



## REPRESENTASI KOGNITIF CITRA KAWASAN REKLAMASI PANTAI MANAKARRA BAGI GEN Z

Lulu Anggreani Adiyani<sup>1</sup>, Syam Rachma Marcilia<sup>2</sup>,  
Universitas Gadjah Mada  
E-mail: luluanggreaniadiyani@mail.ugm.ac.id, syam.r.m@ugm.ac.id

### Informasi Naskah:

Diterima:  
2 April 2026

Direvisi:  
14 April 2026

Disetujui terbit:  
16 Mei 2026

Diterbitkan:  
Cetak:  
29 Juni 2026

Online  
29 Juni 2026

**Abstract:** Coastal reclamation occurs due to the increasing growth rate and the rapidly increasing need for land. Mamuju City is one of the cities experiencing a reclamation process that occurred in its coastal area, then developed into a public space with a variety of social, economic and recreational activities. As this development, this area has emerged various groups of space users, including Gen Z. Currently dominating activities in the area. This phenomenon encourages the importance of understanding Gen Z through their spatial experiences. This study aims to determine how Generation Z views the image of the area as a public space formed by the reclamation process. For Gen Z, public space is not only a place to accommodate activities, but how the place is meaningful and provides a spatial experience. The method used is cognitive mapping, based on Lynch's theory, namely landmarks, nodes, paths, districts, and edges. The findings show that the more dominant areas are the structure of the city image chosen by respondents. This shows that the area has unique physical elements and meanings given by Generation Z, so that the image of the area is formed from the results of Generation Z's perceptions as a result of interpretations of the Manakarra Coastal Area.

**Keyword:** Spatial Cognition, Urban Image Elements, Reclamation, Public Space

**Abstrak:** Reklamasi Pantai terjadi karena laju pertumbuhan meningkat serta kebutuhan lahan yang meningkat pesat. Kota Mamuju merupakan salah satu kota yang mengalami proses reklamasi yang terjadi di kawasan pesisirnya, kemudian berkembang menjadi ruang publik dengan beragam aktivitas sosial, ekonomi dan rekreasi. Seiring perkembangannya, kawasan ini muncul berbagai kelompok pengguna ruang, termasuk Gen Z. Saat ini mendominasi aktivitas di kawasan. Fenomena ini mendorong pentingnya pemahaman Gen Z melalui pengalaman spasial mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Generasi Z memandang citra kawasan sebagai ruang publik yang terbentuk karena proses reklamasi. Bagi Gen Z, ruang publik bukan hanya sebuah tempat untuk mewedahi aktivitas, tetapi bagaimana tempat tersebut bermakna serta memberikan pengalaman ruang. Metode yang digunakan menggunakan pemetaan kognisi (cognitive mapping), berdasarkan teori Lynch, adalah landmark, node, path, district, dan edge. Hasil temuan bahwa Area-area yang lebih dominan merupakan struktur citra kota yang dipilih oleh responden. Hal ini menunjukkan bahwa area tersebut memiliki elemen fisik khas dan makna yang diberikan oleh Generasi Z, sehingga Citra kawasan terbentuk dari hasil persepsi Generasi Z sebagai hasil interpretasi terhadap Kawasan Pantai Manakarra

**Kata Kunci:** Kognisi Spasial, Elemen Citra Kota, Reklamasi, Ruang Publik

### PENDAHULUAN

Generasi Z atau Gen Z merupakan kelompok *digital natives* yang tumbuh pada era digital, yang dimana kesehariannya dipengaruhi oleh perkembangan informasi dan teknologi komunikasi. Generasi ini merupakan kelompok usia muda yang lahir pada tahun pertengahan 1995 hingga 2009 (Oblinger & Oblinger, 2005). Generasi ini mengalami perubahan gaya hidup yang cepat seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin kompleks. Perubahan gaya hidup tersebut dapat terlihat pada aktivitas, minat dan sikapnya dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas seseorang menunjukkan bagaimana dia menghabiskan waktu luangnya. (Bado et al., 2023).

Sebagai Generasi yang tumbuh di era digital, generasi Z dapat dengan mudah untuk berinteraksi dan bersosialisasi sehingga mereka cenderung membutuhkan ruang untuk mereka dapat menghabiskan waktu luang atau bersosialisasi di lingkungannya (Arridha, 2025), dimana ruang tersebut dapat digunakan untuk bisa melepas penat, bersantai, menghabiskan waktu sendiri atau bersosialisasi dengan teman sebaya. Maka dari itu, solusi yang berkembang ialah terciptanya ruang publik yang dapat memenuhi semua kegiatan atau aktivitas yang mereka lakukan. (Bado et al., 2023). Bagi anak muda khususnya generasi Z, ruang publik

sangat penting baginya karena sebagai ruang yang esensial untuk kehidupan sosial atas ketersediaan ruang untuk bersosialisasi dan hangout dengan sebaya (Aalst & Brands, 2021). Generasi ini memiliki karakteristik khas dalam memaknai tempat terutama mereka melakukan aktivitas bersosialisasi, berinteraksi dan menghabiskan waktu luang yang biasa dikenal dengan istilah *hangout* (Wahyuni et al., 2022). Mereka memilih tempat *hangout* pada ruang-ruang yang bisa mewadahi kegiatan atau aktivitas yang mereka lakukan sehingga ruang tersebut lebih banyak dilakukan pada area ruang terbuka publik yang digunakan untuk bersosialisasi, berinteraksi dan lainnya.

Kecenderungan ruang publik diminati oleh Generasi Z disebabkan ruang publik bersifat fleksibel, unik, menjaga privasi, dan kontemplatif (A Susanti, 2018). Ruang publik merupakan sebuah elemen kota yang memiliki kedekatan dengan masyarakat sebagai ruang bersama yang menyediakan beragam aktivitas, di mana pengguna dapat saling berinteraksi dan bertemu (Hantono et al., 2021; Alif, 2023). Kecenderungan Generasi Z lebih terikat pada ruang terbuka publik karena ruang tersebut menarik secara fisik dengan keinginan untuk terlibat di ruang terbuka publik dengan mendapatkan dukungan dari orang lain serta melakukan berbagai aktivitas (Thompson, 2007; Travlou, 2007). Ruang publik tersebut mencakup tempat-tempat dimana beragam orang dapat bertemu, saling berinteraksi dan terlibat dalam berbagai bentuk bersosialisasi tentang hal-hal yang menjadi kepentingan bersama, sehingga ruang publik merupakan arena sosial dinamis yang memiliki arti penting, membentuk nilai-nilai sekaligus menumbuhkan rasa kebersamaan (Rozina et al., 2024)

Ruang publik merupakan bagian integral dari ruang kota. Ruang kota dipahami sebagai elemen visual dan spasial yang ditampilkan serta memberikan pengalaman tertentu bagi individu yang berada di dalamnya. Hal ini sangat berkaitan dengan persepsi manusia dalam memahami sesuatu, termasuk ruang dan kawasan (Widyawati, 2017). Persepsi visual yang dialami oleh individu terhadap keseluruhan suatu kawasan, baik dari segi bentuk dan strukturnya, massa-massa bangunan maupun elemen-elemen lanskapnya akan memengaruhi karakter dari suatu kawasan (Hantono & Hakim, 2019). Dalam penelitian Lynch (1960) *The Image of The City* menjelaskan bahwa teorinya tersebut dapat digunakan untuk membantu dalam membuat peta mental di dalam pikiran individu ketika mereka mengalami suatu peristiwa di kawasan sehingga kawasan tersebut mampu memunculkan gambaran di kepala kita. Ini menunjukkan bahwa ruang kota tidak hanya terdiri dari karakteristik fisik, namun juga dipengaruhi dari gambaran yang ada dalam pikiran individu. Kawasan tersebut mudah dikenali jika citra pembentuk kawasan memiliki elemen fisik khas dan makna yang diberikan oleh masyarakat, sehingga Citra kawasan terbentuk dari persepsi individu sebagai hasil interpretasi terhadap lingkungannya (Ramadhani et al., 2025).

