

# LITERATURE REVIEW: DINAMIKA EMOSIONAL CITY PRIDE WARGA KOTA PADA CITY IMAGE MELALUI PLACE ATTACHMENT THEORY

Oleh:

**Muhamad Ikbal Sultoni**

Program Studi Psikologi, Universitas Pendidikan Indonesia

<sup>1</sup>Email: [ikbalsultoni@gmail.com](mailto:ikbalsultoni@gmail.com)

## ARTICLE INFO

### Article History:

Naskah Masuk : 16 Februari 2025

Naskah Direvisi : 20 Maret 2025

Naskah Disetujui : 16 April 2025

Tersedia Online : 22 April 2025

### Keywords:

Place Attachment, City Pride, City Image, Environmental Psychology, Psychological Dynamics

### Kata Kunci:

Place Attachment, City Pride, Citra Kota, Psikologi Lingkungan, Dinamika Psikologis



This is an open access article under the CC BY. SA

Copyright © 2025 by Author. Published by Samsara Publishing House

## ABSTRACT

*From the perspective of psychology, especially Environmental Psychology, the phenomenon of citizens' pride in their city is interesting to study because it shows the complexity of the interaction between humans and their urban environment, which involves cognitive, affective and behavioural aspects. This study examines to examine the mechanism of emotional dynamics of the city's sense of pride to the city, and the relation of the city image of the city through the perspective of place attachment theory. The method used is a Literature Review with Narrative Review approach that allows a broader exploration of the topic and as as flexibility in synthesizing reference sources. The scope of the study includes Place attachment theory which provides a conceptual framework to understand how citizens' pride in their city is formed and developed through the dynamic interaction between five main dimensions: attachments, placement, actors, social relationships, and temporal. The results showed that the formation of city pride is a complex and multidimensional process, beginning with a positive city image which then triggers the process of place attachment through the involvement of affective, cognitive, and practical aspects. Citizen satisfaction arising from a positive city image acts as a catalyst for increasing attachment to the city, which is then manifested in the form of city pride. This research provides theoretical contributions to understanding the relationship between city image, place attachment, and city pride, as well as practical implications for the development of urban Policy and sustainable urban development strategies.*

## ABSTRAK

Dari perspektif psikologi, khususnya psikologi lingkungan, fenomena kebanggaan warga terhadap kotanya menarik untuk dikaji karena menunjukkan kompleksitas interaksi antara manusia dengan lingkungan urbannya, yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan behavioral. Penelitian ini berfokus untuk mengkaji mekanisme dinamika emosional rasa bangga warga kota kepada kotanya, dan kaitannya *city image* dari kota tersebut melalui perspektif *place attachment theory*. Metode yang digunakan adalah *Literature Review* dengan pendekatan *Narrative Review* yang memungkinkan eksplorasi topik yang lebih luas serta fleksibilitas dalam menyintesis sumber-sumber referensi. Ruang lingkup penelitian mencakup *Place attachment theory* yang menyediakan

kerangka konseptual untuk memahami bagaimana kebanggaan warga terhadap kotanya terbentuk dan berkembang melalui interaksi dinamis antara lima dimensi utama: *attachments*, *placement*, *actors*, *social relationships*, dan *temporal*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan *city pride* merupakan proses yang kompleks dan multidimensional, diawali dengan adanya *city image* yang positif yang kemudian memicu proses *place attachment* melalui keterlibatan aspek afektif, kognitif, dan praktikal. Kepuasan warga yang timbul dari *city image* yang positif berperan sebagai katalis dalam meningkatkan keterikatan dengan kota, yang kemudian termanifestasi dalam bentuk *city pride*. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pemahaman hubungan antara *city image*, *place attachment*, dan *city pride*, serta implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan urban dan strategi pembangunan kota yang berkelanjutan.

## I. PENDAHULUAN

Era urbanisasi yang pesat telah mengubah cara manusia berinteraksi dengan lingkungan kotanya, menciptakan dinamika kompleks antara warga dan ruang urban yang mereka huni. Transformasi ruang kota tidak hanya berdampak pada aspek fisik, tetapi juga mempengaruhi hubungan psikologis antara warga dengan kotanya. Dalam psikologi lingkungan, hubungan antara warga dengan kotanya bukan sekadar interaksi fisik, melainkan melibatkan dimensi psikologis yang mendalam, mencakup aspek kognitif, afektif, dan behavioral. Kevin Lynch mendefinisikan *city image* sebagai representasi mental yang terbentuk dari interaksi dua arah antara pengamat dan lingkungannya, di mana kota tidak hanya dilihat sebagai objek fisik tetapi juga produk dari persepsi dan interpretasi warganya (Kweon et al., 2022)

Lynch dalam karyanya yang fundamental "*The Image of the City*", menegaskan bahwa citra kota terbentuk melalui proses dua arah antara pengamat dan lingkungannya, ini merupakan sebuah konsep yang terus dikembangkan oleh peneliti kontemporer (Bianconi et al., 2022). Citra kota yang positif dapat memperkuat rasa bangga warga terhadap komunitasnya, meningkatkan kohesi sosial, dan memotivasi partisipasi aktif dalam kegiatan kota. Sebaliknya, citra kota yang negatif, seperti adanya perasaan ketidakamanan dapat memicu alienasi sosial, menurunkan kesejahteraan psikologis, dan sering merasa terdorong untuk berbohong tentang asal mereka untuk menghindari komentar negatif. Namun, dengan melakukan *rebranding*, citra (*image*) kota menjadi positif yang berhasil dapat meningkatkan kebanggaan dan rasa kepemilikan warga terhadap kotanya (Jørgensen & Hannibal, 2023).

Konsep dari Lynch ini terus berkembang hingga penelitian terkini oleh Erkan et al. (2024) yang mengeksplorasi bagaimana *place attachment* dan interaksi sosial berperan dalam membangun ketahanan komunitas di lingkungan urban, khususnya dalam skala tetangga.

*Place attachment* merupakan konsep penting dalam memahami hubungan emosional antara manusia dan lingkungan urbannya. Pemahaman tentang *place attachment* dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan psikologis warga dalam lingkungan urban menjadi semakin krusial seiring dengan pesatnya perkembangan kota. *Place attachment* ini memiliki pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan subjektif warga, terutama dalam konteks kota-kota yang berkembang pesat (Yang et al., 2023b).

