

***Sense of Place* Pada Ruang Publik Berdasarkan Persepsi Pengunjung (Studi Kasus: Taman Lapangan Banteng, Jakarta Pusat)**

SHENY LULUAH

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Institut Teknologi Nasional Bandung
Email : shenyllh@gmail.com

ABSTRAK

Keberadaan ruang publik yang mudah diakses oleh semua orang dan berfungsi secara baik sangat penting bagi keberlangsungan kehidupan penduduk kota. Salah satu ruang publik di DKI Jakarta yang mempunyai nilai historis di dalamnya yaitu Taman Lapangan Banteng. Taman Lapangan Banteng dilakukan revitalisasi sebanyak 75%, adanya perubahan aktivitas dan fisik membuat interaksi yang baru bagi pengunjung dan interaksi inilah yang menciptakan sense of place. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi sense of place di Taman Lapangan Banteng sebagai ruang publik. Melalui kuesioner, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana place identity, place attachment, dan place dependence berdasarkan persepsi pengunjung. Hasil dari penelitian sense of place di Taman Lapangan Banteng, responden sudah merasakan adanya sense of place di Taman Lapangan Banteng dengan faktor yang paling berpengaruh yaitu place attachment dan place dependence dan secara umum sense of place yang dirasakan oleh responden pada Taman Lapangan Banteng cukup kuat.

Kata kunci: Ruang Publik, Taman Lapangan Banteng, Sense of Place

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan lingkungan yang akan terjadi secara terus menerus secara siklus mempengaruhi persepsi masyarakat, masyarakat tetap maupun tidak tetap, pengunjung dan pendatang baru akan memiliki pandangan yang berbeda-beda mengenai seperti apa dan bagaimana tempat yang mereka datangi (Walker & Ryan, 2008). Pada dasarnya disetiap tempat memiliki *sense of place* dan setiap manusia memiliki *sense* yang berbeda-beda terhadap ruang, rasa atau kesan pada suatu tempat tersebutlah yang dinamakan sebagai *sense of place*. *Sense of place* dapat terjadi di ruang publik karena ruang publik merupakan tempat yang tidak memiliki batasan ruang, sehingga siapa aja dapat bebas mengakses ruang publik maka dari itu pengunjung bisa mendapatkan *sense of place* pada ruang publik.

Ruang publik merupakan tempat yang bisa dijadikan sebagai tempat untuk berinteraksi serta dapat memiliki sebuah memori atau pengalaman baru dan meninggalkan kesan tersendiri bagi manusia yang pernah datang ke ruang publik tersebut. Ruang publik mempunyai perannya tersendiri dalam interaksi sosial maupun aktivitas ekonomi yang dapat dijadikan lokasi aktualisasi dari suatu budaya. Kebutuhan akan adanya ruang publik semakin lama akan terus

semakin meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, sehingga memberikan dampak dari aspek segi kualitas desain sampai dengan peruntukan lahan seperti pada daerah DKI Jakarta, diikuti dengan meningkatnya jumlah penduduk disetiap tahunnya. Pembangunan fisik untuk berbagai fungsi seperti halnya perkantoran, perumahan, dan pusat perbelanjaan yang semakin lama semakin meningkat mengakibatkan berkurangnya lahan untuk ruang publik. Keberadaan ruang publik yang dapat atau mudah diakses oleh masyarakat dan berfungsi secara baik, sangat penting bagi keberlangsungan kehidupan para penduduk diperkotaan (smartcity.jakarta.go.id, 2017).

Penelitian kali ini memilih objek penelitian sebuah ruang publik yang mempunyai nilai historis di dalamnya ialah Taman Lapangan Banteng selain itu untuk datang ke Taman Lapangan Banteng tidak ada biaya yang dikeluarkan sehingga pengunjung bisa bebas keluar masuk dan melakukan berbagai aktivitas dan obyek-obyek yang menarik di Taman Lapangan Banteng, serta pada tahun 2018 Taman Lapangan Banteng dilakukan revitalisasi sebanyak 75% (Ananta, 2018). Selain itu juga, pada penelitian sebelumnya belum dibahas mengenai *sense of place* di ruang publik. Oleh karena itu perlu adanya penelitian mengenai *sense of place* di ruang publik berdasarkan persepsi pengunjung untuk mengetahui apakah pengunjung sudah memiliki *sense of place* pada Taman Lapangan Banteng atau belum. Diharapkan, dengan penelitian ini ditemukan seberapa kuat *sense of place* yang dirasakan oleh pengunjung.

1.2 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *sense of place* di Taman Lapangan Banteng sebagai ruang publik berdasarkan persepsi pengunjung.

1.3 Ruang Lingkup Wilayah dan Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup wilayah dalam penelitian ini berlokasi di Taman Lapangan Banteng yang terletak di Kecamatan Sawah Besar, Jakarta Pusat dan memiliki luas sebesar 5,2 hektar.

Lingkup kajian difokuskan pada konsep-konsep *sense of place* yaitu *place identity* yang meliputi pengalaman, ingatan terhadap objek intensitas, tingkat kepentingan, keinginan untuk tinggal, dan peran bagi kehidupan pribadi dimasa depan. Pada *place attachment* yang akan diteliti meliputi rasa bangga, memori, kenyamanan, dan keamanan. Serta *place dependence* yang akan diteliti meliputi pilihan terbaik, memenuhi kebutuhan, perbandingan, upaya untuk tetap tinggal dan upaya untuk datang kembali.