Persepsi muncul karena adanya proses penginderaan dan sensasi yang merupakan masuknya stimulus ke dalam otak manusia. Proses Persepsi ini adalah sebuah langkah untuk menerjemahkan dan memahami rangsangan yang diterima oleh indra (Sugiharto, 2007:6 dalam Widyawati, 2017). Persepsi Gen Z terhadap ruang publik memiliki peran penting dalam membentuk citra kawasan, dimana mereka mempersepsikan, memahami, disusun dan dipelajari dengan peta mental terhadap kawasannya. Maka dari itu, diskusi ini melihat ruang publik sebagai wadah aktivitas sosial yang memiliki peran penting dalam membentuk citra kawasan. Citra kawasan tersebut terbentuk dari bagaimana pengguna, khususnya Generasi Z, memandang, mengenali dan memahami karakter suatu ruang.

Citra atau *image* yang timbul pada suatu kawasan, muncul akibat dari pola kegiatan atau aktivitas yang unik atau adanya karakter tertentu di suatu kawasan sehingga menjadikan identitas kota tersebut (Tri Seprianto et al., 2025). Dalam penelitian Kevin Lynch menjelaskan bahwa citra atau *image* adalah sebuah respons publik terhadap berbagai banyak image individu, dimana munculnya elemen-elemen pembentuk citra kota ialah hasil dari kesepakatan publik yang menjadi penanda paling dominan yang terlihat dari kota tersebut. Lynch mengidentifikasi terdapat lima elemen pembentuk citra kota yang dapat memberikan identitas pada suatu kota yaitu *landmark*, *node*, *path*, *district* dan *edge*. Kelima elemen tersebut paling berkesan, dimana semakin menonjol kelima elemen ini terhadap suatu kawasan maka semakin kuat pula kualitas visual di kawasan tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, melihat bagaimana persepsi Generasi Z (Gen Z) dalam memahami Kawasan Pantai Manakarra yang dimana kawasan ini merupakan Kawasan Reklamasi yang terjadi karena beberapa faktor termasuk meningkatnya jumlah penduduk akibat dari penambahan penduduk alami serta migrasi maupun kesejahteraan penduduk dan sebagainya. Adanya proses reklamasi menimbulkan transformasi spasial dengan menimbulkan perkembangan pembangunan yang kompleks baik secara internal maupun eksternal kota. Hal ini berakibat pada terjadinya transformasi spasial secara besar-besaran sebagai hasil dari pembangunan untuk upaya pemenuhan kebutuhan penduduk (Muuzi et al., 2023)

Perubahan yang terjadi tidak hanya berdampak pada aspek fisik kawasan, tetapi juga memengaruhi cara pandang dan pemahaman manusia terhadap ruang. Seseorang tidak lagi sekedar melihat perubahan secara visual tetapi bagaimana menyimpan, mengumpulkan, mengorganisasikan dalam ingatan serta menguraikan kembali informasi mengenai lokasi atau kawasan tersebut (Holahan, 1982). Proses ini mencerminkan adanya kognisi spasial yaitu bagaimana seseorang membentuk persepsi, ingatan dan interpretasi terhadap lingkungan sekitarnya.

Kognisi spasial ini tergambarkan melalui peta kognisi (*cognitive map*). *Cognitive map* dari penduduk suatu kota dapat diidentifikasi untuk menemukan citra kota, konsep ini dicetuskan oleh Tolman (1948) yang digunakan untuk menentukan representasi internal mengenai informasi spasial, sehingga *cognitive map* merupakan suatu metode penting yang dapat digunakan seperti publikasi dari *The Image Of The City* oleh Kevin Lynch pada tahun 1960 menyatakan bahwa citra yang jelas tentang suatu lingkungan berkontribusi pada fungsi efisien seseorang, khususnya pada kinerja penunjuk jalan. Tujuan utama peta kognitif ialah untuk memfasilitasi pengenalan tempat dan pencarian jalan. Lynch (1960) dan beberapa peneliti lain berpendapat bahwa Adanya kumpulan dari beberapa lokasi atau tempat yang bergabung membentuk konfigurasi. Konfigurasi yang terbentuk merupakan susunan atau tata letak dua atau tiga dimensi dari fitur lingkungan yang diketahui seseorang.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana Generasi Z memandang citra kawasan pada Kawasan Pantai manakarra sebagai area ruang publik yang terbentuk karena proses reklamasi. Bagi Gen Z, ruang publik bukan hanya sebuah tempat untuk mewedahi kegiatan atau aktivitas, tetapi bagaimana tempat tersebut bermakna serta memberikan pengalaman ruang terhadap kawasan tersebut. Maka dari itu, citra kawasan menjadi suatu aspek penting karena mencerminkan bagaimana Gen Z memahami dan menggambarkan karakter dari suatu area berdasarkan pengalaman mereka saat berada di kawasan. Kecenderungan Gen Z dalam mengetahui suatu kawasan dapat dilihat berdasarkan elemen-elemen citra kota yang terbentuk dari pemahaman, persepsi dan pengalaman mereka terhadap Kawasan Pantai Manakarra

## TINJUAN PUSTAKA

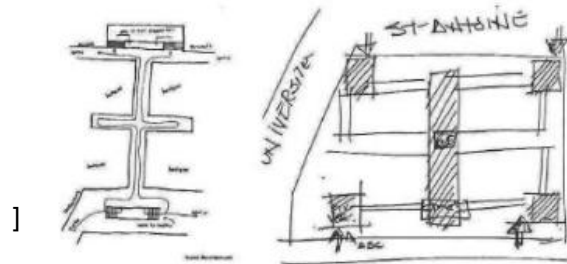
### Peta Mantal (Peta Kognitif)

Peta kognitif atau *cognitive map* merupakan sebuah konsep yang dicetuskan oleh Tolman (1948) dan kini digunakan secara luas dari berbagai ilmu disiplin, konsep ini digunakan untuk menentukan representasi internal mengenai informasi spasial. Istilah ini menyiratkan akan sebuah pengodean mengenai informasi lingkungan yang disengaja dan bermotivasi sehingga dapat digunakan untuk menentukan dimana seseorang berada setiap saat, dimana objek-objek tertentu yang dikodekan berada di ruang sekitarnya, kemudian bagaimana cara berpindah dari satu tempat ke tempat lain atau bagaimana cara mengomunikasikan pengetahuan spasial kepada orang lain.