Perkembangan penelitian tentang hubungan emosional antara manusia dan lingkungan urban telah mengalami evolusi signifikan. Low dan Altman memberikan fondasi konseptual *place attachment* yang kemudian dikembangkan oleh peneliti-peneliti kontemporer (Razem, 2020). Peng et al. (2020) mengungkapkan evolusi makna *place identity* dalam konteks urban kontemporer, menunjukkan bagaimana identitas tempat berperan penting dalam membentuk persepsi dan *attachment* warga terhadap kotanya. Temuan ini diperkuat oleh Sebastien (2020) yang mengeksplorasi kekuatan tempat dalam memahami *place attachment* dan maknanya bagi warga kota. Dalam konteks yang lebih spesifik, Westerholt et al. (2022) menemukan bahwa terdapat hubungan *place attachment* dengan perilaku pro-lingkungan pada fasilitas urban, menunjukkan bagaimana keterikatan pada tempat dapat mempengaruhi perilaku dan kepedulian warga terhadap ruang publiknya.

Perkembangan terbaru dalam *place attachment theory* oleh Hernández et al. (2020) mengusulkan model integratif yang menggabungkan dimensi fisik, sosial, dan digital dalam pembentukan keterikatan tempat. Model ini diperkuat oleh temuan empiris yang mengidentifikasi bahwa keterikatan tempat di era modern melibatkan interaksi kompleks antara pengalaman langsung, representasi digital, dan narasi kolektif (Simmons et al., 2024).

Di Masso et al. (2019) mengeksplorasi kompleksitas *place attachment* dalam era mobilitas global yang meningkat, menunjukkan bagaimana ikatan dengan tempat tetap relevan bahkan dalam masyarakat yang semakin *mobile*. Chan & Diehl (2022) lebih lanjut mengembangkan pemahaman ini dengan mengeksplorasi implikasi kelekatan emosional warga terhadap tempat-tempat urban bagi kesejahteraan dan perencanaan kota. Studi terkini oleh Arifwidodo & Chandrasiri (2023) memperkuat pentingnya ruang hijau urban dalam membentuk *place attachment* dan kesejahteraan warga, memberikan perspektif baru dalam memahami hubungan antara manusia dan lingkungan kotanya.

Raymond & Gottwald (2020) mengidentifikasi adanya kompleksitas dalam memahami manfaat dan biaya sosial dari keterlibatan warga dalam pembentukan *attachment* dengan kotanya. Kesenjangan dalam pemahaman ini semakin relevan mengingat peran krusial *place attachment* dalam pembentukan identitas kota dan kebanggaan warga. Dalam perkembangan kajian *place attachment*, *city pride* muncul sebagai salah satu manifestasi penting dari

keterikatan warga dengan kotanya. Ini menunjukkan bahwa kebanggaan yang terkait dengan tempat dapat menjadi manifestasi dari keterikatan individu terhadap tempat tersebut.

*Literature review* ini diperlukan untuk mengisi kesenjangan pemahaman tentang dinamika emosional dalam konteks urban kontemporer. Dengan memanfaatkan perspektif psikologi lingkungan, penelitian ini berupaya mengintegrasikan temuan-temuan mutakhir tentang hubungan antara *city pride*, *city image*, dan *place attachment*. Urgensi penelitian ini menekankan pentingnya memahami attachment emosional warga untuk perencanaan kota yang lebih efektif. Selain itu, studi ini dapat memberikan kontribusi pada perancangan *Smart City* dan *City Branding* yang lebih humanis.

Pemahaman tentang proses terciptanya dinamika emosional dalam pembentukan *city pride* ini memiliki implikasi praktis yang signifikan. Yang et al. (2023a) menemukan bahwa kota-kota yang berhasil mengintegrasikan pemahaman psikologis dalam strategi pembangunannya menunjukkan tingkat kohesi sosial dan resiliensi komunitas yang lebih tinggi. Temuan ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan aspek psikologis dan emosional dalam perencanaan dan pengembangan kota modern.

Fenomena menarik dalam kajian *place attachment* terlihat pada komunitas-komunitas yang memiliki tingkat keterikatan yang tinggi dengan tempat tinggalnya. Warga dengan tingkat *place attachment* yang kuat cenderung mempertahankan keterikatan mereka dengan tempat tinggal meskipun menghadapi berbagai risiko dan tantangan, termasuk ancaman bencana alam. Mereka mengembangkan rasa aman yang mendalam dengan tempat tinggal mereka dan menunjukkan resistensi terhadap gagasan untuk berpindah, bahkan ketika dihadapkan pada potensi bahaya (Lie et al., 2023) Fenomena ini menggambarkan bagaimana *place attachment* dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan perilaku warga, serta menegaskan kuatnya dimensi psikologis dalam hubungan antara manusia dengan lingkungan tempat tinggalnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan konseptual terkini dari *city image*, *place attachment*, dan *city pride* dalam konteks psikologi lingkungan. Penelitian ini berfokus mengidentifikasi mekanisme psikologis kontemporer yang menghubungkan persepsi warga terhadap *city image* dengan pembentukan *city pride* yang dilihat dari *Place Attachment Theory* sebagai mediator dalam era urban yang semakin kompleks, serta mengembangkan kerangka konseptual terintegrasi yang relevan dengan tantangan urbanisasi kontemporer. *Literature review* ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang proses bagaimana mekanisme terciptanya dinamika emosional warga kota dalam konteks urban kontemporer, dengan implikasi praktis bagi pengembangan kota yang lebih manusiawi dan berkelanjutan.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *narrative review*, yaitu jenis *literature review* yang bertujuan untuk memberikan pemahaman konseptual dan sintesis kritis terhadap topik tertentu melalui analisis deskriptif dan interpretatif. *Narrative review* memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi konsep-konsep dan teori-teori yang relevan tanpa terikat pada kriteria inklusi yang ketat, sebagaimana pada *systematic review*. Pendekatan ini dipilih karena fleksibilitasnya dalam mencakup beragam jenis literatur, mulai dari artikel penelitian hingga laporan praktik, serta kemampuannya untuk menghasilkan interpretasi yang komprehensif terkait hubungan antara *city image*, *place attachment*, dan *city pride* dalam konteks psikologi lingkungan. Berbeda dengan *systematic review* atau meta-analisis, *narrative review* lebih kualitatif dan menekankan pada pengembangan narasi yang koheren untuk menghubungkan temuan-temuan yang beragam (Sukartini et al., 2023). Dalam penelitian ini, literatur yang digunakan bersumber dari jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian yang diakses melalui basis data seperti Web of Science, Scopus, PubMed, dan Springer, dengan fokus pada literatur 5 tahun terakhir. Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk mengeksplorasi dan menyintesis mekanisme proses dinamika psikologis warga kota dalam konteks urbanisasi modern.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Dinamika Emosional Pembentuk *City Pride*

Manusia memiliki kecenderungan membentuk ikatan emosional dengan tempat tinggal mereka secara alami. Hubungan emosional antara warga dengan kotanya terbentuk melalui akumulasi pengalaman hidup, memori personal, dan interaksi sosial yang bermakna dalam ruang urban. Kebanggaan terhadap kota tidak hanya muncul dari keindahan fisik atau kelengkapan fasilitas, tetapi juga dari proses pemaknaan mendalam yang melibatkan aspek historis, kultural, dan sosial (Sebastien, 2020)).