2. METODOLOGI

2.1 Jenis Penelitian

Sense of place pada ruang publik Taman Lapangan Banteng yang dilakukan penelitian ini mengacu pada hasil kuesioner berupa persepsi pengunjung yang pernah datang ke Taman Lapangan Banteng. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Sehingga penelitian ini dilakukan menggambarkan *sense of place* di Taman Lapangan Banteng dengan menganalisis data numerik menggunakan alat statistik.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, data sekunder, dan kuesioner. Fokus dalam penelitian ini berada di kuesioner yang dilakukan untuk mengetahui persepsi dari setiap responden terhadap objek penelitian yaitu terkait dengan *sense of place* di Taman Lapangan Banteng. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang sudah pernah mengunjungi Taman Lapangan Banteng. Pertanyaan yang diberikan pada kuesioner ini terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup serta penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui media *google form* dan kuesioner ini menggunakan skala *semantic differential*.

2.3 Metode Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini untuk populasi tidak diketahui jumlahnya karena sampel yang diambil adalah responden yang sudah pernah mendatangi Taman Lapangan Banteng. Maka dari itu penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* tipe *judgement sampling*. Sehingga, penentuan jumlah sampel yang digunakan yaitu berdasarkan dari hasil kajian Fraenkel dan Wallen yaitu sebanyak 100 sampel, pengambilan sampel dilakukan selama dalam kurun waktu 1 minggu.

2.4 Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan 30 responden yang merupakan sampel dari populasi penelitian atau sesuai dengan ukuran minimum uji coba kuesioner. Perhitungan uji validitas didasarkan pada perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} sebesar 0.361, dimana apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dianggap valid.

2.5 Metode Analisis

Metode analisis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif yang akan digunakan untuk menggambarkan *sense of place* di Taman Lapangan Banteng. Penelitian *sense of place* merupakan hubungan emosional antara manusia dengan suatu tempat. Letak ruang yang strategis akan memiliki tarikan aktivitas yang kuat. Adapun tahapan-tahapan analisisnya yaitu:

- Identifikasi *sense of place* kawasan pada aspek *place identity*, *place attachment*, dan *place dependence* menurut persepsi pengunjung Taman Lapangan Banteng yang terjalin pada pengunjung Taman Lapangan Banteng.
- Mendistribusi frekuensi jawaban responden mengenai *place identity*, *place attachment*, dan *place dependence* untuk melihat proporsi jawaban responden.
- Identifikasi kata-kata kunci pada opini responden mengenai indikator ingatan terhadap obyek dan intensitas yang merupakan bagian dari *place identity* yang terjalin antar pengunjung Taman Lapangan Banteng.
- Mendeskripsikan hasil frekuensi jawaban responden mulai dari yang paling dominan mengenai aspek *place identity*, *place attachment*, dan *place dependence* untuk memperjelas dan mendukung jawaban responden Taman Lapangan Banteng serta untuk menggambarkan tingkatan *sense of place* pada masing-masing variabel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini secara umum terbagi berdasarkan konsep *sense of place* yaitu *place identity*, *place attachment*, dan *place dependence*.

3.1 Uji Validitas

Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, item soal pada kuesioner pertanyaan tertutup yang telah dilakukan dinyatakan valid. Batas pada r tabel yang digunakan pada jumlah sampel uji validitas 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% yaitu 0,361 berikut adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing faktor *sense of place*.

Maka dari itu, berdasarkan hasil perhitungan pertanyaan tertutup untuk faktor *place identity*, *place attachment*, dan *place dependence* memiliki status valid, karena r hitung menunjukkan bahwa memiliki nilai lebih besar dari r tabel, hasil ini menunjukkan bahwa penelitian dapat dilanjutkan.

3.2 Karakteristik Responden

3.2.1 Umur

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Frekuensi	Usia	Frekuensi	Usia	Frekuensi	Usia	Frekuensi
18	1	26	2	33	3	41	2
20	2	27	4	34	2	49	1
21	6	28	4	35	1	51	1
22	19	29	3	36	2	52	1
23	17	30	4	37	4	60	2
24	2	31	4	38	2	61	1
25	5	32	2	39	3	Total	100

Responden penelitian termuda berusia 18 tahun dan yang tertua 61 tahun. Usia yang merupakan modus adalah usia 22 tahun sebanyak 19 responden. Berdasarkan teori menurut Smith, individu yang memiliki umur yang lebih tua akan memiliki *sense of place* lebih tinggi. Hal ini dikarenakan interaksi yang mereka dapatkan selama ini (Smith, 2011).

