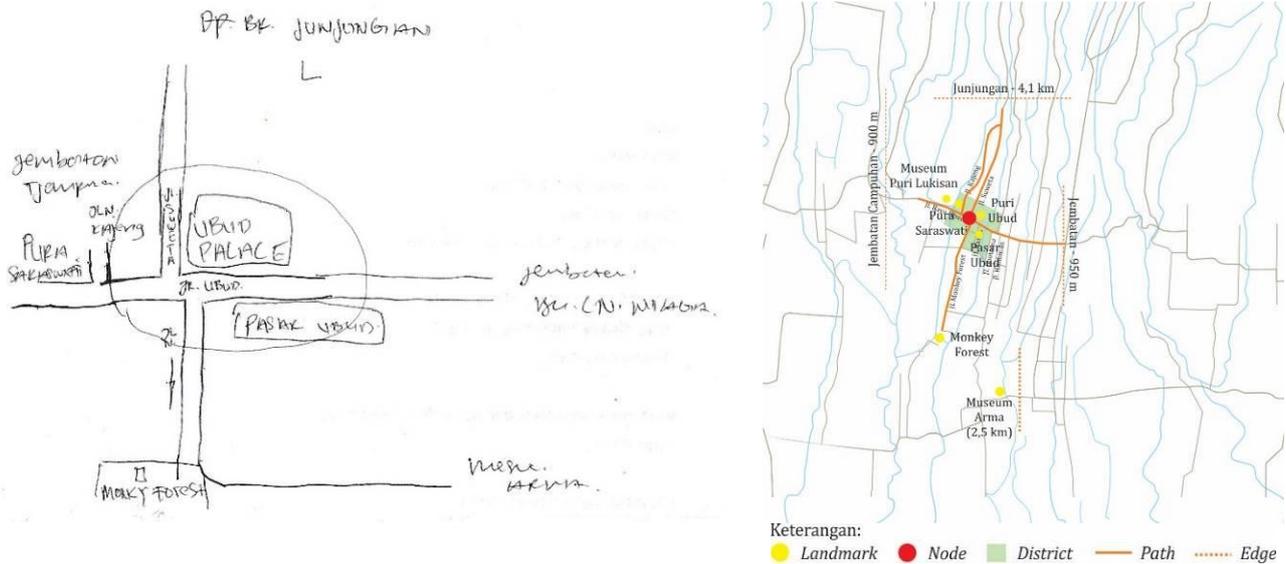
**Gambar 3.** Landmark pada *Cognitive Map* 11 Responden  
Sumber: Penulis, 2019

Dari semua *landmark* yang disebutkan oleh responden (Gambar 3 dan Tabel 3), *landmark* yang dominan digambar adalah Puri Ubud (22%), Monkey Forest (20%), dan Pasar Umum Ubud (18%). Puri Ubud dan Pasar Umum Ubud sendiri terletak di area perempatan Ubud, sehingga sesuai dengan yang dituliskan oleh Lynch (1962), yaitu sebuah *landmark* dapat menjadi *landmark* yang kuat apabila terletak di perempatan. Namun, *Monkey Forest* sebagai *landmark* kedua yang dominan disebutkan tidak berada di area perempatan. Menurut Lynch (1962), sebuah *landmark* dapat mudah dikenali apabila memiliki bentuk yang kontras dengan pemandangan latar belakangnya. *Monkey Forest* sendiri merupakan area hutan wisata yang luas dan sangat kontras dengan area sekitarnya, yaitu area toko, kafe, dan penginapan. Hal ini dapat menjadi alasan mengapa *Monkey Forest* merupakan sebuah *landmark* yang kuat walaupun tidak berada di area perempatan Ubud.

Kecuali kantor desa, semua *landmark* yang disebutkan merupakan destinasi wisata maupun masih berkaitan erat dengan pariwisata, seperti hotel. *Landmark-landmark* wisata yang tersimpan dalam kognisi responden menunjukkan bagaimana Ubud telah dipandang sebagai kawasan wisata, dan sesuai dengan yang dikatakan oleh Nurjaya (2013) bahwa Ubud telah semakin berkembang menjadi kawasan wisata. *Landmark* yang menunjukkan citra lingkungannya sebagai kawasan wisata juga dapat ditemui pada kota-kota lain seperti Ayodhya (Singh & Kumar, 2018) dan Banaras (Rana & Singh, 2011) di India, sehingga *landmark* yang berkaitan dengan pariwisata menjadi salah satu elemen spasial yang mudah disimpan dalam kognisi masyarakat.