Di era perkembangan kota yang semakin pesat, fenomena transformasi ruang urban telah menghadirkan dinamika baru dalam pembentukan ikatan emosional ini. Jaššo & Petříková (2019) mencatat bahwa di tengah pesatnya pembangunan *smart city* dan modernisasi urban, warga justru menunjukkan kebutuhan yang semakin kuat untuk memiliki koneksi bermakna dengan kotanya. Hal ini terlihat dari munculnya berbagai gerakan komunitas urban yang menunjukkan kepedulian terhadap preservasi identitas kota, seperti upaya pelestarian bangunan bersejarah, revitalisasi ruang publik, dan penguatan nilai-nilai lokal.

Penelitian ini menemukan bahwa dinamika emosional *city pride* yang terbentuk melalui *city image* yang memiliki pola kompleks dan multidimensional. Keterikatan warga dengan kotanya terbentuk melalui proses kognitif dan afektif yang saling berkaitan, di mana pengalaman personal bertemu dengan narasi kolektif kota. Narasi kolektif kota merupakan cerita bersama dan pemahaman kolektif yang terbentuk dari akumulasi pengalaman, sejarah, dan nilai-nilai yang dihayati bersama oleh warga kota. Hal ini mencakup tidak hanya sejarah dan pencapaian kota, tetapi juga nilai-nilai yang melekat pada warganya, karakteristik khas, dan identitas yang membedakan kota tersebut dari kota lain, sehingga menciptakan ikatan emosional yang lebih mendalam antara warga dengan kotanya. Hal ini terlihat dari bagaimana warga tidak hanya merespons aspek fisik kota, tetapi juga mengembangkan ikatan emosional melalui proses pemaknaan yang mendalam.

Dalam konteks psikologi lingkungan, *city image* menjadi elemen penting dalam pembentukan *place attachment*, di mana persepsi positif terhadap kota dapat memperdalam keterikatan emosional warga terhadap tempat tinggal mereka. Hal ini diperkuat oleh penelitian Y. Li et al. (2021), yang menemukan bahwa *city image* yang kuat dan positif berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan subjektif serta membangun rasa bangga kolektif di antara warga. *City image* yang positif membuat warganya bangga dan menimbulkan perasaan memiliki sehingga *image* dari kotanya tersebut juga merupakan bagian dari identitas dirinya.

### 3.2 Analisa *City Pride* Berdasarkan Dimensi *Place Attachment Theory*

Jika dilihat dari *Place Attachment Theory*, temuan penelitian menunjukkan bahwa kebanggaan warga terhadap kotanya muncul dari interaksi dinamis antara memori personal dan identitas kolektif. *Place attachment* berperan sebagai jembatan yang menghubungkan persepsi warga terhadap *city image* dengan pembentukan *city pride*. Proses ini melibatkan tidak hanya evaluasi kognitif terhadap kualitas dan fasilitas kota, tetapi juga resonansi emosional dengan nilai-nilai yang tertanam dalam ruang urban.

Penelitian ini menyajikan hasil analisa bentuk dinamika psikologis melalui dimensi-dimensi *Place Attachment Theory* dalam **Tabel 1.1**.

---

Dimensi <i>Place Attachment</i>	
1) Attachments	a) Afektif <ul style="list-style-type: none"><li>○ Mencakup respon emosional warga terhadap kotanya</li><li>○ Melibatkan perasaan bangga, nyaman, dan rasa memiliki</li><li>○ Terbentuk melalui pengalaman positif dalam</li></ul>

---

---

	<p>ruang urban</p> <p>b) Kognitif</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Memori individual atau kolektif tentang pengalaman dan kenangan yang pernah terjadi di kota</li><li>○ Mencakup pengetahuan tentang sejarah dan identitas kota</li><li>○ Pemaknaan personal terhadap identitas kota</li><li>○ Analisis komparatif dengan kota-kota lain</li></ul> <p>c) Praktik</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Manifestasi perilaku dari keterikatan dengan kota</li><li>○ Keterlibatan aktif dalam kegiatan komunitas</li><li>○ Upaya menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan kota</li></ul>
2) Placement	<p>a) Scale</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Keterikatan pada lingkungan, mulai dari lingkungan terdekat hingga kota secara keseluruhan</li><li>○ Variasi keterikatan pada level lingkungan sekitar, desa, kecamatan, hingga kota</li><li>○ Hubungan antara skala pengalaman spasial dan intensitas keterikatan pada diri individu</li></ul> <p>b) Specificity</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Keterikatan pada tempat-tempat tertentu yang bermakna khusus</li><li>○ Lokasi yang memiliki nilai historis atau personal</li><li>○ <i>Landmark</i> atau ruang publik yang menjadi identitas kota</li></ul> <p>c) Tangibility</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Munculnya kepuasan karena aspek fisik yang ada dalam kota. Misalnya lahan terbuka hijau, dll</li><li>○ Apresiasi elemen arsitektur dan desain urban</li><li>○ Rasa syukur akan infrastruktur dan fasilitas kota yang sudah ada</li></ul>
3) Actors	<p>a) Individual</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Inisiatif personal individu memperkenalkan kotanya</li><li>○ Rasa memiliki terhadap kota dan menjadi bagian dari identitas diri</li><li>○ Kontribusi individu untuk kotanya, seperti mengharumkan nama kotanya melalui prestasi-prestasi individual</li></ul> <p>b) Kelompok</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Identitas kolektif dalam komunitas urban</li><li>○ Komunitas yang mendokumentasikan, mempromosikan, dan mengangkat identitas lokal suatu kota</li></ul>