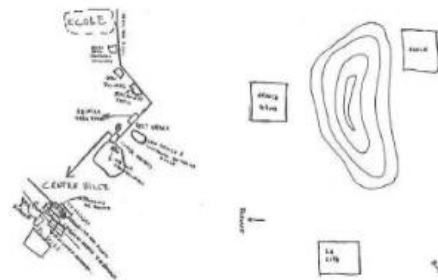
Beragam terminologi yang digunakan untuk menggambarkannya, secara umum bahwa peta kognitif terdiri dari titik, garis, area dan permukaan. Hasil dari pemetaan ini dapat menggunakan dalam bentuk kuantitatif dan kualitatif. Ketika dikodekan atau diinterpretasikan secara kuantitatif, mereka memfasilitasi manipulasi informasi menggunakan geometri Euclidean dan trigonometri mental. Ketika

dikodekan secara kualitatif, mereka membetikan informasi tentang urutan, inklusi, eksklusi atau hubungan topologi lainnya. Oleh karena itu, struktur geometris pengetahuan mencakup titik seperti landmark dan simpul referensi, garis termasuk rute, lintasan dan trek/area misalnya region, lingkungan dan penahanan atau inklusi topologi dan permukaan (Golledge, 1990).

Beberapa peneliti menggunakan peta kognitif karena suatu metode penting yang dapat digunakan, seperti dua publikasi dari the image karya Boulding pada tahun 1958 dan *The Image Of The City* karya Lynch pada tahun 1960. Boulding menyatakan bahwa untuk memahami apa yang dilakukan orang, seseorang harus memahami apa yang orang ketahui atau lebih tepatnya apa yang mereka yakini mereka ketahui. Sebuah citra merupakan hasil dari bagaimana orang dapat memahami lingkungan fisik dan non-fisik mereka. Kemudian Lynch berpendapat bahwa citra yang jelas tentang suatu lingkungan berkontribusi pada fungsi efisien seseorang, khususnya pada kinerja penunjuk jalannya. Ada dua jenis peta kognitif yaitu linear dan spasial



Gambar 1. Peta yang terorganisasi secara linear dan spasial pada skala bangunan,



Gambar 2. Peta yang terorganisasi secara linear dan spasial pada skala perkotaan

Peta kognitif linear menunjukkan pergerakan seseorang dalam ruang yang sering kali dibuat dengan mengingat rute berjalan. Oleh karena itu, peta ini biasa disebut juga sebagai peta rute. Disisi lain, peta kognitif spasial bebas dari posisi dan pergerakan spesifik seseorang. Latar dianggap sebagai subjek spasial yang disebut sebagai peta survei. Terdapat tiga cara untuk mendapatkan informasi dari lingkungan spasial yaitu kerangka egosentris, kerangka tetap dan kerangka koordinat. Dalam kerangka egosentris, elemen-elemen relatif terhadap posisi seseorang, kemudian dalam kerangka tetap, elemen dan pengamat terkait dengan lokasi tertentu. Dalam kerangka koordinat,

elemen-elemen dalam lingkungan diposisikan dengan kaitannya pada suatu sistem abstrak.

Tujuan utama peta kognitif adalah untuk memfasilitasi pengenalan tempat dan pencarian jalan. Lynch (1960) dan beberapa peneliti lain berpandangan bahwa tujuan sekunder peta kognitif adalah untuk bertindak sebagai pengorganisasi pengalaman spasial. Adanya kumpulan dari beberapa lokasi atau tempat yang bergabung membentuk konfigurasi. Konfigurasi yang terbentuk merupakan susunan atau tata letak dua atau tiga dimensi dari fitur lingkungan yang diketahui seseorang. Konfigurasi dapat terdiri dari kombinasi tempat dan lokasi (titik), rute, jalur dan lintasan (garis), wilayah dan distrik (area) serta permukaan yang bersifat alami, buatan atau tersembunyi.

#### **Elemen Pembentuk Citra Kota dari Lynch**

Dalam teori Kevin Lynch berpandangan bahwa citra kota adalah suatu representasi yang memiliki ciri khas dalam membangun sebuah identitasnya. Citra kota yang jelas dapat memberikan berbagai manfaat terhadap individu, seperti mempermudah navigasi secara efektif, kemudian mengurangi rasa bingung yang dapat menyebabkan kesulitan dalam menemukan arah. Aspek tersebut dianggap sebagai suatu hal yang penting untuk memperkuat identitas suatu lokasi, dan dapat terhubung secara harmonis dengan area lainnya.

Teori yang dikemukakan oleh Lynch mengusulkan konsep yang menggambarkan citra kota sebagai representasi mental dari suatu kawasan sesuai dengan pemahaman umum individu. Teori yang dikembangkan, terdapat lima elemen yang menjadikannya pembentuk citra kota, yaitu *landmark*, *node*, *path*, *district* dan *edge*.

1. Jalur (*path*) : merupakan koridor linear yang jelas dikenali dan dapat dirasakan oleh individu yang berjalan ataupun berkendara. *Path* berupa Jalan raya, rel kereta, gang, jalur pejalan kaki (pedestrian).
2. Batasan (*Edges*) : adalah unsur memanjang yang diperuntukkan atau dianggap sebagai jalur. Batas ini terletak diantara dua ruang tertentu dan berfungsi sebagai pemisah elemen yang memanjang, seperti dinding tembok pantai, batas rel kereta, topografi, dan lainnya.
3. Kawasan (*district*) : adalah suatu area yang memiliki karakteristik dan ciri khas tertentu dalam hal bentuk, wujud, dan polanya serta memiliki keunikan dalam garis batasnya, di mana individu merasa perlu untuk memulai atau mengakhiri pengalamannya
4. Simpul/titik temu antra jalur (*node*) : adalah area urban yang memungkinkan pergerakan ke beragam arah. Elemen ini mencakup tempat-tempat seperti stasiun kereta, persimpangan jalan, bandara dan sebagainya
5. Penanda (*landmark*) : sebagai titik acuan, umumnya obyek fisik yang mudah dikenali dalam suatu wilayah. *Landmark* ini memiliki bentuk objek yang mudah dikenali dan paling menonjol di sekitar kawasan, seperti gedung tinggi, menara, tempat ibadah gunung atau bukit, dan lainnya.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di lokasi Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra, Kabupaten Mamuju dengan responden yang berjumlah 30 orang dengan kriteria Gen Z. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode pemetaan kognisi (cognitive mapping). Teknik cognitive mapping digunakan untuk mengetahui bagaimana individu dapat memahami atau merepresentasikan suatu tempat khusus terhadap suatu kota atau kawasan. Berikut adalah langkah-langkah atau instruksi yang dilakukan peneliti kepada responden dengan menggunakan teknik cognitive mapping sebagai berikut.

1. Ketentuan melakukan cognitive mapping
  - a. *Cognitive mapping* dilakukan pada responden Gen Z, dengan rentang tahun kelahiran sekitar 1995-2009
  - b. Responden merupakan Gen Z yang pernah mengunjungi dan memiliki pengalaman beraktivitas saat berada di Kawasan Pantai Manakarra.
  - c. Pelaksanaan cognitive mapping yang dilakukan oleh responden tidak harus dilakukan di lokasi penelitian. Responden dapat melakukannya dimana saja selama kondisi memungkinkan atau memudahkan dalam pengambilan data.
2. Alat dan bahan yang digunakan dalam melakukan cognitive mapping
  - a. Peneliti akan memberikan selembar kertas kosong dengan ukuran A4 kepada responden sebagai media untuk melakukan penggambaran.
  - b. Peneliti akan memberikan pena hitam dan pena berwarna kepada responden untuk memberikan kode warna setelah melakukan penggambaran.
3. Proses Pelaksanaan melakukan cognitive mapping
  - a. Tahap 1: Pemberian Instruksi Awal/**(Introduction)**
    - Peneliti menjelaskan secara singkat tujuan melakukan cognitive mapping pada responden, yaitu menggambarkan kawasan Pantai Manakarra berdasarkan ingatan, pengalaman dan persepsi pribadi responden terhadap kawasan
    - Peneliti menegaskan bahwa melakukan cognitive mapping :
      - Tidak ada jawaban benar atau salah
      - Peta tidak harus presisi
      - Gambar dibuat berdasarkan apa yang paling diingat dan dianggap penting oleh responden
  - b. Pra-penggambaran (*Recall*)/**(Individual Brainstorming)**
    - Peneliti memberikan selembar kertas kosong kepada responden
    - Responden diminta untuk mengingat atau berpikir kembali Kawasan Pantai Manakarra selama ( $\pm 5$  menit), meliputi :
      - Area yang sering dikunjungi