3.2.2 Status Pekerjaan

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Frekuensi	Status Pekerjaan	Frekuensi
Pegawai Swasta	35	BUMN	5
Pelajar/Mahasiswa	17	Pensiun	3
Wiraswasta/Usaha Sendiri/ <i>Free-lance</i>	17	Tidak Bekerja	2
Pegawai Negeri Sipil	15	Dokter	1
Ibu Rumah Tangga	5	Total	100

Responden terbanyak memiliki status pekerjaan pegawai swasta dengan frekuensi 35 responden dan responden paling sedikit memiliki status pekerjaan sebagai dokter dengan frekuensi 1 responden. Pada karakteristik responden status pekerjaan ini dibagi berdasarkan status pekerjaannya yang akan dipisahkan berdasarkan penghasilan tetap dan tidak tetap, untuk penghasilan tetap terdapat status pekerjaan pegawai swasta, pegawai negeri sipil, BUMN, pensiunan, dan dokter. Kemudian untuk penghasilan yang tidak tetap terdapat pelajar/mahasiswa, wiraswasta/usaha sendiri/free-lancer, tidak bekerja, dan ibu rumah tangga.

3.2.3 Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner yang diisi oleh 100 responden yang pernah mendatangi Taman Lapangan Banteng, kuesioner diisi oleh Perempuan dengan frekuensi 63 responden dan Laki-laki dengan frekuensi 37 responden.

3.2.4 Waktu Tempuh

Karakteristik pengunjung pada waktu tempuh ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu waktu tempuh ke Taman Lapangan Banteng dari Tempat Tinggal Responden dan waktu tempuh ke Taman Lapangan Banteng dari Tempat Bekerja Responden. Waktu tempuh dihitung pada saat jalanan normal atau tidak macet, dan tidak melewati jalan tol.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Tempuh Taman Lapangan Banteng - Tempat Tinggal

Waktu Tempuh Taman Lap.Banteng – Tempat Tinggal	Frekuensi	Waktu Tempuh Taman Lap.Banteng – Tempat Tinggal	Frekuensi
16 menit – 45 menit	33	Antara 1 jam – 1,5 jam	16
46 menit – 1 jam	31	Antara 1,5 jam – 2 jam	5
Kurang dari 15 menit	10	Lebih dari 2 jam	5
Total			100

Waktu tempuh ke Taman Lapangan Banteng dari tempat tinggal yang merupakan modus adalah waktu tempuh 16 menit – 45 menit dengan frekuensi sebanyak 33 responden dan yang paling sedikit adalah waktu tempuh antara 1,5 jam – 2 jam dan lebih dari 2 jam dengan frekuensi sebanyak 5 responden.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Tempuh Taman Lapangan Banteng - Kantor

Waktu Tempuh Taman Lap.Banteng – Kantor	Frekuensi	Waktu Tempuh Taman Lap.Banteng – Kantor	Frekuensi
16 menit – 45 menit	41	Kurang dari 15 menit	9
46 menit – 1 jam	24	Lebih dari 2 jam	6
Antara 1 jam – 1,5 jam	17	Antara 1,5 jam – 2 jam	3
Total			100

Waktu tempuh ke Taman Lapangan Banteng dari kantor yang merupakan modus adalah waktu tempuh 16 menit – 45 menit dengan frekuensi sebanyak 41 responden dan yang paling sedikit adalah waktu tempuh antara 1,5 jam – 2 jam dengan frekuensi responden sebanyak 3 responden.

3.3 Place Identity

Variabel pengalaman di dominasi oleh responden yang memiliki banyak pengalaman di Taman Lapangan Banteng sehingga pengunjung merasa akrab dengan Taman Lapangan Banteng, berdasarkan dengan teori yang dikemukakan oleh Rubinstein & Parmelee pengalaman tentang tempat adalah kosekuensi dari keyakinan dan emosi yang diciptakan individu dalam interaksi dengan tempat dan memberikan maknanya tersendiri (Rubinstein & Parmelee, 1992). Maka dari itu pada variabel pengalaman dapat dilihat bahwa responden akan merasakan banyak pengalaman di Taman Lapangan Banteng karena Taman Lapangan Banteng sendiri memiliki berbagai macam objek yang bisa di kunjungi sekali atau bahkan lebih disetiap objeknya.

Variabel tingkat kepentingan di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa Taman Lapangan Banteng tidak terlalu penting bagi kehidupan sehari-hari pengunjung. Tingkat kepentingan Taman Lapangan Banteng bagi responden mencakup efek dari pengalaman sehari-hari yang pengunjung rasakan di Taman Lapangan Banteng, pada dasarnya mayoritas responden tidak mendatangi Taman Lapangan Banteng setiap harinya, dikarenakan tidak memiliki kepentingan khusus untuk selalu datang ke Taman Lapangan Banteng setiap harinya.