Dalam penelitiannya, Nurjaya (2013) juga mengatakan bahwa wisatawan mancanegara memiliki apresiasi yang tinggi terhadap wisata alam Ubud, terutama teraseringnya. Sementara dalam penelitian ini, responden yang merupakan warga lokal Ubud juga mengapresiasi destinasi wisata alam. Hal ini ditunjukkan dengan adanya *Monkey Forest* (20%), Goa Gajah (2%), dan Juwuk Manis (2%) yang disebutkan oleh responden melalui *cognitive map*-nya sebagai *landmark* Ubud.

Selain wisata alam, Nurjaya (2013) juga menyebutkan bahwa pasar tradisional dan museum merupakan destinasi wisata Ubud yang digemari oleh wisatawan mancanegara. *Cognitive map* dari warga lokal pada penelitian ini pun menunjukkan pasar tradisional dan museum (Gambar 4) sebagai elemen spasial yang tersimpan dalam kognisi beberapa responden. Seperti Pasar Ubud (18%), Pasar Sukawati (2%), Museum Puri Lukisan (6%), Museum Arma (2%), dan Museum Blanco (2%) yang digambarkan oleh responden sebagai *landmark* Ubud. Pasar Sukawati sendiri tidak hanya digambarkan sebagai *landmark* Ubud, namun juga sebagai *edge* dari Ubud (Gambar 5).



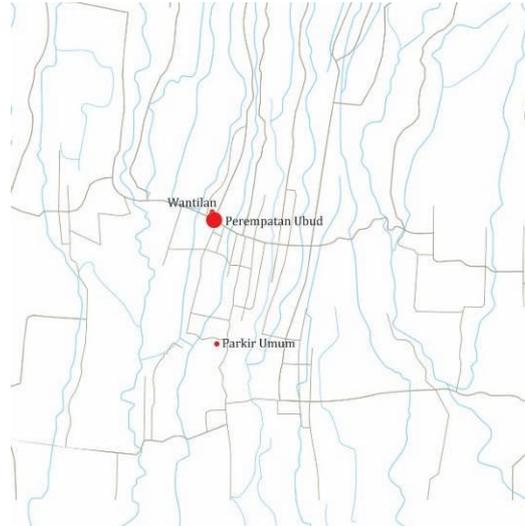
**Gambar 4.** Cognitive Map dengan Museum sebagai Landmark  
Sumber: Penulis, 2019



**Gambar 5.** Pasar Sukawati sebagai Landmark dan Edge  
Sumber: Penulis, 2019

Pada Tabel 3 dapat dilihat pula bahwa terdapat responden yang menyebutkan Patung Arjuna (2%) sebagai *landmark* dari Ubud. Walaupun dalam penelitian ini tidak banyak responden yang menyebutkannya, namun objek seperti Patung Arjuna yang juga dianggap sebagai tugu dapat menjadi *landmark* dari sebuah lingkungan. Seperti pada penelitian dengan *cognitive mapping* yang telah dilakukan oleh Ramadan dkk. (2019) di Jepara dan Pettricia dkk. (2014) di Malang, objek tugu turut disebutkan sebagai *landmark* kota, yaitu Tugu Pancasila sebagai *landmark* Jepara dan Tugu Malang sebagai *landmark* dari kota Malang.

