
KAJIAN SEBARAN RUANG AKTIFITAS BERDASARKAN *SENSE OF PLACE* (RASA TERHADAP TEMPAT) PENGGUNA DI PECINAN SEMARANG

Annisa Nur Fauziah¹ dan Wakhidah Kurniawati²

¹Mahasiswa Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

²Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

Email: aniizsagitarius@gmail.com

Abstrak: Suatu tempat yang memiliki *sense of place* yang tinggi, maka akan mendorong orang diam disana dan tinggal lebih lama (Najavi, 2011: 192). Namun, yang terjadi di Pecinan justru sebaliknya. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, proporsi penduduk yang pindah mendominasi data demografi Pecinan Semarang. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengkaji sebaran ruang aktifitas di Pecinan berdasarkan *sense of place* pengguna. Dalam konteks ini, *sense of place* pengguna akan menentukan bagaimana intensitas dalam beraktifitas di ruang-ruang yang terdapat di Pecinan Semarang. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan penelitian deduktif positivistic, dengan metode penelitian statistic deskriptif. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa temuan Najavi tersebut ternyata tidak berlaku di Pecinan Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ruang-ruang yang memiliki *sense of place* tinggi, intensitas penggunaan ruangnya justru paling rendah dibanding ruang-ruang lain di Pecinan Semarang. Salah satunya ditemui pada ruang-ruang wisata budaya di Pecinan Semarang yang tersebar di Jalan Gg Warung, Gg Lombok, Gg Pinggir, Gg Cilik dan Wotgandul Timur. Sebaliknya, ruang-ruang yang memiliki intensitas penggunaan ruang sangat tinggi, justru *sense of place*-nya hanya tergolong sedang. Ini ditemui di ruang-ruang permukiman berupa ruko di Gg Pinggir dan Gg Baru serta ruang komersial berupa gudang di Gg Beteng, Gg Belakang, dan Kalikuping. Di Pecinan Semarang, aspek fisik, emosional, dan fungsional yang mengacu pada keunikan tempat cenderung lebih membantu pengguna untuk menyadari dan mengembangkan *sense of place* dibanding dengan pengalaman pengguna terhadap tempat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan ruang aktifitas di Pecinan tidak berkaitan dengan *sense of place* pengguna di Pecinan Semarang.

Kata kunci: sebaran ruang aktifitas, *sense of place*, Pecinan Semarang

Abstract: A place which has high level of *sense of place*, encourage people to dwell and stay a little longer (Najavi, 2011: 192). But, the opposite occurred in Semarang Chinatown. In the last five years, the proportion of people who moved dominate the demographic in Semarang Chinatown. According to this, it is necessary to examine the distribution of activity space in Chinatown based on *sense of place*. In this regard, the *sense of place* will determine the intensity of use of space in Semarang Chinatown. To achieve this goal, researchers used deductive positivistic approach, with descriptive statistical research methods. The research proved that the statement whose claimed by Najavi does not fit in Semarang Chinatown. Spaces that have a strong *sense of place*, have the lowest intensity). These spaces are identified as space for cultural tourism which spread across Gg Warung, Gg Lombok, Gg Pinggir, Gg Cilik, and Wotgandul Timur. In the other hand, spaces that have moderate *sense of place*, has a very high intensity of use. These space are identified as shop house at Gg Pinggir and Gg Baru and warehouses in Gg Beteng, Gg Belakang, and Kalikuping. In Semarang Chinatown, physics, emotional, and functional aspects refers to uniqueness place which help people to develop *sense of place* rather than users experience with place. Thus, it can be concluded that intensity of use of activity space is not associated with the *sense of place* in Semarang Chinatown.

Keywords: distribution of activity space, *sense of place*, Semarang Chinatown

PENDAHULUAN

Dalam perencanaan kota, ruang digambarkan dalam bentuk peta karena dianggap lebih efisien untuk menggambarkan lokasi persebaran aktifitas sosial ekonomi (Relph, 1976: 23). Chapin dalam Fan (2007: 15) menjelaskan variabel-variabel yang digunakan untuk mempelajari sebaran ruang aktifitas berdasarkan sebaran pilihan kegiatan (jenis kegiatan), sebaran temporal (intensitas/waktu beraktifitas), dan sebaran spasial (tempat kegiatan berlangsung).