---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Perasaan kekeluargaan dengan individu yang berasal dari kota yang sama meskipun sedang di luar kota tersebut</li> </ul> <p>c) Budaya</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kebanggaan atas pengakuan warisan budaya</li> <li>○ Nilai-nilai kultural yang membentuk persepsi dalam modernitas</li> <li>○ Tradisi dan praktik budaya dalam konteks urban</li> <li>○ Pelestarian identitas yang masih terjaga</li> </ul>
4) Social Relationships	<p>a) Interpersonal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Berbagi cerita dan promosi kota di media sosial</li> <li>○ Merekomendasikan destinasi lokal</li> <li>○ Diskusi tentang perkembangan kota</li> </ul> <p>b) Group Level</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kolaborasi komunitas dalam kegiatan dalam kota</li> <li>○ Gerakan kolektif mendukung citra kota</li> <li>○ Pembuatan program bersama yang bertujuan memajukan kota</li> </ul> <p>c) Cultural Level</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hubungan lintas budaya dalam konteks urban</li> <li>○ Integrasi nilai-nilai budaya dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari</li> <li>○ Harmoni sosial dalam keberagaman</li> <li>○ Acara kesenian berbasis kearifan lokal</li> </ul>
5) Temporal	<p>a) Linear</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Perkembangan <i>attachment</i> seiring lamanya tinggal di kota</li> <li>○ Peningkatan kebanggaan seiring pembangunan</li> <li>○ Perubahan persepsi dari sekadar tempat tinggal menjadi "rumah"</li> </ul> <p>b) Cyclical</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Festival rutin berbasis kearifan lokal</li> <li>○ Tradisi yang melekat pada individu dan menjadi gaya menjalani kehidupan sehari-hari</li> <li>○ Perayaan ulang tahun kota yang melibatkan partisipasi warga</li> <li>○ Kolaborasi warga dengan pemerintah dalam pembentukan <i>City Branding</i></li> </ul>

**Tabel 1.1** Tabel Analisa Berdasarkan Dimensi *Place Attachment*

Dalam konteks komunitas urban juga *city pride* berlaku pada individu atau warga yang bahkan sudah tidak tinggal di kota tersebut. Individu dari suatu kota cenderung bangga dan memiliki rasa kekeluargaan yang tinggi terhadap sesama individu yang berasal dari kota yang sama. Individu-individu tersebut cenderung membuat komunitas atau kelompok

berdasarkan kesamaan latar belakang asal daerah mereka tersebut, mereka merasa terdapat kesamaan identitas dari hal tersebut. Dengan adanya kesamaan identitas sosial tersebut, melalui identitas sosial yang kuat dapat mempengaruhi peningkatan kesejahteraan mental (Maricchiolo et al., 2021). Manusia memiliki kecenderungan untuk mengorientasikan diri terhadap lingkungan sosial-fisik berskala tempat ketika membangun definisi dirinya. Ini menggambarkan pentingnya hubungan psikologis dengan tempat secara umum dalam pengertian seseorang tentang siapa mereka, lingkungan sosial-fisik individu berpengaruh terhadap kepribadian khususnya dalam mendefinisikan dirinya sendiri (Berze & Dúll, 2024).

### 3.3 Pembahasan Hasil Analisa dari Tiap Dimensi *Place Attachment Theory*

Berdasarkan hasil analisis terhadap dinamika emosional *city pride* pada *city image* melalui *place attachment theory*, ditemukan kompleksitas hubungan antara warga dengan kotanya yang termanifestasi dalam berbagai dimensi. *Place attachment theory* menyediakan kerangka konseptual yang komprehensif untuk memahami bagaimana kebanggaan warga terhadap kotanya terbentuk dan berkembang. Setiap dimensi dalam teori ini terdiri dari *Attachments*, *Placement*, *Actors*, *Social Relationships*, dan *Temporal*. Dimensi-dimensi tersebut memberikan perspektif unik tentang bagaimana *city image* berperan dalam membentuk *city pride*. Analisis mendalam terhadap masing-masing dimensi dan subdimensinya mengungkapkan pola-pola yang saling terkait dan saling memperkuat dalam pembentukan ikatan emosional antara warga dengan kotanya.

#### a. *Attachments*

- 1) Afektif: Subdimensi afektif menunjukkan bahwa respon emosional warga terhadap kotanya tidak sekadar reaksi spontan, melainkan hasil dari akumulasi pengalaman positif dalam ruang urban. Perasaan bangga muncul ketika warga melihat kotanya mendapat pengakuan atau apresiasi, rasa nyaman terbentuk melalui interaksi sehari-hari dengan lingkungan yang familiar, dan rasa memiliki berkembang seiring dengan keterlibatan aktif dalam kehidupan kota. Dalam perkembangan kajian *place attachment*, *city pride* muncul sebagai salah satu manifestasi penting dari keterikatan warga dengan kotanya. *Place attachment* dapat memberikan kebanggaan dan rasa bersalah kepada warganya yang berhubungan juga dengan perilaku pro-lingkungan (Shipley et al., 2023).
- 2) Kognitif: Kognitif memegang peran krusial dalam membentuk *attachment* yang lebih mendalam. Memori individual dan kolektif tidak hanya menjadi rekaman pasif, tetapi aktif membentuk persepsi dan pemaknaan terhadap kota (Z. Li & Aoki, 2024). Pengetahuan tentang sejarah dan identitas kota memberi konteks yang lebih luas terhadap pengalaman personal, sementara pemaknaan personal memungkinkan

warga mengembangkan narasi unik tentang hubungan mereka dengan kota. Analisis komparatif dengan kota lain tidak sekadar membandingkan fasilitas atau infrastruktur, tetapi juga memperkuat kesadaran akan keunikan dan keunggulan kota mereka.

- 3) *Praktik*: Subdimensi praktik menunjukkan bagaimana attachment diterjemahkan ke dalam tindakan nyata. Keterlibatan aktif dalam kegiatan komunitas bukan hanya partisipasi sosial, tetapi juga bentuk investasi emosional dalam kehidupan kota. Ikatan sosial yang kuat meningkatkan baik *place attachment* maupun ketahanan komunitas (Indayani et al., 2021). Upaya menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan mencerminkan komitmen jangka panjang terhadap kesejahteraan kota.

#### b. *Placement*

- 1) *Scale*: Aspek *scale* mengungkapkan bahwa keterikatan spasial bersifat bertingkat dan saling mempengaruhi. *Attachment* pada lingkungan terdekat sering menjadi fondasi bagi keterikatan yang lebih luas dengan kota secara keseluruhan. Variasi intensitas pada berbagai level pengalaman spasial menunjukkan bahwa warga mampu membangun hubungan yang berbeda namun saling melengkapi dengan berbagai bagian kota.

Sun & Yu (2021) mengidentifikasi bahwa hubungan antara warga dan kota mereka semakin kompleks di era modern. Penelitian mereka menunjukkan bahwa persepsi terhadap kota tidak lagi hanya dibentuk oleh pengalaman langsung, tetapi juga oleh representasi digital dan narasi kolektif yang berkembang di ruang virtual dengan skala pengalaman spasial yang beragam. Temuan ini diperkuat oleh studi yang mengungkap bagaimana pengalaman hybrid (fisik dan digital) mempengaruhi pembentukan ikatan emosional warga dengan lingkungannya (Heinrich et al., 2025).