## Node

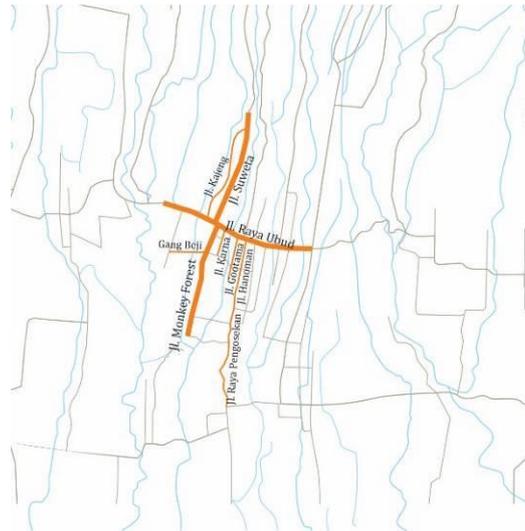


**Gambar 6.** Node pada *Cognitive Map* 11 Responden  
Sumber: Penulis, 2019

Jika dilihat pada Gambar 6 dan Tabel 3, *node* yang paling banyak digambar adalah perempatan Ubud (85%). Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Lynch (1962), bahwa sebuah perempatan, maupun tempat di mana transportasi berhenti, dapat memiliki arti yang penting bagi pengguna. Di tempat-tempat seperti itu pengguna harus membuat keputusan ke mana akan pergi, sehingga perhatian pengguna di dan terhadap tempat seperti perempatan pun menjadi tinggi. Hal serupa pun dapat ditemui di Yogyakarta yang memiliki perempatan titik nol kilometer sebagai elemen spasial yang memberikan *sense of place* yang kuat bagi masyarakatnya (Aji, 2016). Selain perempatan Ubud, parkir umum (8%) dan wantilan (8%) juga digambarkan sebagai *node*. Sama halnya dengan perempatan, di dua tempat tersebut pengguna dapat berhenti dan memutuskan ke mana akan pergi, terlebih lagi wantilan yang masih terletak di area perempatan Ubud.

Saat diminta untuk menggambarkan peta sketsa area Ubud, 10 responden (91%) menggambar sketsanya dengan bermula dari perempatan Ubud. Sementara itu hanya 1 responden (9%) yang tidak menggambar sketsanya dengan bermula dari perempatan Ubud. Responden tersebut tinggal di area Ubud baru selama 6 tahun, sementara 10 responden lain yang memulai sketsanya dengan menggambar perempatan Ubud telah tinggal di area Ubud semenjak lahir. Hal ini menunjukkan responden yang lebih lama tinggal di area Ubud cenderung menunjukkan perempatan Ubud sebagai elemen spasial yang tersimpan kuat dalam kognisinya. Penelitian lebih lanjut pun perlu dilakukan untuk mengetahui bagaimana pola menggambar *cognitive map* area Ubud apabila responden merupakan turis atau pendatang yang belum lama tinggal di Ubud.

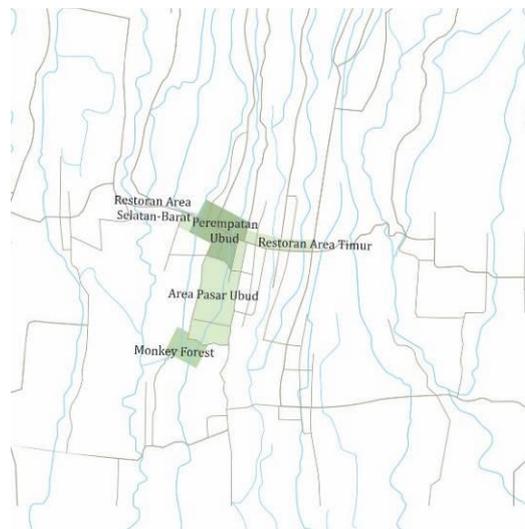
### *Path*



**Gambar 7.** *Path* pada *Cognitive Map* 11 Responden  
Sumber: Penulis, 2019

*Path* yang banyak tergambar dalam *cognitive map* responden (Gambar 7 dan Tabel 3) adalah Jalan Raya Ubud (28%), Jalan *Monkey Forest* (28%), dan Jalan Suweta (28%). Jalan Raya Ubud dan Jalan *Monkey Forest* merupakan jalan yang dipenuhi oleh area perbelanjaan dan restoran. Hal ini sesuai dengan yang dituliskan oleh Lynch (1962), bahwa konsentrasi penggunaan atau aktivitas khusus, seperti perbelanjaan dan bioskop, dapat memperkuat kognisi pengguna terhadap sebuah *path*. *Path* yang dekat dengan fitur-fitur spesial kota, menurut Lynch (1962) juga akan semakin memiliki nilai penting yang tinggi. Hal ini terlihat pada Jalan Raya Ubud, Jalan *Monkey Forest*, dan Jalan Suweta yang berada di area Puri Ubud, yaitu sebuah *landmark* yang sangat kuat di area Ubud. Ketiga jalan tersebut juga merupakan jalan yang membentuk perempatan Ubud.