- Area yang memiliki kesan atau pengalaman, baik secara personal maupun bersama dengan individu lain
  - Area yang memenuhi kebutuhan dalam berkegiatan atau beraktivitas.
  - Pada tahap ini, responden belum diperbolehkan menggambar, hanya fokus pada proses mengingat sebelum melakukan penggambaran peta kognitif.
- c. Tahap 3 : Penggambaran Peta Kognitif (*Individual Cognitive map*)
- Setelah melakukan recall. Peneliti memberikan instruksi sebelum memulai melakukan penggambaran peta kognitif.
  - Responden diminta untuk memulai penggambaran secara keseluruhan Pantai Manakarra yang areanya meliputi kawasan hasil reklamasi
  - Responden diminta untuk mulai menggambar berdasarkan ingatan, pengalaman dan persepsi pribadi responden terhadap Kawasan Pantai Manakarra.
  - Penggambaran dilakukan menggunakan peta hitam
- d. Tahap 4: Pemberian Kode Warna (*Display and Discussion*)
- Setelah melakukan penggambaran, responden diberikan pena berwarna untuk menandakan area yang bersifat elemen citra kota pada hasil gambar yang telah dilakukan.
  - Area yang ditandai atau diarsir dengan pena berwarna dilakukan berdasarkan instruksi peneliti
  - Peneliti menyediakan panduan kode warna, namun responden tetap diberi kebebasan dalam mengekspresikan persepsinya.
  - Responden diminta untuk memberikan kode warna sesuai dengan instruksi
  - Peneliti akan memberikan beberapa pertanyaan mengenai 5 elemen dari teori The Image of the City oleh Kevin Lynch berupa landmark, node, path, district dan edge. Berikut beberapa pertanyaan atau instruksi kepada responden terkait elemen citra kota.

**Tabel 1.** Intruksi Pertanyaan Elemen Citra Kota

Variabel	Warna	Instruksi
Landmark	Biru	Tunjukkan dengan cara mengarsir area berupa bangunan, penanda visual, atau fasilitas lain, yang dianggap sebagai landmark di kawasan.
Node	Orange	Tunjukkan dengan cara mengarsir area-area yang menjadi titik kumpul, tempat nongkrong favorit, tempat paling ramai atau tempat berhenti di Kawasan Pantai Manakarra, yang disebut sebagai node di Kawasan
Path	Coklat	Tunjukkan dengan cara mengarsir area-area yang menjadi jalur seperti jalan,

		jalur pejalan kaki atau lintasan yang sering dilalui. yang disebut sebagai path di Kawasan
District	Hijau	Tunjukkan dengan cara mengarsir area-area yang memiliki karakter atau fungsi tertentu seperti area bersantai, tempat kuliner, olahraga atau yang memiliki ciri khas tertentu di Kawasan, yang disebut dengan district.
Edge	Merah	Tunjukkan dengan cara mengarsir area-area mana saja yang menjadi batas-batas kawasan seperti batas antara area publik dan jalan, batas darat atau laut atau berkaitan dengan batas zona kegiatan yang berbeda, yang disebut dengan edge di Kawasan

Responden yang terpilih dalam penelitian ini merupakan Generasi Z dengan rentang tahun kelahiran 1995 hingga 2009 yang dimana generasi ini merupakan kelompok individu yang memiliki karakteristik khas dalam memaknai tempat terutama mereka melakukan aktivitas bersosialisasi, berinteraksi dan menghabiskan waktu luang yang biasa dikenal dengan istilah hangout (Wahyuni et al., 2022) sehingga ruang publik pada Kawasan Pantai Manakarra sangat penting bagi Gen Z sebagai ruang yang esensial untuk kehidupan sosial atas ketersediaan ruang untuk bersosialisasi dan hangout dengan sebaya (Cele, 2013; Aalst & Brands, 2021)

Penelitian dengan menggunakan metode cognitive mapping dilakukan untuk mengetahui gambaran spasial dari hasil ingatan atau memory mengenai suatu kawasan. Teknik pemetaan ini dilakukan dengan menangkap pemahaman individu terhadap suatu kawasan Pantai Manakarra sebagai objek penelitian. Melalui teknik ini, partisipan diminta untuk menggambarkan elemen ruang serta zona-zona tertentu yang dianggap penting atau sering mereka gunakan. Oleh karena itu, teknik pemetaan kognitif digunakan untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang memengaruhi persepsi manusia terhadap lingkungannya dengan menggunakan elemen citra kota yang dikemukakan oleh Kevin Lynch (1962).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang merupakan Generasi Z. Adapun rincian demografi responden dapat dilihat melalui Tabel 1. Dalam tabel tersebut dilihat bahwa responden lebih dominan memiliki usia berkisaran sekitar 21-25 tahun (86.7%), kemudian frekuensi kedatangan Gen Z di Kawasan Pantai Manakarra memiliki kecenderungan sering/1-2 kali sebulan atau lebih (40%). Sementara itu, responden merupakan warga lokal yang tinggal di sekitar Kawasan Pantai Manakarra. Namun

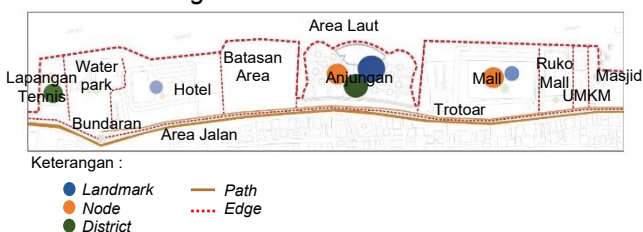
penelitian ini memiliki keterbatasan terkait dengan sebaran jenis kelamin responden yang tidak merata, yaitu 2 laki-laki (6.7%) dan 28 perempuan (93.3%).

**Tabel 2.** Demografi Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	2	6.7
	Perempuan	28	93.3
Usia	17-20 tahun	4	13.3
	21-25 tahun	26	86.7
	26-31 tahun	0	0.0
	Pertama kali	0	0.0
Frekuensi kedatangan	Kadang-kadang (setiap beberapa bulan sekali)	9	30.0
	Sering (1-2 kali sebulan atau lebih)	12	40.0
	Selalu (3 kali seminggu atau lebih)	9	30.0
	Sekitar kawasan (Kota Mamuju)	27	90.0
Domisili	Di luar kota Mamuju	3	10.0

**Analisis Elemen Citra Kawasan dalam Membentuk Persepsi Kawasan pada Gen Z**

*Cognitive map* yang telah digambarkan oleh responden sebanyak tiga puluh gambar, kemudian dianalisis berdasarkan lima elemen citra kota yang dikemukakan oleh Kevin Lynch (1962), yaitu *landmark*, *node*, *path*, *district* dan *edge*. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen tersebut membentuk persepsi kawasan pada Generasi Z. Hasil penggabungan *cognitive map* dari tiga puluh responden Gen Z kemudian divisualisasikan untuk menunjukkan pola dominasi dan sebaran elemen citra kawasan yang lebih dominan di area mana saja yang telah ditunjukkan. Hasil tiga puluh *cognitive map* yang digambarkan oleh responden dianalisis berdasarkan lima elemen kota yang disebutkan oleh Lynch (1962), yaitu *landmark*, *node*, *path*, *district* dan *edge*. Selanjutnya *cognitive mapping* dari ketiga puluh responden telah disatukan pada Gambar 1. Kemudian dapat dilihat secara lebih rinci pada Tabel analisis masing-masing elemen citra kawasan yaitu *landmark*, *node*, *path*, *district* dan *edge*



Gambar 1. Hasil *Cognitive Map* 30 Responden

**1. Landmark**

Analisis elemen *Landmark* berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang dilakukan oleh ketiga puluh

responden Gen Z pada Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra, dapat dilihat pada (Gambar 2).