- 2) *Specificity*: *Specificity* dalam konteks *attachment* menunjukkan pentingnya tempat-tempat yang memiliki makna khusus. Lokasi dengan nilai historis atau personal menjadi anchor point dalam hubungan warga dengan kotanya, sementara landmark dan ruang publik berfungsi sebagai simbol identitas kolektif yang memperkuat kebanggaan warga. Arsitektur bangunan yang memiliki kekhasan dan merupakan identitas dari suatu kota dapat mempengaruhi *attachment* warganya. Identitas arsitektur secara signifikan mempengaruhi *place attachment*, dengan penekanan pada pentingnya bangunan bersejarah dan keterlibatan komunitas (Farhad et al., 2020).
- 3) *Tangibility*: Aspek *tangibility* menekankan bahwa elemen fisik kota berperan penting dalam membentuk attachment. Kepuasan terhadap fasilitas dan infrastruktur tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga emosional, mencerminkan apresiasi terhadap upaya pengembangan kota. Ruang terbuka hijau dan desain urban yang baik menjadi

bukti nyata dari komitmen kota terhadap kualitas hidup warganya. Elemen fisik seperti ruang terbuka hijau berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan mental dan kontribusi warga terhadap kotanya (Fard & Paydar, 2024). Apresiasi terhadap tempat-tempat di kota tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku terkait tempat tersebut, ikatan emosional dengan tempat mendorong kepedulian terhadap keberlanjutan kota (Žlender & Gemin, 2020).

c. *Actors*

- 1) Individual: Aspek individual dalam pembentukan *attachment* menunjukkan bagaimana identitas personal terhubung dengan identitas kota. Inisiatif warga untuk memperkenalkan kotanya bukan sekadar promosi, tetapi ekspresi kebanggaan, kecintaan dan identifikasi diri (Kourtit et al., 2021). Kontribusi melalui prestasi individual mencerminkan keinginan untuk memberi nilai tambah pada identitas kota, sementara rasa memiliki yang terbentuk menjadi bagian integral dari konsep diri warga.
- 2) Kelompok: Level kelompok mengungkapkan peran penting komunitas dalam memperkuat *attachment* kolektif. Identitas komunitas urban tidak hanya menciptakan ikatan antar anggota, tetapi juga memperdalam hubungan dengan kota. Aktivitas dokumentasi dan promosi identitas lokal oleh komunitas berperan dalam mempreservasi dan mengembangkan narasi kota. Perasaan kekeluargaan yang tetap terjaga di luar kota menunjukkan bahwa *attachment* melampaui batas-batas geografis. Hal ini diperkuat oleh Elmersjö & Rosqvist (2022) yang menemukan bahwa *city pride* tidak hanya mencerminkan kepuasan terhadap aspek fisik kota, tetapi juga merepresentasikan kuatnya ikatan psikologis dan rasa memiliki warga terhadap komunitasnya. Kebanggaan ini kemudian berperan sebagai katalis dalam mendorong partisipasi aktif warga dalam pengembangan dan pelestarian kota mereka.
- 3) Budaya: Aspek budaya mendemonstrasikan bagaimana warisan kultural menjadi fondasi *attachment* yang berkelanjutan. *Place attachment* dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya yang erat kaitannya dengan *subjective well-being*, kepribadian, dan psikososial. *Place attachment* dapat meningkatkan kesejahteraan individu, terutama di kalangan orang dewasa yang lebih tua, dengan menciptakan rasa otonomi, kontrol, kepercayaan diri, dan identitas diri (Fard & Paydar, 2024). Kebanggaan atas warisan budaya bukan hanya nostalgia, tetapi pengakuan akan nilai-nilai yang tetap relevan. Budaya dan komunitas yang saling terhubung, identitas tempat dan pengalaman hidup, serta ikatan antar generasi menciptakan keterikatan yang lebih kuat dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan (Bowden et al., 2025). Integrasi nilai

kultural dalam konteks modern menunjukkan adaptabilitas identitas kota, sementara pelestarian tradisi memastikan kontinuitas kultural yang penting bagi *attachment*.

d. *Social Relationships*

- 1) *Interpersonal*: Interaksi interpersonal dalam konteks *attachment* memainkan peran vital dalam menyebarkan dan memperkuat *city pride*. Berbagi cerita dan promosi melalui media sosial tidak hanya membangun citra positif tetapi juga memperkuat identifikasi personal dengan kota. Diskusi tentang perkembangan kota mencerminkan kepedulian aktif terhadap masa depan bersama.

Fenomena *city pride* di era digital mengalami transformasi signifikan dalam cara pembentukannya. Penelitian terbaru mengungkapkan bagaimana media sosial dan platform digital telah menciptakan ruang baru bagi ekspresi kebanggaan warga terhadap kotanya (Murti et al., 2023). Platform-platform ini tidak hanya menjadi wadah berbagi pengalaman, tetapi juga membentuk persepsi kolektif tentang identitas kota. Konten yang dibagikan warga di media sosial memiliki dampak signifikan terhadap pembentukan citra kota dan tingkat kebanggaan kolektif.

- 2) *Group Level*: Pada level grup, kolaborasi komunitas menunjukkan bagaimana *attachment* mendorong tindakan kolektif untuk kemajuan kota. Gerakan-gerakan yang mendukung citra kota tidak hanya berdampak pada persepsi eksternal tetapi juga memperkuat kohesi internal. Program-program bersama menjadi manifestasi dari visi kolektif untuk masa depan kota. Melalui *city image* yang positif, maka kepuasan warga menjadi meningkat, lalu dengan kepuasan warga yang tinggi pula mempengaruhi keterikatan dengan kota tersebut dan mengurangi niat untuk meninggalkan kota tersebut. Dengan tingginya *attachment* warga dengan kotanya, maka manifestasi dari keterikatan tersebut salah satunya adalah munculnya rasa bangga terhadap kotanya (*city pride*). *City pride* tidak hanya mencerminkan kepuasan warga, tetapi juga berperan sebagai katalis dalam pembangunan kota berkelanjutan Zenker dalam (Westerholt et al., 2022).