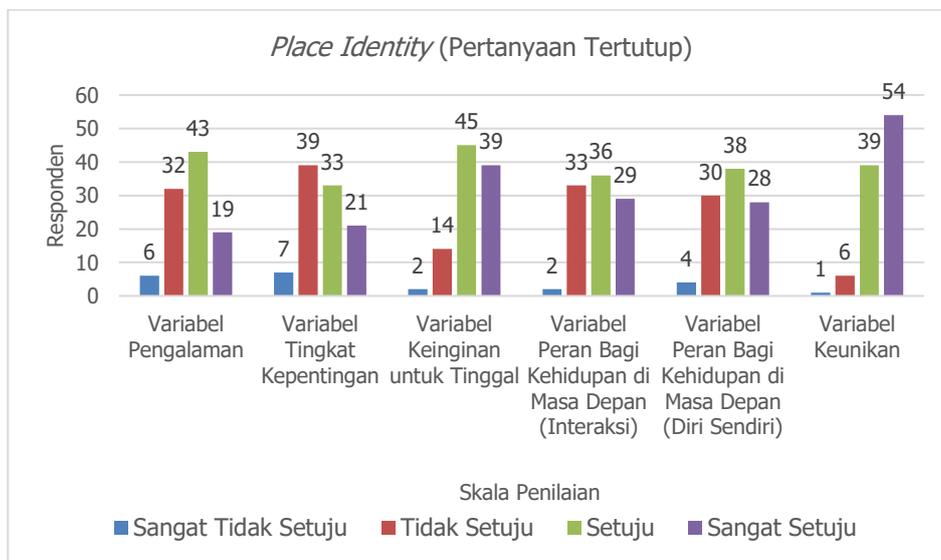
Variabel keinginan untuk tinggal di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden bisa menikmati kegiatan di Taman Lapangan Banteng tanpa terikat dengan waktu, diartikan dengan bagaimana Taman Lapangan Banteng untuk masa depan pribadi dilihat berdasarkan keinginannya untuk tinggal lebih lama (Lalli, 1992). Jadi, pada variabel keinginan untuk tinggal menjelaskan bahwa mayoritas responden memiliki arti penting pada tempat tersebut yaitu Taman Lapangan Banteng.

Variabel peran bagi kehidupan di masa depan untuk berinteraksi di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa Taman Lapangan Banteng akan selalu menjadi tempat penting bagi pengunjung dalam berinteraksi dengan orang banyak bahkan di masa depan, hal ini mengacu pada keadaan signifikansi lingkungan sebagaimana yang dirasakan untuk masa depan individunya (Ernawati, 2011). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa mayoritas responden merasakan keadaan yang signifikan pada lingkungan Taman Lapangan Banteng terlebih pada masa depan khususnya untuk berinteraksi.

Variabel peran bagi kehidupan di masa depan untuk diri sendiri di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa Taman Lapangan Banteng akan selalu menjadi tempat penting bagi

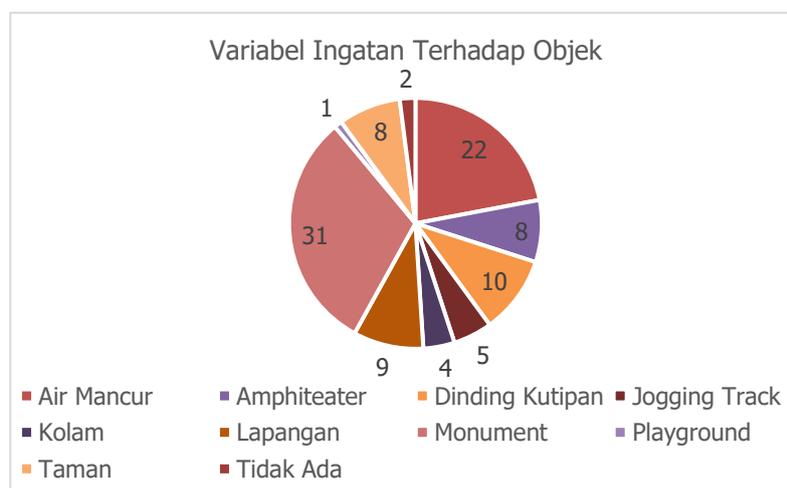
pengunjung dalam menghabiskan waktu bagi diri sendiri bahkan di masa depan, hal ini mengacu pada salah satu peran kehidupan di masa depan, sesuai dengan keadaan signifikan lingkungannya serta yang dirasakan untuk masa depan diri sendiri (Ernawati, 2011). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa mayoritas responden merasakan keadaan yang signifikan pada lingkungan Taman Lapangan Banteng terlebih untuk menghabiskan waktu bagi diri sendiri.

Variabel keunikan di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa Taman Lapangan Banteng memiliki ciri khas tersendiri, hal ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Lalli mengenai tingkat keunikan yang dirasakan oleh responden merupakan salah satu tingkat perbandingan antara ruang publik satu dengan yang lainnya (Lalli, 1992). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa mayoritas responden merasakan Taman Lapangan Banteng memiliki ciri khas yang berbeda atau memiliki karakter khusus di dalamnya.