Gambar 2. Elemen Landmark pada *Cognitive Mapping*

**Tabel 3.** Elemen Spasial *Landmark* pada *Cognitive Mapping*

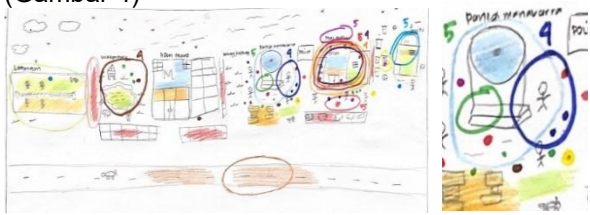
Kategori	Frekuensi	Presentase
Anjungan	15	50.0
Bundaran	1	3.3
Hotel	7	23.3
Mall	6	20.0
Masjid	1	3.3
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Pada Gambar 2, terlihat bahwa Anjungan merupakan area yang banyak dipilih sesuai dengan rincian pada Tabel 3, dengan menyajikan hasil penilaian elemen *Landmark* berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang dilakukan oleh responden Generasi Z di Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra. Tabel tersebut menunjukkan frekuensi kemunculan yang lebih dominan serta presentase masing-masing elemen *landmark* yang diidentifikasi oleh responden, sehingga dapat diketahui elemen apa saja yang paling dominan dalam membentuk persepsi kawasan.

Dari keseluruhan *landmark* yang telah ditandai oleh responden pada (Gambar 2 dan Tabel 3), *landmark* yang lebih dominan di Kawasan Pantai Manakarra ditujukan pada area Anjungan (50%), Hotel (23.3%) dan Mall (20%). Anjungan yang berada di Kawasan Pantai Manakarra merupakan area yang banyak dipilih atau lebih dominan sebagai elemen *landmark*, sehingga sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kevin Lynch (1962) bahwa *landmark* adalah ciri khas yang dikenali melalui bentuk fisik yang dominan dalam satu kawasan atau lingkungan kota. Selanjutnya elemen *landmark* yang lebih dominan ialah Hotel dan Mall yang mana merupakan bangunan yang secara visual memiliki ukuran bangunan yang lebih besar dan memiliki signage yang sangat jelas dan terlihat dari luar bangunan, sehingga bangunan tersebut memudahkan untuk mengingat bangunan serta menjadikannya patokan. Menurut Kevin Lynch (1962) bahwa kriteria pada *landmark* berupa bentuk yang jelas atau nyata, mempunyai hal unik, dan dapat diidentifikasi dengan mudah.

Dalam penelitian lain menjelaskan bahwa *landmark*, merupakan titik referensi yang dianggap eksternal bagi pengamat yang lebih mudah diidentifikasi jika terdapat beberapa keunggulan lokasi spasial (Wang et al., 2024) Oleh karena itu, berdasarkan identifikasi dari hasil *cognitive mapping*, dari segi fungsi *landmark* secara konvensional mencakup bangunan seperti Hotel, Mall dan Masjid yang merupakan bangunan secara visual sebagai penanda di lingkungan sekitarnya, kemudian pada Anjungan merupakan suatu area yang memiliki ciri khas sebagai ruang terbuka publik dan bundaran

merupakan bentuk fisik yang lebih dominan di area tersebut. Berdasarkan hasil *cognitive map* yang dipilih oleh responden, yang termasuk *landmark* pada Kawasan Pantai Manakarra dapat dilihat pada (Gambar 4)



Gambar 3. *Cognitive Map* Anjungan sebagai *landmark*



Gambar 4. Anjungan sebagai *landmark* di Kawasan Pantai Manakarra

Berdasarkan analisis *landmark*, Kawasan Pantai Manakarra merupakan area ruang publik serta bangunan-bangunan yang memiliki ketinggian lebih tinggi daripada bangunan yang ada disekitarnya. Dalam teori Kevin Lynch bahwa fitur-fitur yang sangat mencolok dalam lanskap perkotaan sangat berfungsi sebagai titik referensi eksternal untuk navigasi dan membantu individu mengorientasi diri mereka dalam perkotaan (Rizqiyah & Muhibuddin, 2025). Selain itu, Pembentukan citra sebuah kawasan tidak hanya sekedar dilihat dari kualitas fisik bangunannya, akan tetapi dapat juga dilihat dari segi kualitas fisik lingkungan yang diikuti dengan fungsi sosialnya (Setioko & Harsritanto, 2017). Fungsi sosial tersebut terlihat dari adanya ruang publik yang aktif dan mampu memwadahi berbagai aktivitas pengunjung. Dalam konteks ini, Anjungan di Kawasan Pantai Manakarra berfungsi sebagai elemen dominan yang tidak hanya menonjol secara visual, tetapi juga memiliki makna simbolik serta manfaat fungsional, keberadaannya menjadikan Anjungan sebagai *landmark* yang memperkuat identitas kawasan serta memudahkan pengguna dalam mengenali dan mengingat ruang tersebut sebagai bagian dari pengalaman spasial mereka

## 2. Node

Analisis elemen *Node* berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang dilakukan oleh ketiga puluh responden Gen Z pada Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra, dapat dilihat pada (Gambar 5).



Gambar 5. Elemen *Node* pada *Cognitive Mapping*

Tabel 4. Elemen Spasial *Node* pada *Cognitive mapping*

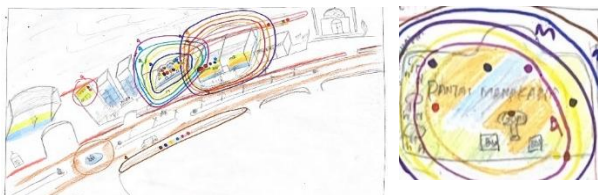
Kategori	Frekuensi	Presentase
Lapangan Tennis	4	13.3

Waterpark	1	3.3
Hotel	1	3.3
Anjungan	11	36.7
Mall	11	36.7
UMKM	1	3.3
Masjid	1	3.3
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

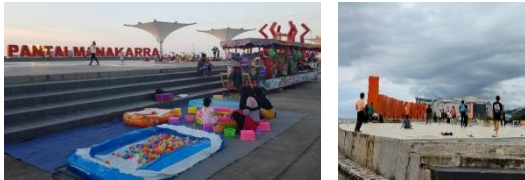
Pada Gambar 5, terlihat bahwa anjungan dan mall merupakan area yang paling banyak dipilih pada elemen *node*. Sesuai dengan Tabel 4. Menyajikan hasil penilaian elemen *node* berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang dilakukan oleh responden Generasi Z di Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra. Tabel tersebut menunjukkan frekuensi kemunculan yang lebih dominan serta presentase masing-masing elemen *node* yang diidentifikasi oleh responden.