### *District*



**Gambar 8.** *District* pada *Cognitive Map* 11 Responden  
Sumber: Penulis, 2019

*District* yang paling dominan digambar (Gambar 8 dan Tabel 3) adalah area perempatan Ubud (53%). Menurut Lynch (1962), *node* yang kuat dapat meluas dan membentuk *district* yang kuat pula. Hal ini dapat menjelaskan mengapa area perempatan Ubud dapat menjadi *district* yang kuat, yaitu karena memiliki perempatan Ubud sebagai *node* yang tergambar kuat dalam kognisi responden.

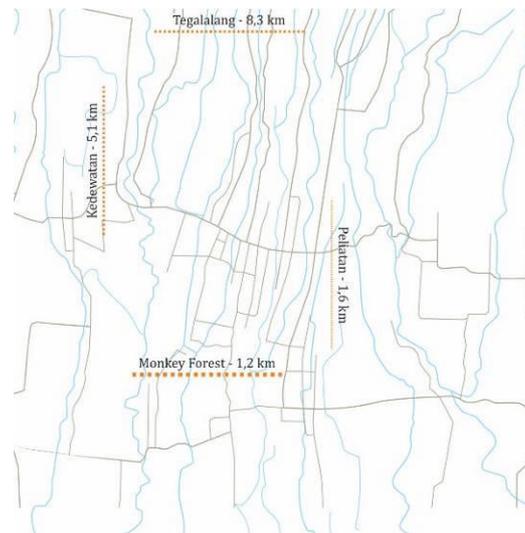
Selain perempatan Ubud, area pasar Ubud (5%) juga disebutkan oleh responden sebagai sebuah *district*. Hal ini serupa seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Ramadan dkk. (2019), bahwa area perdagangan dapat menjadi sebuah *district* yang kuat terkognisi oleh masyarakat setempat. Seperti area pecinan di pusat kota Jepara yang merupakan kawasan perdagangan dan tergambar sebagai sebuah *district* pada kognisi spasial masyarakatnya.

*District* lain yang juga disebutkan adalah area restoran di sebelah timur (5%) dan di arah selatan hingga barat (5%). Jika dilihat pada Gambar 2 dan Tabel 1, *cognitive map* responden yang menunjukkan lokasi kuliner juga terlihat pada Cafe Wayan (2%) dan restoran Bebek Bengil (2%) yang disebut sebagai *landmark* Ubud. Lokasi kuliner seperti *district* restoran, Cafe Wayan, dan restoran Bebek Bengil cenderung disebutkan oleh responden yang berusia lebih muda, yaitu kurang dari 30 tahun (75%) (Gambar 9).



**Gambar 9.** *District* Restoran pada *Cognitive Map*  
Sumber: Penulis, 2019

## Edge



**Gambar 10.** Edge pada *Cognitive Map* 11 Responden  
Sumber: Penulis, 2019

*Edge* yang banyak digambar (Gambar 10 dan Tabel 3) adalah *Monkey Forest* (11%), Kedewatan (9%), Tegalalang (9%), dan Puri Ubud (7%). Menurut Lynch (1962), *edge* yang kuat dapat bersifat mudah tertembus. Kedewatan dan Tegalalang sendiri merupakan nama-nama area di sekitar Ubud, sedangkan *Monkey Forest* adalah sebuah destinasi wisata, yang keempatnya memiliki kesamaan, yaitu tidak berupa barrier yang mengisolasi.

## Citra Ubud

Objek-objek yang paling banyak disebutkan sebagai elemen *landmark*, *node*, *path*, dan *district* memiliki kesamaan yaitu berada di area perempatan Ubud. Hal ini juga diperkuat dengan kecenderungan responden sebagai warga lokal yang memulai menggambar *cognitive map*-nya dengan bermula dari perempatan Ubud. Sehingga dapat dikatakan bahwa menurut *cognitive map* dari 11 responden, perempatan Ubud merupakan citra Ubud yang tertanam kuat di kognisi para responden.