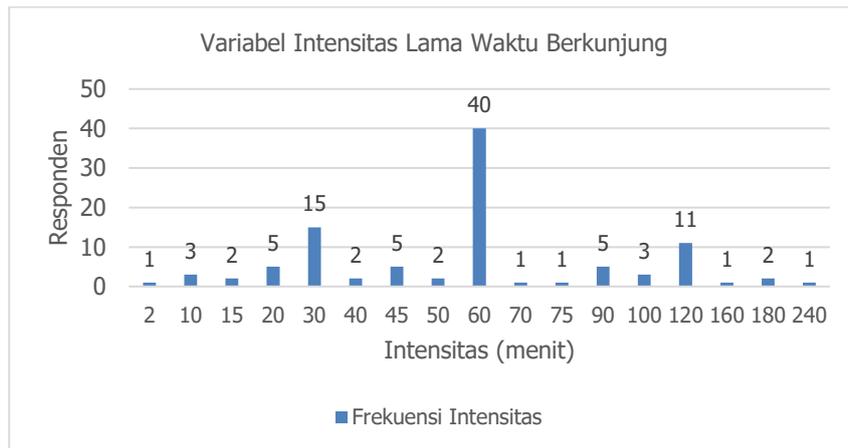
Gambar 1. Analisis Variabel-Variabel *Place Identity* pada Pertanyaan Tertutup

Variabel ingatan terhadap objek di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa objek yang paling diingat ialah Monumen Pembabasan Irian Barat adapun ciri-ciri objek Monumen yang paling diingat oleh responden antara lain mengenai ukurannya yang tinggi sekitar 20 meter, besar, dan kokoh; warnanya yang hitam; lokasinya yang terletak di tengah-tengah Taman Lapangan Banteng; serta bentuk dan fitur yang terdapat pada monumen antara lain seorang laki-laki yang sedang merayakan kemerdekaan, rantai dikaki yang menjadi simbol belunggu, serta gestur patung yang menunjukkan perayaan Pembebasan Irian Barat.



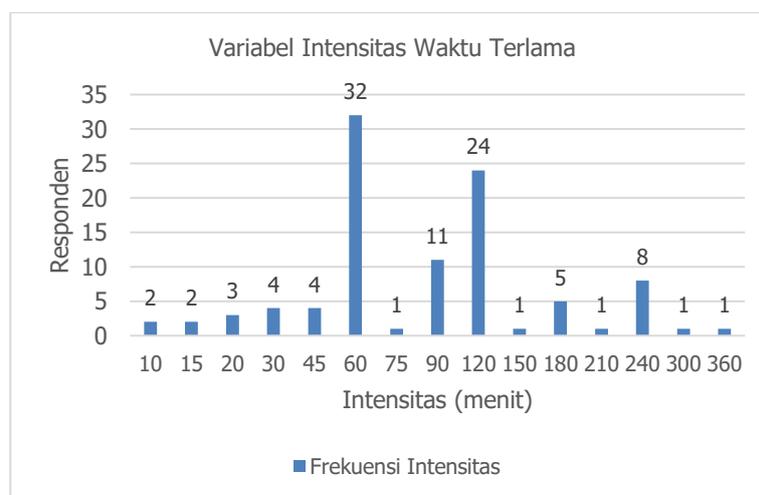
Gambar 2. Analisis Variabel Ingatan Terhadap Objek

Variabel intensitas lama waktu berkunjung di dominasi oleh responden yang menghabiskan waktu selama 60 menit di Taman Lapangan Banteng. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Smith mengenai intensitas ialah seseorang yang lebih lama menerap di suatu tempat akan mempunyai *sense of place* yang lebih kuat kepada tempat tersebut dibandingkan dengan seseorang yang belum lama menetap di tempat tersebut (Smith, 2011). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa 1 responden yang berkunjung selama 240 menit akan memiliki *sense of place* yang lebih kuat dengan Taman Lapangan Banteng dibandingkan dengan 40 responden yang berkunjung selama 60 menit.



Gambar 3. Analisis Variabel Intensitas Lama Waktu Berkunjung

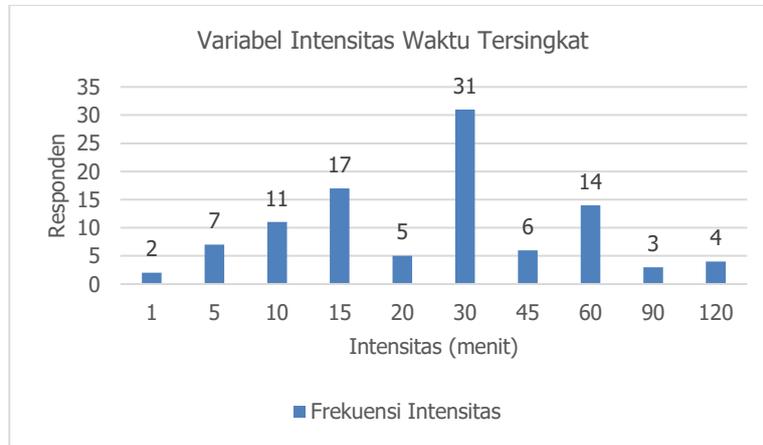
Variabel intensitas waktu terlama di dominasi oleh responden yang menghabiskan waktu selama 60 menit di Taman Lapangan Banteng. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Smith mengenai intensitas ialah seseorang yang lebih lama menerap di suatu tempat akan mempunyai *sense of place* yang lebih kuat kepada tempat tersebut dibandingkan dengan seseorang yang belum lama menetap di tempat tersebut (Smith, 2011). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa 1 responden yang berkunjung selama 360 menit akan memiliki *sense of place* yang lebih kuat dengan Taman Lapangan Banteng dibandingkan dengan 32 responden yang berkunjung selama 60 menit.