- 3) *Cultural Level*: Level kultural menggarisbawahi pentingnya harmoni sosial dalam membangun *attachment* yang inklusif. Hubungan lintas budaya memperkaya pengalaman urban, sementara integrasi nilai-nilai budaya dalam keseharian menciptakan lingkungan yang mendukung *attachment*. Keberagaman yang harmonis menjadi aset yang memperkuat kebanggaan warga (Legeby & Pech, 2023). Salah satu contoh terdekatnya pada kehidupan bertetangga, kehidupan bertetangga berhubungan erat dengan *place attachment* melalui interaksi dan kepercayaan yang terjalin di dalam komunitas lokal. Variabel "komunitas," yang menangkap hubungan,

interaksi yang besar di lingkungan sekitar, dan kepercayaan antara orang-orang di komunitas lokal cenderung meningkatkan konsentrasi ruang tinggal. Hal ini menunjukkan bahwa *place attachment* dapat diperkuat melalui hubungan sosial yang erat dan saling percaya di antara tetangga (Mesa-Pedrazas et al., 2023).

## 5. Temporal

- 1) Linear: Pola linear dalam pembentukan *attachment* menunjukkan bahwa hubungan dengan kota adalah proses yang berkembang seiring waktu. Lamanya tinggal memungkinkan akumulasi pengalaman dan pemahaman yang lebih dalam tentang kota. Transformasi persepsi dari sekadar tempat tinggal menjadi "rumah" menandai pencapaian tingkat *attachment* yang lebih mendalam. Konsep lamanya tinggal dan persepsi tersebut didasari dimensi subjektif dari lingkungan perkotaan dengan memasukkan faktor-faktor seperti imajinasi sosial, kenangan, dan emosi ke dalam analisis ruang perkotaan (Mesa-Pedrazas et al., 2023).
- 2) Siklis: Aspek siklis mengungkapkan bagaimana ritual dan tradisi berperan dalam memelihara *attachment* secara berkelanjutan. Festival rutin dan perayaan kota tidak hanya menjadi hiburan tetapi juga momentum untuk memperkuat ikatan kolektif. Kolaborasi warga dengan pemerintah dalam pembentukan *city branding* menunjukkan sinergi antara *attachment* spontan dan upaya terencana dalam membangun identitas kota. Memasukkan pendapat warga dalam pembentukan lingkungan perkotaan dan *branding* kota merupakan hal yang penting. Dukungan dan persetujuan warga sangat penting untuk pengembangan citra dan *branding* yang sukses. Melibatkan warga dalam proses desain dapat menumbuhkan rasa bangga dan kepemilikan, sementara mengabaikan pandangan mereka dapat menyebabkan ketidakpuasan (Gorgorova, 2022). *City branding* yang efektif biasanya selalu mencerminkan karakteristik dan identitas unik dan autentik dari kota yang didasarkan dari nilai-nilai dan warisan warganya (Zinaida et al., 2020).

Temuan ini menegaskan bahwa pembentukan *city pride* melalui *city image* bukanlah proses linear sederhana, melainkan hasil dari interaksi kompleks antara pengalaman individual, dinamika sosial, dan konteks urban yang terus berubah. *Place attachment theory* membantu menjelaskan bagaimana warga tidak hanya mengapresiasi citra kotanya secara pasif, tetapi aktif terlibat dalam proses pemaknaan dan pembentukan identitas urban yang pada gilirannya memperkuat kebanggaan mereka terhadap kota.

Secara khusus, penelitian ini mengidentifikasi bahwa kekuatan *city pride* bergantung pada keselarasan antara berbagai dimensi *attachment*. Ketika aspek afektif, kognitif, dan praktikal saling mendukung, warga tidak hanya mengembangkan kebanggaan yang lebih

dalam tetapi juga lebih cenderung berkontribusi aktif pada pengembangan kota. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan holistik dalam pembangunan kota yang tidak hanya fokus pada pengembangan fisik tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial dan kultural.

Lebih lanjut, penelitian mengungkapkan bahwa di tengah arus modernisasi, warga mengembangkan mekanisme adaptif dalam mempertahankan koneksi bermakna dengan kotanya, semakin kuat tekanan perubahan urban, semakin intens pula kebutuhan warga untuk mengembangkan naratif personal yang menghubungkan mereka dengan identitas kota. Hal ini menciptakan dinamika unik di mana modernisasi tidak serta merta mengikis ikatan emosional, melainkan mendorong transformasi bagaimana warga memaknai dan mengidentifikasi diri dengan kotanya. Prinsip ini digunakan dan dimanfaatkan di era digital pasca pandemi COVID-19 dalam hal melakukan tur digital untuk keperluan pariwisata daring, contohnya penggunaan tur jalan kaki digital, peta wisata online, dll (Simmons et al., 2024).

Temuan menarik lainnya adalah bagaimana pola temporal dalam pembentukan *attachment* memengaruhi keberlanjutan *city pride*. Kombinasi antara perkembangan linear yang mengakar dalam pengalaman personal dan pola siklis yang diperkuat melalui ritual kolektif menciptakan fondasi yang kuat untuk kebanggaan yang berkelanjutan. Ini menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan antara inovasi dalam pembangunan kota dan pelestarian nilai-nilai tradisional yang membentuk identitas kota.

Jika diurutkan, secara mekanisme proses terciptanya *city pride* ini diawali dengan adanya citra kota (*city image*) yang positif dari kota yang individu tersebut tinggali, dilanjutkan dengan munculnya proses *place attachment* yang melibatkan aspek afeksi, di mana tempat adalah lingkungan di mana manusia merasa terikat. Rasa bangga muncul karena keterlibatan aspek afeksi dalam proses keterikatan dengan kota ketika warga mengenali keunikan dan keunggulan kotanya, baik dari aspek fisik maupun non-fisik (Indayani et al., 2021). *City image* yang membangkitkan kebanggaan warga dapat bersumber dari berbagai aspek seperti keunggulan infrastruktur dan layanan publik, kekayaan sumber daya alam dan lanskap kota, kekuatan identitas budaya, nilai historis yang terpelihara, prestasi dalam inovasi urban, hingga kualitas modal sosial dan *human capital* yang dimiliki kota.

*Place attachment* dan *city image* saling berhubungan dalam konteks bagaimana penduduk memandang dan merasakan tempat mereka. *Place attachment* mengacu pada ikatan emosional yang dimiliki individu terhadap suatu tempat, sementara *city image* berkaitan dengan persepsi dan gambaran mental tentang tempat atau kota tersebut. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *city image* dapat mempengaruhi *place attachment*,

di mana citra positif dari suatu tempat dapat memperkuat keterikatan emosional penduduk terhadap tempat tersebut (Ganji et al., 2021). Keterikatan tempat (*place attachment*) dalam konteks kota dianggap penting untuk meningkatkan lingkungan hidup perkotaan dan memperkuat makna tempat (Linfeng et al., 2024). Keterikatan tempat di kota-kota berperan sebagai kondisi penting untuk makna, fungsi, dan daya tarik suatu tempat, serta menjadi kunci untuk menciptakan rasa bangga pada warga melalui citra kota yang positif. Proses pembentukan *city pride* juga diperkuat melalui analisis komparatif yang dilakukan warga terhadap kota lain, di mana mereka secara aktif membandingkan dan mengevaluasi keunggulan kotanya. Kebanggaan ini muncul ketika warga mengenali keunikan dan keunggulan kotanya, baik dari aspek fisik maupun non-fisik.

