

ABSTRAK

Kampung Pelangi Semarang terletak di Randusari, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Kampung Pelangi yang dahulu dikenal dengan nama Kampung Wonosari merupakan sebuah kawasan kumuh yang terletak di lokasi strategis, tidak jauh dari jantung kota Semarang. Kampung Pelangi merupakan salah satu kampung kumuh yang direnovasi menjadi destinasi wisata tematik pada tahun 2017. Perbaikan ini merupakan upaya penataan kawasan dan peningkatan potensi ekonomi. Saat ini, Kampung Pelangi mulai sepi pengunjung, hanya beberapa titik saja yang dapat mempertahankan keramaiannya. Titik-titik tersebut yaitu Gedung Food Court, Microlibrary Warak Kayu, dan Makam Nyai Brintik. Menurut teori yang ada, *sense of place* merupakan tolok ukur keberhasilan ruang publik. Diduga karakter visual dari pendukung aktivitas dan *sense of place* Kampung Pelangi saling mempengaruhi satu sama lain. Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah menganalisis karakter visual dari pendukung aktivitas sebagai *sense of place* Kampung Pelangi. Lingkup penelitian ini adalah Taman Kasmaran yang mencakup Gedung utama *Food Court*, *Microlibrary Warak Kayu*, serta puncak Kampung Pelangi, Gardu Pandang, makam Nyai Brintik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif asosiatif interaktif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara *snowball* terstruktur, observasi partisipasi moderat dan studi dokumen. Metode analisis yang digunakan adalah model Spradley.

Kesimpulan penelitian ini dari beberapa titik lokasi penelitian adalah jika kualitas karakter visual pendukung aktivitas meningkat akan mengakibatkan *sense of place* warga meningkat secara tidak langsung, dikarenakan dapat meningkatkan *sense of place* wisatawan. Tempat dengan *sense of place* tertinggi untuk warga adalah Pasar Kembang. Tempat dengan *sense of place* tertinggi untuk pengunjung adalah Makam Nyai Brintik, namun tempat yang paling ramai dan dibahas adalah Gedung *Food Court*. Pembentuk *sense of place* terbanyak untuk warga adalah biografi dan komoditas; sedangkan untuk pengunjung adalah ideologi dan preferensi.

Kata kunci : karakter visual; pendukung aktivitas; *sense of place*; Kampung Pelangi Semarang

ABSTRACT

Kampung Pelangi Semarang, or Rainbow Village Semarang located in Randusari, South Semarang District, Semarang City, Central Java, Indonesia. Rainbow Village, formerly known as Kampung Wonosari, is a slum in a strategic location not far from the heart of Semarang city. Kampung Pelangi was one of the slum villages that was renovated to become a thematic tourist destination in 2017. This improvement was an effort to organize the area and increase economic potential. Currently, Kampung Pelangi is starting to be empty of visitors, only a few spots can retain visitors. These spots are the Food Court Building, Warak Kayu Microlibrary, and Nyai Brintik Tomb. According to existing theory, a sense of place is the key to the success of public space. It is suspected that the visual character of the supporting activities and the sense of place of Kampung Pelangi influence one another. The research objective to be achieved is to analyze the association of visual characters and supporting activities with the sense of place in Kampung Pelangi. The spatial scope of this research was Taman Kasmaran which includes the main Food Court building, the Warak Kayu Microlibrary, and the peak of Kampung Pelangi, Gardu Pandang, and Nyai Brintik Tomb.

The method used in this research was interactive associative qualitative. Methods of data collection using structured snow ball interviews, moderate participation observation and document study. The analytical method used is the Spradley model.

The conclusion of this research are that the increased quality of visual characters activity support does not result in directly increasing residents' sense of place, but can increase tourists' sense of place. The place with the highest sense of place for residents is Pasar Kembang. The place with the highest sense of place for visitors is the Nyai Brintik Tomb, but the place that is most busy and discussed is the Food Court Building. The biggest shapers of sense of place for citizens are biography and commodities; while for visitors it is ideology and preferences.

Keywords: *visual character; activity support; sense of place; Kampung Pelangi Semarang*