Di kota-kota Bali sendiri, terdapat sebuah konsep perempatan agung, atau yang kerap disebut sebagai *catuspatha*. *Catuspatha* merupakan sebuah perempatan yang dikelilingi oleh puri sebagai pusat pemerintahan, wantilan sebagai pusat kebudayaan, pasar sebagai pusat perekonomian, dan ruang terbuka hijau. Struktur perempatan agung tersebut juga terlihat di area perempatan Ubud, yang dikelilingi oleh Puri Ubud, wantilan, dan pasar umum Ubud. Konsep *catuspatha*, yang telah menjadi kepercayaan atau kearifan lokal, dapat menjadi salah satu topik yang diangkat untuk menjelaskan alasan mengapa perempatan Ubud dapat menghasilkan citra Ubud yang tertanam kuat di kognisi spasial responden. Seperti halnya pada kota Ayodhya (Singh & Kumar, 2018) dan Banaras (Rana & Singh, 2011) di India, sungai menjadi elemen spasial yang menjadi citra kota sekaligus menunjukkan kepercayaan masyarakat setempat, yaitu sungai sebagai elemen kota yang suci dan tempat untuk beribadah.

Selain perempatan Ubud yang dapat menunjukkan kepercayaan setempat, elemen-elemen spasial yang digambarkan pada *cognitive map* responden juga cenderung menunjukkan tempat-tempat wisata di area Ubud. Oleh karena itu, Ubud pun memiliki dua citra yang kontras, yaitu kawasan yang masih memegang kuat budaya, yang banyak tergambar melalui perempatan dan Puri Ubud, serta citra sebagai kawasan wisata. Dua citra ini juga tergambar pada kota-kota seperti Ayodhya (Singh & Kumar, 2018) dan Banaras (Rana & Singh, 2011) di India, Jaipur (Jawaid dkk.,

2016), serta pada kawasan titik nol kilometer di Yogyakarta (Aji, 2016). Kota-kota tersebut tidak hanya memiliki citra sebagai kawasan pusaka, namun juga mengangkat tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah dan budaya yang penting sebagai kawasan wisata yang menarik perhatian turis.

Salah satu tempat wisata yang banyak tergambar pada *cognitive map* responden adalah *Monkey Forest*. Dari 11 responden, 91% responden menggambarkan *Monkey Forest* sebagai *landmark* Ubud, 55% sebagai *district*, dan 45% sebagai *edge* (Tabel 3). *Monkey Forest* merupakan destinasi wisata berupa hutan seluas 12,5 hektar dengan tiga pura untuk kegiatan keagamaan dan ditinggali oleh 729 monyet (*Monkey Forest Ubud*, 2017). Walaupun tidak berada di area perempatan Ubud, *Monkey Forest* merupakan sebuah elemen kawasan yang tersimpan sebagai citra Ubud bagi 11 responden. Namun, dengan berkembangnya Ubud sebagai kawasan wisata yang semakin dipenuhi oleh penginapan, pertokoan, maupun restoran dan kafe, keberadaan *Monkey Forest* sebagai area hijau dapat semakin terancam. Jika tidak dijaga, *Monkey Forest* sebagai wisata alam di Ubud dapat memperlihatkan bagaimana citra Ubud yang dikelilingi oleh alam dan suasana yang tenang telah semakin berubah menjadi kawasan wisata perkotaan yang padat. Hal ini pun dapat bertentangan dengan kepercayaan setempat, yaitu Tri Hita Karana, yang salah satunya berpegang pada tujuan untuk menjaga keharmonisan hidup antara manusia dan lingkungannya.