Dari beberapa elemen *node* yang telah ditandai oleh responden pada (Gambar 5 dan Tabel 4). *Node* yang lebih cenderung didapatkan berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang telah ditandai yaitu pada area Anjungan (36.7%), Mall (36.7%) dan Lapangan Tennis (13.3%). Anjungan dan Mall merupakan area yang lebih dominan atau banyak dipilih sebagai elemen *node*. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kevin Lynch (1962) bahwa *node* ialah simpul area strategis dimana arah atau aktivitas saling bertemu atau merupakan sebuah titik perkumpulan dan titik pertemuan. Oleh karena itu, *node* yang lebih dominan seperti Anjungan, Mall dan Lapangan Tennis merupakan area yang menjadi titik kumpul atau titik strategis yang dapat dimasuki atau di akses pengamat sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kevin Lynch. Selanjutnya area Waterpark (3.3%), Hotel (3.3%), UMKM (3.3%) dan Masjid (3.3%) merupakan area yang juga dipilih sebagai elemen *node*. Namun area tersebut hanya dipilih oleh beberapa responden sebagai area yang merupakan titik pertemuan atau titik kumpul.

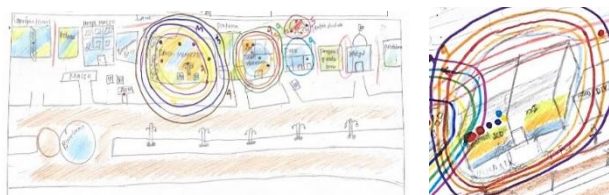
Dalam penelitiannya, (Wally, 2015 dalam Wulandari & Purwantiangning, 2022) juga mengatakan bahwa selain *node* dikatakan sebagai area yang strategis untuk saling bertemu, *node* juga memiliki hubungan yang kuat dengan *district*, karena simpul-simpul yang dominan akan memahami sifat dari *district*. *Node* menghubungkan beberapa aktivitas yang membentuk suatu ruang di dalam kota atau kawasan sehingga keberadaannya menunjukkan tempat yang cukup strategis. Sementara dalam penelitian ini, responden yang memilih area berupa Anjungan dan Mall merupakan area yang menurut gambaran mereka adalah tempat yang dijadikan sebagai titik kumpul atau titik temu dan juga sebagai tempat yang cukup strategis untuk dikunjungi di Kawasan Pantai Manakarra. Berdasarkan teori Lynch elemen pembentuk citra sudah dikelompokkan berdasarkan karakter dari objek. Oleh karena itu, apa yang sudah dikemukakan pada karakter Lynch berupa Anjungan dan Mall mengarah pada *node*. Berdasarkan hasil *cognitive map* yang dipilih oleh responden, yang termasuk *node* pada Kawasan Pantai Manakarra dapat dilihat pada (Gambar 7 dan Gambar 9).



Gambar 6. Cognitive Map Anjungan sebagai Node



Gambar 7. Anjungan sebagai Node di Kawasan Pantai Manakarra



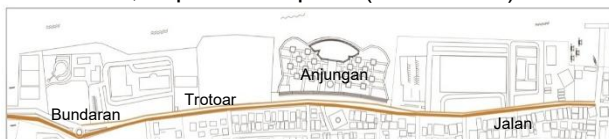
Gambar 8. Cognitive Map Mall sebagai Node



Gambar 9. Mall sebagai Node di Kawasan Pantai Manakarra

### 3. Path

Analisis elemen *path* berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang dilakukan oleh ketiga puluh responden Gen Z pada Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra, dapat dilihat pada (Gambar 10)



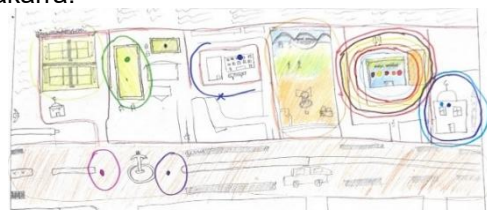
Gambar 10. Elemen Path pada Cognitive Mapping

Tabel 5. Elemen Spasial Path pada Cognitive mapping

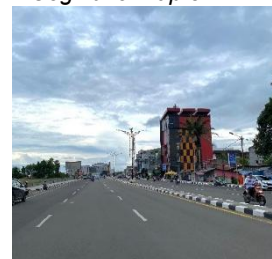
Kategori	Frekuensi	Presentase
Anjungan	1	3.3
Bundaran	3	10.0
Jalan	19	63.3
Trotoar	7	23.3
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Pada gambar 10. terlihat bahwa Jalan merupakan area yang paling banyak dipilih pada elemen *path*. Sesuai dengan Tabel 5. Menyajikan hasil penilaian elemen *path* berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang dilakukan oleh responden Generasi Z di Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra. Tabel tersebut menunjukkan frekuensi kemunculan yang lebih dominan serta presentase masing-masing elemen *path* yang diidentifikasi oleh responden Pada Tabel 5. Menunjukkan frekuensi kemunculan yang lebih dominan pada elemen *path* yaitu Jalan (63.3%) dengan frekuensi pemilihan area sebanyak 19. Jalan raya yang berada di Kawasan Pantai

Manakarra merupakan jalan utama yang dilalui oleh masyarakat atau pengguna area di sekitar kawasan. Hal tersebut mewakili mengenai apa yang dikemukakan oleh Kevin Lynch (1962) terkait ciri fisik dari *path* yaitu terdapat jalur-jalur sirkulasi yang digunakan pengamat untuk melakukan pergerakan secara umum. jalur tersebut adalah jalur yang dimana disusun atau dihubungkan di setiap titik dan tepat diseluruh kawasannya. Dalam penelitian lain (Prasetyo Febriarto, 2022) menjelaskan bahwa *path* merupakan elemen penting dalam pembentukan citra kota, dimana *path* dijadikan sebagai jalur yang dilalui dan digunakan pengamat biasanya untuk bergerak. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa *path* yang banyak tergambar dalam *cognitive map* responden ialah jalan utama yang dilalui di Kawasan Pantai Manakarra. Hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Kevin Lynch (1960) bahwa *path* harus memiliki kualitas yang dicerminkan oleh aktivitas khusus di sepanjang tepinya, kualitas spasial yang khas, tekstur fasad yang khusus. Dalam temuannya bahwa jika identitas elemen ini tidak jelas, maka setiap orang meragukan citra kota secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, *path* dapat dilihat pada (Gambar 12) di sepanjang area Kawasan Pantai Manakarra.



Gambar 11. Cognitive Map Jalan sebagai Path



Gambar 12. Jalan sebagai Path di Kawasan Pantai Manakarra

### 4. District

Analisis elemen *District* berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang dilakukan oleh ketiga puluh responden Gen Z pada Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra, dapat dilihat pada (Gambar 13).