Gambar 4. Analisis Variabel Intensitas Waktu Terlama

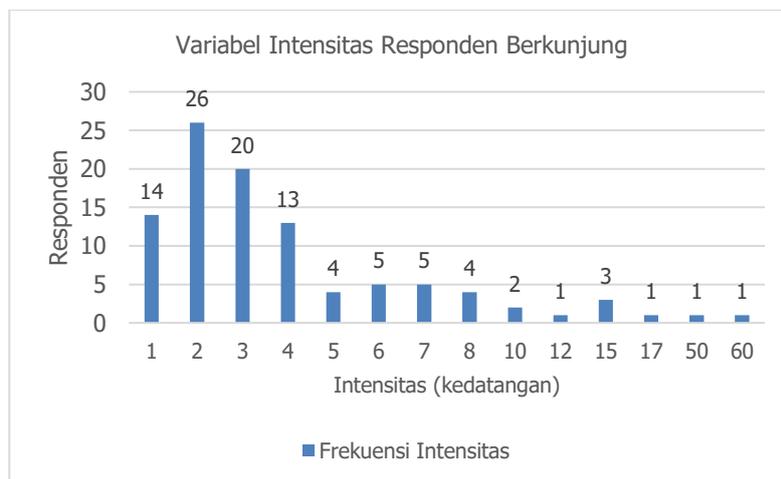
Variabel intensitas waktu tersingkat di dominasi oleh responden yang menghabiskan waktu selama 30 menit di Taman Lapangan Banteng. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Smith mengenai intensitas ialah seseorang yang lebih lama menerap di suatu tempat akan

mempunyai *sense of place* yang lebih kuat kepada tempat tersebut dibandingkan dengan seseorang yang belum lama menetap di tempat tersebut (Smith, 2011). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa 1 responden yang berkunjung selama 1 menit tidak akan memiliki *sense of place* yang lebih kuat kepada Taman Lapangan Banteng dibandingkan dengan 31 responden yang berkunjung 30 menit.



Gambar 5. Analisis Variabel Intensitas Waktu Tersingkat

Variabel intensitas responden berkunjung di dominasi oleh responden yang telah datang ke Taman Lapangan Banteng sebanyak 2 kali kedatangan. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Smith mengenai intensitas ialah seseorang yang lebih lama menerap di suatu tempat akan mempunyai *sense of place* yang lebih kuat kepada tempat tersebut dibandingkan dengan seseorang yang belum lama menetap di tempat tersebut (Smith, 2011). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa 1 responden yang telah datang sebanyak 60 kali kedatangan akan memiliki *sense of place* yang lebih kuat dibandingkan dengan 26 pengunjung yang hanya datang 2 kali kedatangan.



Gambar 6. Analisis Variabel Intensitas Responden Berkunjung

3.4 Place Attachment

Variabel rasa bangga di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden merasa bangga telah datang ke Taman Lapangan Banteng, diartikan dengan teori bahwa salah satu kemampuan jiwa manusia yang merasa senang, lega, puas yang muncul sebagai reaksi ketika manusia melakukan pencapaian tertentu seperti pernah datang kesuatu tempat (Twigger Ross

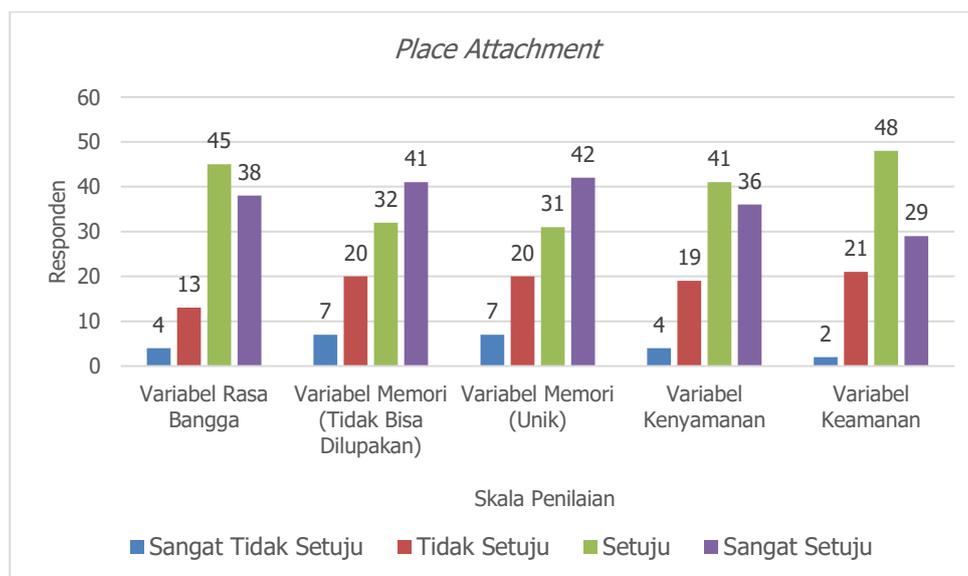
& Uzzel, 1996). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa mayoritas responden merasa senang, lega, dan puas karena telah datang ke Taman Lapangan Banteng.