### 3.4 Implikasi Temuan

Implikasi dari temuan ini cukup signifikan bagi pengembangan kebijakan urban dan strategi pembangunan kota. Perlu adanya kolaborasi antara pemerintah dan warga dalam proses perancangan *city image*, serta pemantauan berkelanjutan terhadap pengembangan kota dan sentimen komunitas (Gorgorova, 2022). Pemahaman tentang kompleksitas hubungan antara warga dan kotanya dapat membantu perencana kota dan pembuat kebijakan dalam merancang intervensi yang lebih efektif untuk meningkatkan keterikatan warga dan pada akhirnya mendorong partisipasi aktif dalam pembangunan kota.

## IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil studi literatur tentang dinamika emosional *city pride* warga kota pada *city image* melalui *place attachment theory*, ditemukan bahwa pembentukan kebanggaan warga terhadap kotanya merupakan proses yang kompleks dan multidimensional. Proses ini melibatkan interaksi dinamis antara lima dimensi utama *place attachment* yang saling terkait dan mempengaruhi, yakni *attachments* (afektif, kognitif, praktik), *placement* (*scale, specificity, tangibility*), *actors* (individual, kelompok, budaya), *social relationships* (interpersonal, *group level, cultural level*), dan temporal (linear, siklis). Mekanisme terbentuknya *city pride* menunjukkan pola yang sistematis, diawali dengan adanya *city image* yang positif dari kota tempat tinggal individu. *City image* ini kemudian memicu proses *place attachment* yang melibatkan aspek afeksi, di mana warga mengembangkan keterikatan emosional dengan lingkungan kotanya. Temuan menunjukkan bahwa kepuasan warga yang timbul dari *city image* yang positif berperan sebagai katalis dalam meningkatkan keterikatan dengan kota dan mengurangi keinginan untuk berpindah. Tingginya tingkat *attachment* ini kemudian termanifestasi dalam berbagai bentuk, dengan *city pride* sebagai salah satu manifestasinya. Penelitian menunjukkan

bahwa *city image* dan *place attachment* memiliki hubungan resiprokal, di mana citra positif kota memperkuat keterikatan emosional warga, yang pada gilirannya meningkatkan apresiasi terhadap *city image*.

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa keterbatasan metodologis. Penggunaan metode *narrative review*, meskipun memungkinkan eksplorasi yang luas dan fleksibel, memiliki kecenderungan rentan terhadap bias dalam seleksi dan interpretasi literatur. Tidak seperti jenis literature review lainnya yang menggunakan protokol yang ketat dan metode yang sangat terstruktur dan berfokus pada sintesis statistik dari berbagai hasil penelitian. Berdasarkan keterbatasan ini, penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk melakukan studi empiris yang berfokus pada transformasi digital dalam pembentukan *city pride*. Mengingat peran signifikan teknologi digital dalam mengubah cara warga berinteraksi dengan kotanya, diperlukan penelitian dengan metode yang lebih terstruktur dan terukur untuk mengeksplorasi bagaimana platform digital dan media sosial mempengaruhi proses pembentukan *place attachment* dan manifestasinya dalam *city pride*. Aspek-aspek yang perlu dikaji termasuk efektivitas tur virtual dalam membangun ikatan emosional, peran media sosial dalam memperkuat identitas kota, serta dampak representasi digital terhadap persepsi dan kebanggaan warga. Studi semacam ini tidak hanya akan memperkaya pemahaman teoretis tentang *place attachment* di era digital, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi pengembangan strategi *city branding* dan pariwisata yang lebih adaptif terhadap perubahan teknologi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifwidodo, S. D., & Chandrasiri, O. (2023). Urban green space visitation and mental health wellbeing during COVID-19 in Bangkok, Thailand. *Frontiers in Public Health*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1292154>
- Berze, I. Z., & Dúll, A. (2024). Place identity in a personality psychological context: place identity orientation and its validating associations with nature connectedness and pro-environmental behavior. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1424381>
- Bianconi, F., Filippucci, M., & Seccaroni, M. (2022). The Image of The City Interpreted Through Biosensors Path Analysis and Identification of Perceptual Poles in the Narni Case Study. *International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences - ISPRS Archives*, 43(B4-2022), 479–485. <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-XLIII-B4-2022-479-2022>

- Bowden, J., Woolrych, R., & Kennedy, C. (2025). Heritage, Memory and Well-Being: Exploring Uses and Perceptions of the Historic Environment Amongst Older Adults in Nottinghamshire. *Heritage and Society*. <https://doi.org/10.1080/2159032X.2024.2445449>
- Chan, W. F., & Diehl, J. A. (2022). Investigating participatory design and community attachment: a case study of Sai Ying Pun, Hong Kong. *Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/17549175.2022.2120527>
- Di Masso, A., Williams, D. R., Raymond, C. M., Buchecker, M., Degenhardt, B., Devine-Wright, P., Hertzog, A., Lewicka, M., Manzo, L., Shahrads, A., Stedman, R., Verbrugge, L., & von Wirth, T. (2019). Between fixities and flows: Navigating place attachments in an increasingly mobile world. *Journal of Environmental Psychology*, 61, 125–133. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.01.006>
- Elmersjö, M., & Rosqvist, H. B. (2022). The role of the researcher in participatory processes: A study of learning about place and place attachment in communities. *Forskning Og Forandring*, 5(1), 85–101. <https://doi.org/10.23865/fof.v5.3283>
- Erkan, E., Sungur, A., & Canbay Turkyilmaz, Ç. (2024). Places of memory and place attachment: A study at the neighborhood scale in Istanbul. *MEGARON / Yıldız Technical University, Faculty of Architecture E-Journal*, 123–137. <https://doi.org/10.14744/megaron.2024.63239>
- Fard, A. K., & Paydar, M. (2024). Place Attachment and Related Aspects in the Urban Setting. *Urban Science*, 8(3), 135. <https://doi.org/10.3390/urbansci8030135>
- Farhad, S., Maghsoodi Tilaki, M. J., & Hedayati Marzbali, M. (2020). Architectural identity and place attachment in historic neighbourhoods: an empirical study in Sanandaj, Iran. *Journal of Place Management and Development*, 14(2), 148–162. <https://doi.org/10.1108/JPMD-02-2020-0018>
- Ganji, S. F. G., Johnson, L. W., & Sadeghian, S. (2021). The effect of place image and place attachment on residents' perceived value and support for tourism development. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1304–1318. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1784106>
- Gorgorova, Yu. (2022). Formation of Urban Environment and City Brand Based on Citizen Opinions. *Bulletin of Belgorod State Technological University Named after. V. G. Shukhov*, 7(2), 76–83. <https://doi.org/10.34031/2071-7318-2021-7-2-76-83>
- Heinrich, A. J., Heitmayer, M., Smith, E., & Zhang, Y. (2025). Experiencing hybrid spaces a scoping literature review of empirical studies on human experiences in cyber-physical environments. *Computers in Human Behavior*, 164, 108502. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108502>