Gambar 13. Elemen District pada Cognitive Mapping

Tabel 6. Elemen Spasial District pada Cognitive mapping

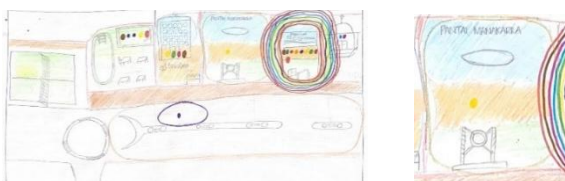
Kategori	Frekuensi	Presentase
Lapangan Tennis	10	33.3
Waterpark	3	10.0
Anjungan	13	43.3
Mall	3	10.0

Ruko Mall	1	3.3
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Pada Gambar 13. Merupakan area persebaran *district* dari hasil *cognitive mapping* oleh responden. Terlihat bahwa Anjungan merupakan area yang paling banyak dipilih sebagai elemen *district*. Pada Tabel 6. Menunjukkan hasil penilaian elemen *district* yang dipilih oleh responden Generasi Z di Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra. Tabel dibawah menunjukkan frekuensi kemunculan yang lebih dominan serta presentase masing-masing elemen *district* yang diidentifikasi oleh responden.

Dari keseluruhan *district* yang paling dominan pada (Gambar 13 dan Tabel 6) adalah area Anjungan (43.3%) dan Lapangan Tennis (33.3%). Berdasarkan teori Kevin Lynch pada elemen *district*, elemen ini memiliki ke khasan sendiri yang dapat dengan mudah terlihat secara visual dan *sense of place*. Maka dari itu area Anjungan merupakan area yang lebih dominan karena memiliki ciri khas dan visual yang sangat terlihat dibandingkan area lainnya, dimana area tersebut merupakan area yang sangat luas yang dijadikan sebagai pusat aktivitas dan memiliki visual yang langsung terlihat pada area tersebut. Kemudian *district* lain yang terlihat pada area Lapangan Tennis yang dimana merupakan area yang mempunyai ciri khas serta memiliki karakteristik berbeda dibandingkan area lainnya. Pada area ini digunakan sebagai tempat berolahraga dibandingkan area lainnya yang digunakan sebagai tempat hiburan dan sebagainya. Selain itu, *district* lain terlihat pada Tabel 6. Menunjukkan area Waterpark (10%), Mall (10%) dan Ruko Mall (3.3%) yang juga disebutkan oleh responden sebagai elemen *district*.

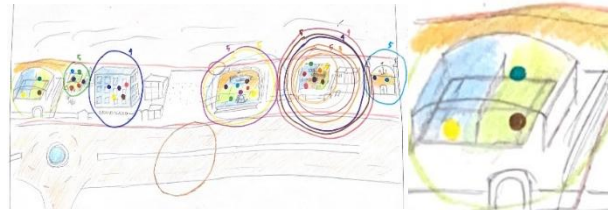
Berdasarkan analisis *district*, bahwa *district* merupakan area yang memiliki karakter *homogen*. *Disctrict* yang lebih mudah dikenali apabila ditemukan area yang memiliki fungsi, posisi yang jelas serta batasnya memiliki desain. *District* pada Kawasan Pantai Manakarra yang didapatkan dari hasil *cognitive map* oleh responden menunjukkan area-area yang memiliki fungsi berbeda seperti area ruang terbuka publik, area olahraga maupun area perdagangan dan jasa. Penelitian lain menunjukkan bahwa kawasan tersebut diidentifikasi berdasarkan pemanfaatan bangunan di setiap zona. Kawasan biasanya diklasifikasikan ke dalam kawasan komersial, kawasan hunian, dan fasilitas umum (Rizqiyah & Muhibuddin, 2025). Sesuai dengan yang dikemukakan dalam teori Lynch bahwa *District* merupakan bagian kota yang memiliki karakter homogen serta kegiatan khusus yang dapat dengan mudah dikenali pengamat. Dalam penelitian ini, *district* dapat dilihat pada (Gambar 15) di sepanjang area Kawasan Pantai Manakarra.



Gambar 14. *Cognitive Map* Anjungan sebagai *District*



Gambar 15. Anjungan sebagai *District* di Kawasan Pantai Manakarra



Gambar 16. *Cognitive Map* Lapangan Tennis sebagai *District*



Gambar 17. Lapangan Tennis sebagai *District* di Kawasan Pantai Manakarra

### 5. Edge

Analisis elemen *Edge* berdasarkan hasil *cognitive mapping* yang dilakukan oleh ketiga puluh responden Gen Z pada Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra, dapat dilihat pada (Gambar 18).



Gambar 18. Elemen *Edge* pada *Cognitive Mapping*

Tabel 7. Elemen Spasial *Edge* pada *Cognitive mapping*

Kategori	Frekuensi	Presentase
Lapangan Tennis	2	6.7
Area Laut	13	43.3
Area Jalan	5	16.7
Batasan Area	5	16.7
Area Masjid dan UMKM	2	6.7
Area Lapangan Tennis dan Waterpark	1	3.3
Hotel	1	3.3
Anjungan	1	3.3
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Pada Gambar 18. Merupakan area persebaran *edge* yang terpilih dari hasil *cognitive mapping* oleh responden. Terlihat bahwa area laut merupakan elemen *edge* yang paling mudah dikenali responden sebagai batasan. Pada Tabel 7. Menunjukkan hasil penilaian elemen *edge* yang dipilih oleh responden Generasi Z di Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra. Tabel dibawah menunjukkan frekuensi kemunculan yang lebih dominan serta presentase

masing-masing elemen edge yang diidentifikasi oleh responden.

Dari beberapa elemen edge yang telah ditandai pada (Gambar 18 dan Tabel 7), area laut merupakan area yang lebih dominan dipilih sekitar (43.3%). Menurut Kevin Lynch (1962), elemen *edge* merupakan tepian/penghalang yang menutup atau memisahkan bagian kota dengan bagian lainnya, seperti garis tepian kota yang berhenti di sepanjang tepian sungai (front rive area) atau bibir pantai, sehingga edge yang kuat pada kawasan memiliki identitas yang lebih baik serta tampak jelas batasnya. Seperti halnya dengan Area Jalan (16.7%) dan Batasan Area Bangunan (16.7%) memiliki fungsi batasnya yang sangat jelas, membagi atau menyatukan area. Oleh karena itu, teori yang dikemukakan oleh Kevin Lynch bahwa elemen *edge* terbentuk karena adanya pengaruh baik dari fasad bangunan, kondisi alam, maupun karakteristik yang tercipta pada fungsi kawasan. Selain itu, edge lain terlihat pada Tabel 7. Menunjukkan area Lapangan Tennis (6.7%), area Masjid dan UMKM (6.7%). Area Lapangan Tennis dan Waterpark (3.3%), hotel (3.3%), anjungan (3.3%) yang juga disebutkan oleh responden sebagai elemen edge.

Berdasarkan uraian diatas, bahwa batasan yang terlihat merupakan sisi yang menerus dan bentuknya linear. Bentuk visual *edge* pada Kawasan diperjelas oleh bentang lebar, jalurnya yang panjang serta menerus. Maka dari itu penelitian ini menemukan *edge* berada pada batasan area antar darat dan laut, dimana batasan ini merupakan garis pemisah yang ditemukan di Kawasan Pantai Manakarra. Penelitian lain juga menjelaskan bahwa *edge* atau batas yang muncul terlihat berupa adanya garis pemisah antara satu area dengan area lain, seperti antara jalan dan taman, kawasan perumahan dengan kawasan komersial, selain itu elemen *edge* dapat berupa pantai, dinding deretan bangunan atau jajaran pohon/lanskap (Umar, 2022). Berdasarkan teori Kevin Lynch menjelaskan bahwa *edge* adalah elemen identitas yang kuat karena memiliki kesan visual yang sangat jelas. Dalam penelitian ini, *edge* dapat dilihat pada (Gambar 20) di sepanjang area Kawasan Pantai Manakarra.