Variabel memori yang tidak bisa dilupakan di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden merasa mempunyai memori yang tidak bisa dilupakan di Taman Lapangan Banteng, karena pada dasarnya keterikatan individu dengan tempat tertentu karena adanya pengalaman yang berarti antara individu dengan tempat tersebut (Chen et al., 2014). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa mayoritas responden memiliki memori yang tidak bisa dilupakan karena adanya keterikatan serta pengalaman yang berarti antara individu dengan Taman Lapangan Banteng.

Variabel memori yang unik di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden merasa memori yang mereka dapatkan di Taman Lapangan Banteng unik, karena pada dasarnya memori merupakan tempat yang terbentuk bagian dari ingatan manusia sehingga suatu tempat menjadi istimewa atau unik karena tertanam dengan makna yang unik oleh seseorang sesuai dengan pengalaman masa lalunya (Chen et al., 2014). Jadi, pada variabel ini menjelaskan bahwa mayoritas responden memiliki memori yang tidak bisa dilupakan karena kejadian tersebut tertanam dengan makna yang unik oleh seseorang sesuai dengan pengalaman masa lalunya dengan tempat tersebut.

Variabel kenyamanan di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa apabila responden sedang berada di Taman Lapangan Banteng responden akan merasa rileks dan ingin berlama-lama di tempat tersebut, karena pada dasarnya seseorang yang merasa mempunyai atau memiliki tempat tersebut akan merasakan kenyamanannya tersendiri pada tempat tersebut (Shamai, 1991).

Variabel keamanan di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden merasa bebas dari gangguan seperti gangguan hiruk pikuk perkotaan apabila pengunjung berada di Taman Lapangan Banteng, karena pada dasarnya seseorang yang merasa mempunyai atau memiliki tempat tersebut akan merasakan keamanannya tersendiri pada tempat tersebut (Shamai, 1991).



Gambar 7. Analisis Variabel-Variabel *Place Attachment*

3.5 *Place Dependence*

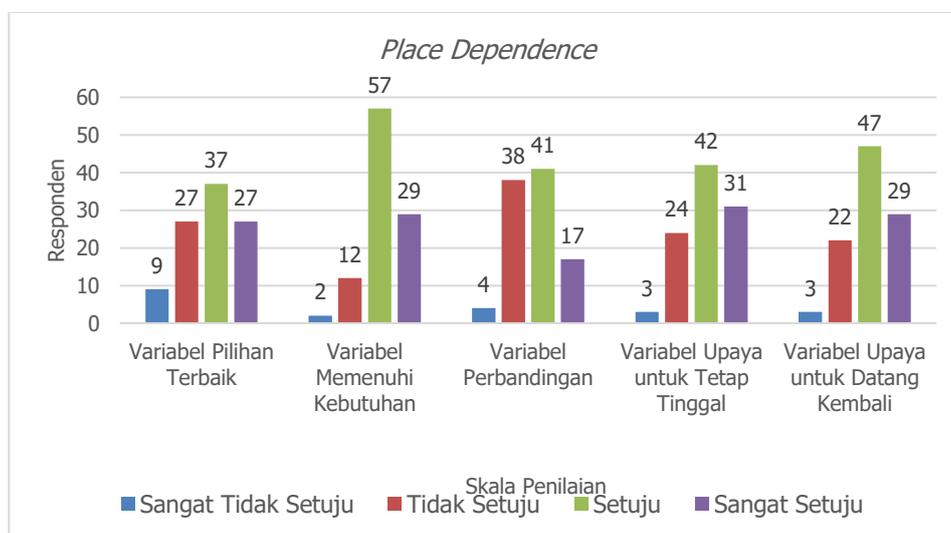
Variabel pilihan terbaik di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa Taman Lapangan Banteng merupakan pilihan pengunjung apabila ingin melakukan aktivitas favorit, karena tingkatan baik buruknya suatu tempat berasal dari pertimbangan seseorang yang dapat dilihat sebagai pilihan terbaik bagi responden (Smaldone et al., 2005). Jadi, pada variabel ini mayoritasnya menjelaskan bahwa Taman Lapangan Banteng merupakan pilihan terbaik bagi pengunjung karena dapat melakukan aktivitas favoritnya.

Variabel memenuhi kebutuhan di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden merasa puas dengan Taman Lapangan Banteng karena dapat menunjang aktivitas responden, karena tingkat baik buruknya suatu tempat dapat dilihat apakah tempat tersebut mampu memenuhi kebutuhan seseorang atau tidak (Smaldone et al., 2005). Jadi, pada variabel ini mayoritasnya menjelaskan bahwa Taman Lapangan Banteng merupakan tempat yang memiliki kualitas baik karena dapat memenuhi kebutuhan pengunjungnya.

Variabel perbandingan di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden lebih suka melakukan aktivitas favoritnya di Taman Lapangan Banteng dibandingkan di ruang publik lainnya, karena keterikatan suatu tempat dan seseorang sebagai potensi tempat untuk memenuhi tujuan atau kebutuhan individunya yang juga dibandingkan dengan beberapa tempat berpotensi lainnya (Stokols & Shumaker, 1981). Jadi, pada variabel ini mayoritasnya menjelaskan bahwa responden memiliki Taman Lapangan Banteng untuk dijadikan sebagai tempatnya melakukan aktivitas favorit dibandingkan dengan ruang publik lainnya.