- Hernández, B., Hidalgo, M. C., & Ruiz, C. (2020). Theoretical and methodological aspects of research on place attachment. *Place Attachment*, 5(2), 17–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780429274442-6>
- Indayani, M., Trisutomo, S., & Ramli, M. (2021). We are getting stronger as we stay longer: The influence of place attachment to urban community resilience. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 884(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/884/1/012034>
- Jørgensen, O. H., & Hannibal, M. (2023). My city, my love: philanthropy and rebranding of a contested city image to improve sense of place and city pride. *Place Branding and Public Diplomacy*, 19(4), 514–524. <https://doi.org/10.1057/s41254-022-00274-2>
- Kourtit, K., Nijkamp, P., & Östh, J. (2021). My home is my castle assessment of city love in Sweden. *International Journal of Information Management*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102213>
- Kweon, J., Cho, S., & Lee, S. (2022). Analysis of the Effect of Kevin Lynch's the City Image Elements on Walking Satisfaction. *Journal of the Urban Design Institute of Korea Urban Design.*, 23(6), 5–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.38195/judik.2022.12.23.6.5>
- Legeby, A., & Pech, C. (2023). Social values and social infrastructures: a multi-perspective approach to place. *Buildings and Cities*, 4(1), 801–816. <https://doi.org/10.5334/bc.341>
- Li, Y., Hsü, P., Hao, G., Sun, K., & Wang, Y. (2021). City Brand Image Building and Its Impact on the Psychological Capital of New Entrepreneurs Following Cultural Construction. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.717303>
- Li, Z., & Aoki, T. (2024). Effects of recalling place memory on promoting cooperative behaviors in local communities. *Journal of Community Psychology*, 53(1). <https://doi.org/10.1002/jcop.23149>
- Lie, L. B., de Korte, L., & Pursiainen, C. H. (2023). “Here, I will stay until I die” – exploring the relationship between place attachment, risk perception, and coping behavior in two small Norwegian communities. *Regional Environmental Change*, 23(3). <https://doi.org/10.1007/s10113-023-02106-2>
- Linfeng, S., Wanyi, Y., & Ujang, N. (2024). A Systematic Literature Review of Place Attachment in Environment, Cities, and Landscapes. *New Design Ideas*, 8(2), 389–411. <https://doi.org/10.62476/ndi82389>
- Maricchiolo, F., Mosca, O., Paolini, D., & Fornara, F. (2021). The Mediating Role of Place Attachment Dimensions in the Relationship Between Local Social Identity and Well-Being. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.645648>

- Mesa-Pedrazas, Á., Torrado, J. M., & Duque-Calvache, R. (2023). The Social Construction of Living Space: The Role of Place Attachment and Neighbourhood Perception. *Sustainability (Switzerland)*, 15(17). <https://doi.org/10.3390/su151712928>
- Murti, D. C. W., Ratriyana, I. N., & Asmoro, I. D. (2023). "Dream Now, Travel Tomorrow": Communicating the Nation Branding of Indonesia Through Tourism-Based Social Media. *Howard Journal of Communications*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10646175.2023.2169086>
- Peng, J., Strijker, D., & Wu, Q. (2020). Place Identity: How Far Have We Come in Exploring Its Meanings? In *Frontiers in Psychology* (Vol. 11). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>
- Raymond, C., & Gottwald, S. (2020). Beyond the "local": Methods for examining place attachment across geographic scales. *Place Attachment*, 9(2), 16. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780429274442-9>
- Razem, M. (2020). Place Attachment and Sustainable Communities. *Architecture\_MPS*, 17(1). <https://doi.org/10.14324/111.444.amps.2020v17i1.003>
- Sebastien, L. (2020). The power of place in understanding place attachments and meanings. *Geoforum*, 108, 204–2016. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2019.11.001>
- Shiple, N. J., van Riper, C. J., Stewart, W., Chu, M., Stedman, R. C., & Dolcos, F. (2023). Pride and guilt as place-based affective antecedents to pro-environmental behavior. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1084741>
- Simmons, F., Hennig, B. D., & Kokorsch, M. (2024). Digital Walking Tours as a Tool for Assessing Place Attachment and Community Responses to Regional Environmental Change. *Land*, 13(8). <https://doi.org/10.3390/land13081326>
- Sukartini, T., Nursalam, N., Pradipta, R. O., & Ubudiyah, M. (2023). Potential Methods to Improve Self-Management in Those with Type 2 Diabetes: A Narrative Review. In *International Journal of Endocrinology and Metabolism* (Vol. 21, Issue 1). Brieflands. <https://doi.org/10.5812/ijem-119698>
- Sun, S., & Yu, Y. (2021). Dimension and formation of placeness of commercial public space in city center: A case study of Deji Plaza in Nanjing. *Frontiers of Architectural Research*, 10(2), 229–239. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2020.08.001>
- Westerholt, R., Acedo, A., & Naranjo-Zolotov, M. (2022). Exploring sense of place in relation to urban facilities - evidence from Lisbon. *Cities*, 127. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103750>

- Yang, C., Shi, S., & Runeson, G. (2023a). Developing Place Attachment in Master-Planned Residential Estates in Sydney: The Influence of Neighbourhood Parks. *Buildings*, 13(12). <https://doi.org/10.3390/buildings13123080>
- Yang, C., Shi, S., & Runeson, G. (2023b). Towards sustainable urban communities: Investigating the associations between community parks and place attachment in master-planned estates in Sydney. *Sustainable Cities and Society*, 96. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.scs.2023.104659>.
- Zinaida, R. S., Sunarto, S., & Sunuantari, M. (2020). City branding of Palembang: understanding cultural identification through logo and tagline. *International Journal of Communication and Society*, 2(1), 30-40. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v2i1.106>
- Žlender, V., & Gemin, S. (2020). Testing urban dwellers' sense of place towards leisure and recreational peri-urban green open spaces in two European cities. *Cities*, 98. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.102579>