#### 4. Kesimpulan

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa berdasarkan kognisi spasial responden yang tergambar melalui *cognitive map*, citra Ubud bagi 11 masyarakat lokalnya tertuju pada perempatan Ubud, yang menunjukkan kepercayaan setempat mengenai perempatan agung atau *catuspatha*, dan *Monkey Forest* sebagai wisata alamnya. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat lokal Ubud masih memegang kuat nilai budaya dan alam walaupun Ubud sendiri tengah berkembang sebagai kawasan wisata yang padat. Agar citra tersebut dapat terus berlangsung dengan baik, maka perkembangan area Ubud sebaiknya tidak hanya memperhatikan kebutuhan pariwisata yang dapat terus meningkat, namun juga harus memperhatikan kebutuhan untuk mempertahankan kekayaan budaya dan kelestarian alamnya.

#### 5. Daftar Pustaka

- Aji, A. W. (2016). Sense of Place Kawasan Titik Nol Kilometer Yogyakarta. *Tesis*. Universitas Gadjah Mada.
- Dahl, C. D. dkk. (2010). The Thatcher Illusion in Humans and Monkeys. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences* 277(1696), 2973–2981.
- Downs, R. M. & Stea, D. (1973). *Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Gian, I. G. (2013). *Aktivitas Wisatawan Eropa First Timer dan Repeater di Desa Ubud (Suatu Kajian Sosial Budaya)*. Bali: Universitas Udayana.
- Halim, E. A. (2016). Studi Perilaku Adaptasi Manusia terhadap Lingkungan Sosial dalam Penambahan Fungsi Ruang Komersial Hunian Tradisional Bali di Ubud. *Serat Rupa Journal of Design* 1(2), 389-405.
- Herzog, T. R. & Leverich, O. L. (2003). Searching for Legibility. *Environment and Behavior* 35(459).
- Holahan. (1982). *Environmental Psychology*. New York: Random House.
- Jawaid, M. F. dkk. (2016). Exploring the Imageability of Walled City Jaipur. *Journal of Engineering Technology* 4(1), 46-52.
- Kharisma, P. G. Y. & Muni, P. K. S. Local-wisdom-based Spa Tourism in Ubud Village of Bali, Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 8(68), 188-196.
- Lynch, K. (1962). *The Image of the City*. United States: The Joint Center for Urban Studies.
- MacInnis, D. J. & Price, L. L. (1987). The Role of Imagery in Information Processing: Review and Extensions. *J. Consum. Res.* 13, 473–491.
- Monkey Forest Ubud. (2017). *Gallery*. Diakses dari <https://www.monkeyforestubud.com/wp-content/uploads/2016/09/DSCF6569-1024x683.jpg>
- Montello, D. R. (2014). Spatial Cognition and Architectural Space: Research Perspectives. *Architectural Design* 84(5), 74-79.
- Nurjaya, I. W. (2013). Daya Tarik dan Aktivitas Pariwisata yang Digemari Wisatawan Mancanegara di Kelurahan Ubud. *Soshum Jurnal Sosial dan Humaniora* 3(2), 175-185.

- Pettricia, H. A. dkk. (2014). Elemen Pembentuk Citra Kawasan Bersejarah di Pusat Kota Malang. *Jurnal RUAS* 12(1), 10-23.
- Pichard, M. (2006). *Bali, Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Jakarta: Gramedia.
- Pocock dkk. (1978). *Images of The Urban Environment*. Department of Geography, University of Durham.
- Pratiwi, W. D. & Sukana, I. M. (2016). Ada Apa dengan Pondok Wisata? Seluk Beluk Keberadaan Pondok Wisata di Ubud. *Jurnal Destinasi Pariwisata* 4(1), 36-45.
- Ramadan, M. B. dkk. (2019). Elemen Pembentuk Citra Pusat Kota Jepara berdasarkan Peta Mental Masyarakat. *ARCADE* 3(2), 100-107.
- Rana, P. S. & Singh, R. P. B. (2011). Perceptions and Images of Tourists and Pilgrims in Banaras. *Planet Earth & Cultural Understanding Series* 8, 165-206.
- Singh, R. P. B. & Kumar, S. (2018). Ayodhya: The Imageability and Perceptions of Cultural Landscapes. *Journal Space and Culture, India* 5(3), 125-141.
- Stadler, J. dkk. (2013). Cognitive Mapping: Using Local Knowledge for Planning Health Research. *BMC Medical Research Methodology* 13(96).