Variabel upaya untuk tetap tinggal di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden ingin bisa menghabiskan waktu lebih lama daripada biasanya dalam kunjungan berikutnya di Taman Lapangan Banteng, karena salah satunya mempertahankan hubungan jangka panjang dengan tempat tersebut menjadi salah satu bagian dari keinginan untuk pindah (Scannell & Gifford, 2010). Jadi, pada variabel ini mayoritas responden merasakan hubungan jangka panjang dengan Taman Lapangan Banteng dalam kunjungan berikutnya.

Variabel upaya untuk datang kembali di dominasi oleh responden yang beranggapan bahwa responden selalu punya keinginan untuk kembali ke Taman Lapangan Banteng apapun yang terjadi, karena salah satunya keinginan untuk datang kembali ke suatu tempat bagian dari keinginan untuk pindah (Scannell & Gifford, 2010). Jadi, pada variabel ini mayoritas responden merakan untuk datang kembali ke Taman Lapangan Banteng meskipun ada *effort* lebih yang dikeluarkan oleh responden.



Gambar 8. Analisis Variabel-Variabel *Place Dependence*

4. KESIMPULAN

Pada konsep *place identity* variabel yang sangat berkontribusi untuk pembentuk *sense of place* adalah variabel ingatan terhadap objek, karena variabel ingatan terhadap objek ini merupakan salah satu dari variabel yang sangat menggambarkan identitas dari Taman Lapangan Banteng serta dapat menilai pemahaman responden dengan identitas Taman Lapangan Banteng. Konsep *place attachment* variabel yang sangat berkontribusi untuk pembentuk *sense of place* adalah variabel memori, karena variabel memori ini merupakan bagian dari variabel yang menggambarkan keterikatan antara Taman Lapangan Banteng dengan responden, keterikatan antara tempat dengan responden dilihat berdasarkan memori yang sudah tertanam dengan adanya pengalaman yang berarti antara individu dengan tempat tersebut. Konsep *place dependence* variabel yang sangat berkontribusi untuk pembentuk *sense of place* adalah variabel memenuhi kebutuhan, karena variabel memenuhi kebutuhan dapat membuat responden sudah merasa bahwa Taman Lapangan Banteng merupakan tempat yang memiliki kualitas baik karena dapat memenuhi kebutuhan pengunjungnya. Berdasarkan hasil penelitian, responden sudah merasakan adanya *sense of place* di Taman Lapangan Banteng dengan faktor yang paling berpengaruh yaitu *place attachment* dan *place dependence* dengan variabel memori dan variabel memenuhi kebutuhan dan secara umum *sense of place* yang dirasakan oleh responden pada Taman Lapangan Banteng terbilang cukup kuat.

DAFTAR RUJUKAN

- Ananta, Y. (2018). *Ini Wajah Baru Lapangan Banteng*. Www.Mediaindonesia.Com.
<https://m.mediaindonesia.com/megapolitan/173411/ini-wajah-baru-lapangan-banteng>
- Chen, N., Dwyer, L., & Firth, T. (2014). *Conceptualization and measurement of dimensionality of place attachment*. *Tourism Analysis*, 19(3), 323.
<https://doi.org/10.3727/108354214%0AX14029467968529>
- Ernawati, J. (2011). Faktor-faktor Pembentuk Identitas Suatu Tempat. *Local Wisdom-Jurnal Ilmiah Online*, III(2), 1–9.
- Lalli, M. (1992). *Urban-Related Identity: Theory, Measurement, and Empirical Findings*. *Journal of Environmental Psychology*.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). *Defining Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework*. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1–1.
<https://doi.org/10.1016/%0Aj.jenvp.2009.09.006>
- Shamai, S. (1991). Sense of Place: An Empirical Measurement. *Geoforum*, 22(3), 347.
[https://doi.org/10.1016/0016-7185\(91\)90017-K](https://doi.org/10.1016/0016-7185(91)90017-K)
- Smaldone, D., Harris, C., & Sanyal, N. (2005). *An Exploration of Place as A Process: The Case of Jackson Hole, WY*. *Journal of Environmental Psychology*, 25(4), 397–414.
- smartcity.jakarta.go.id. (2017). *HackJAK 2017, Pemanfaatan Data Ruang Publik untuk Jakarta yang Lebih Adil dan Inklusif*. <https://Smartcity.Jakarta.Go.Id/>.
<https://smartcity.jakarta.go.id/blog/303/hackjak-2017-pemanfaatan-data-ruang-publik-untuk-jakarta-yang-lebih-adil-dan-inklusif>
- Smith, K. . (2011). *The Relationship between Residential Satisfaction, Sense of Community, Sense of Belonging and Sense of Place in a Western Australian Urban Planned Community*. Edith Cowan University.
- Stokols, D., & Shumaker, S. A. (1981). *People in Places: A Transactional View of Settings*.

Cognition, Social Behavior and Environment, 441–485.

Twigger Ross, C. ., & Uzzel, D. . (1996). *Place and Identity Processes. Journal of Environmental Psychology*.

Walker, A. J., & Ryan, R. L. (2008). *Place attachment and landscape preservation in rural New England: A Maine case study*. University of Massachusetts.