Gambar 19. Cognitive Map Area Laut sebagai Edge



Gambar 20. Area Laut sebagai Edge di Kawasan Pantai Manakarra

### Interpretasi Perspektif Generasi Z dalam Menentukan Area pada Elemen Citra Kawasan di Kawasan Reklamasi Pantai Manakarra

Elemen Citra Kawasan yang lebih dominan pada setiap variabel, yaitu *landmark*, *node*, *path*, *district* dan *edge* diperoleh dari perspektif Gen Z terhadap Kawasan. Analisis yang dilakukan pada bagian ini dengan melihat kecenderungan jawaban responden yang menggambarkan alasan dari pemilihan area yang mereka pilih pada *cognitive mapping*. Melalui penyajian data pada Tabel 3, terlihat bahwa setiap elemen citra kawasan memiliki ciri khas masing-masing yang memengaruhi cara responden dalam memaknai dan memilih area tertentu. Pada tabel dibawah ini, akan dibahas lebih lanjut mengenai alasan-alasan yang melatarbelakangi pilihan tersebut pada masing-masing elemen citra kawasan.

Tabel 8. Perspektif Gen Z terhadap Elemen Citra Kawasan pada Kawasan Pantai Manakarra berdasarkan Analisis Kata yang dominan

Variabel	Landmark
Perspektif Gen Z	
<b>Pembahasan</b>	
Berdasarkan perspektif Gen Z pada Kawasan Pantai Manakarra, bahwa elemen <i>landmark</i> pada kawasan tersebut didominasi oleh keberadaan ikon berupa gong dan area yang berada di dekat pantai yang dianggap sebagai simbol utama kawasan. Gen Z memilih area tersebut karena ikon yang dikenal di kawasan tersebut merupakan ikon berupa Gong Perdanaian, dimana ikon tersebut memiliki bentuk yang mencolok, mudah dikenali serta sering dijadikan titik acuan dalam mengingat lokasi atau kawasan tersebut. Sehingga elemen <i>landmark</i> yang banyak dipilih Gen Z yaitu pada area anjungan karena area tersebut terdapat ikon berupa Gong yang menjadi titik acuan atau paling mudah dikenali di kawasan tersebut.	
Variabel	Node
Perspektif gen Z	
<b>Pembahasan</b>	
Berdasarkan perspektif Gen Z pada Kawasan Pantai Manakarra, bahwa elemen <i>node</i> pada kawasan tersebut lebih banyak dipilih berupa area dengan aktivitas seperti perbelanjaan, kuliner dan tempat berkumpul (nongkrong). Hal tersebut menunjukkan bahwa Gen Z cenderung memilih <i>node</i> berupa area yang memiliki fasilitas pendukung yang digunakan untuk mawadahi aktivitas dan kegiatan yang mereka lakukan, kemudian dijadikan sebagai tempat untuk berinteraksi sosial dan menjadi titik pertemuan. Dengan demikian, elemen <i>node</i> yang banyak dipilih Gen Z yaitu pada area anjungan dan mall, dimana area	



- Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability*, 14(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/17549175.2020.1737181>
- Alif Faricha Almadina, S. R. M. (2023). *THE USE OF PHYSICAL SETTING PREFERENCE BY GENERATION Z IN PUBLIC OPEN SPACE*. 06(02), 240–255.
- Arridha Alin Himmati, H. E. K. (2025). *Motivasi dan Preferensi Generasi Z di Bandung Timur terhadap Tempat Hangout: Pendekatan Grounded Theory*. 20, 12–23.
- Bado, B., Tahir, T., & Supatminingsih, T. (2023). *Studi Social Climber Gen-Z dan Perilaku Ekonominya*. 4(1).
- Golledge, R.G.; Spector, A.N. *Comprehending the Urban Environment: Theory and Practice*. *Geogr. Anal.* 1978, 10, 403–426
- Hantono, D., & Hakim, A. H. (2019). *Identifikasi Elemen Fisik Ruang Publik yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Visual Kawasan Kota Tua Jakarta*. *EMARA: Indonesian Journal of Architecture*, 5 Nomor 2.
- Holahan. (1982). *Environmental Psychology*. New York: Random House.
- Kevin Lynch. (1960). *THE IMAGE OF THE CITY*. (cetakan pertama 1960 ed). the United States of America: The M.I.T. Press.
- Muuzi, M., Surya, B., & Saleh, H. (2023). *Pengaruh Transformasi Spasial Terhadap Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Dan Penurunan Kualitas Lingkungan Pada Wilayah Pinggiran Kecamatan Betoambari Kota Baubau*. *Urban and Regional Studies Journal*, 5(2), 212–229. <https://doi.org/10.35965/ursj.v5i2.2698>
- Nenny Wahyuni, Derinta Entas, Lioe Lyly Soemarni, M. S. (2022). *FAKTOR MEMILIH TEMPAT HANGOUT (KONGKOW) GENERASI*. 15(2), 378–383.
- Oblinger, D. G., & Oblinger, J. L. (2005). *Educating the Net Generation*.
- Prasetyo Febriarto, N. F. (2022). *Identifikasi path sebagai bagian penting pembentuk citra kota di koridor jalan monдорakan kotagede yogyakarta*. 23(2), 15–32.
- Ramadhani, A., Yoga, M., Rayhan, P., & Fatimah, E. (2025). *Persepsi Masyarakat terhadap Eksistensi Kampung Arab di Kawasan Pekojan, Jakarta: Pemetaan Perilaku dan Citra Kognitif*. 5(2), 109–118.
- Rizqiyah, U. H., & Muhibuddin, A. F. (2025). *Identifikasi Elemen Citra Kota Menurut Teori Kevin Lynch pada Koridor Jalan Sulawesi di Kota Makassar*. *Identification of City Image Elements according to Kevin Lynch 's Theory on the Sulawesi Street Corridor in Makassar City*. 7(2), 86–90. <https://doi.org/10.35965/ursj.v7i2.5721>
- Rozina Spinnoy, Romina Rodela, Tiisetso Mofokeng, A. S. (2024). *Empowering young people in shaping an intersectional future for public space*. *The Journal of Public Space*, 9, 115–124.
- Setioko, B., & Harsritanto, B. I. R. (2017). *Transformasi Bentuk Dan Pola Ruang Komunal Di Kota Lama Semarang*. 17, 11–16.
- Tri Seprianto, Ahmad Baqir A, Puan Jati M, V. V. (2025). *Kajian Elemen-Elemen Pembentuk Citra Kota Berdasarkan Cognitive Mapping*. 7(2024), 40–49.
- Umar, I. (2022). *Identifikasi Elemen Pembentuk Citra Kota Marisa Menurut Teori Kevin Lynch Indriani*. *TOBA (Journal of Tourism, Hospitality and Destination)*, 1(4), 175–178. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i4.1648>
- Wang, J., Shi, Y., & Xu, W. (2024). *Identification of Spatial and Symbolic City Image Elements Through Social Media Data : A Case Study of Hangzhou*.
- Widyawati, K. (2017). *Citra Kawasan Taman Kencana dalam Persepsi Masyarakat terhadap Ruang Kota Kolonial*. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 6.
- Wulandari, P. S., & Purwantiastning, A. W. (2022). *JAWA BARAT STUDY OF CITY IMAGE ELEMENTS IN BEJI AREA DEPOK WEST JAWA*. 20(1), 22–31.