Beberapa tempat yang memiliki *sense of place* yang tinggi, maka akan mendorong orang diam disana dan tinggal lebih lama (Najavi, 2011: 192). Pernyataan tersebut juga didukung oleh Robertson dalam www.preservationnation.org (1999), yang menyatakan bahwa *sense of place* memiliki peran dalam mengajak masyarakat untuk tinggal lebih lama dari yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka. Orang-orang akan tergoda untuk berlama-lama apabila tempat tersebut nyaman, aman, dan menarik. Semakin lama orang berlama-lama di suatu tempat, maka citra tempat tersebut akan semakin meningkat. Hal tersebut terjadi karena orang memiliki alasan untuk menetap atau berkunjung ke suatu tempat, dan semakin banyak mereka menghabiskan waktu di tempat tersebut dan semakin sering mereka datang berkunjung, maka menunjukkan bahwa tempat tersebut mampu menciptakan hubungan interaksi antara manusia dengan lingkungan, mengakomodasi berbagai kebutuhan pengguna, mempertahankan dan memperkaya pengalaman pengguna. Sebaliknya, ketika suatu tempat tidak memiliki *sense of place*, maka pengguna cenderung tidak tergoda untuk berlama-lama. Ketika banyak pengguna yang meninggalkan tempat tersebut maka tempat tersebut dapat dikatakan tidak mampu menciptakan hubungan interaksi antara manusia dan lingkungan, mengakomodasi berbagai kebutuhan pengguna, mempertahankan dan memperkaya pengalaman pengguna. Dengan

demikian, citra tempat tersebut akan menurun dimata penggunanya.

Namun, yang terjadi di Pecinan justru sebaliknya. Pada penelitian sebelumnya di Pecinan oleh Markus Zahnd (2008) menyatakan bahwa sebanyak 26% penduduk Pecinan menyatakan ingin meninggalkan daerah, di antara mereka 16% beralasan kepadatan dan 67% memiliki alasan pribadi. Pernyataan tersebut didukung oleh fakta empiris yang terjadi di Pecinan Semarang. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, penduduk Pecinan yang pergi mendominasi data demografi Pecinan Semarang, dibanding jumlah penduduk yang datang, lahir, ataupun mati yang proporsinya jauh lebih rendah.

TABEL 1
JUMLAH PENDUDUK LAHIR, MATI, DAN MUTASI

Tahun	Penduduk (jiwa)			
	Lahir	Mati	Datang	Pindah
2007	59	27	97	111
2008	42	47	128	109
2009	72	63	76	112
2010	47	64	74	114
2011	56	45	84	104

Sumber: Semarang Tengah Dalam Angka, 2009

Ketika penduduk Pecinan menyatakan ingin meninggalkan daerah, maka hal tersebut tentu dipengaruhi oleh *sense of place* pengguna yang akan berimplikasi pada sebaran ruang aktifitas yang berlangsung di Pecinan Semarang. Kawasan studi yang dijadikan sebagai objek penelitian yaitu Pecinan Semarang, terletak di kecamatan Semarang Tengah, yang terdiri dari dua kelurahan yaitu kelurahan Kranggan dan Kauman. (Gambar 1)



Sumber: Google Earth, 2013

GAMBAR 1
PETA ADMINISTRASI KAWASAN PECINAN SEMARANG

TINJAUAN LITERATUR

Ruang dan Tempat

Istilah tempat dan ruang hampir memiliki kesamaan sehingga terkesan bias dalam mendefinisikannya. Ruang akan hadir ketika terdapat individu yang membaca tempat sebagai kehadiran yang stabil sesuai dengan persepsi masing-masing pada waktu dan kondisi tertentu. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa, ruang dapat dikatakan sebagai tempat apabila ruang tersebut dimaknai oleh orang yang menggunakannya (William & Carr, 1983: 211).

Relph (1976: 8) mengatakan bahwa ruang merupakan sesuatu yang tidak berwujud dan tidak dapat langsung dijelaskan dan dianalisis. Namun, bagaimanapun ketika menjelaskan tentang ruang, hampir selalu berhubungan dengan rasa (*sense*) dan konsep dari tempat (*place*). Pada umumnya konteks ruang dianggap sama dengan tempat, meskipun memiliki arti yang berbeda. Tempat merupakan objek yang mendefinisikan ruang (Tuan, 2001). Menurut Relph (1976: 22), tempat merupakan ruang yang eksis sehingga dapat dipahami maksud dan tujuannya. Makna dan fungsi dalam menentukan tempat tidak selalu sama di semua tempat. Penting untuk diperhatikan adalah bahwa tempat perlu memiliki identitas untuk membedakannya dengan tempat lain. Untuk itu, kemudian muncul istilah *sense of place* (rasa tempat).

Teori *Sense of Place*

Sense of place adalah reaksi manusia terhadap tempat (Roberson and R. Wilkie, 2010: 2532). Rumah dan jalan tidak dengan sendirinya menciptakan *sense of place*, tetapi jika mereka memiliki keunikan, maka akan membantu penggunaannya untuk menyadari dan mengembangkan *sense of place* (Tuan, 2001: 171). Dalam penelitiannya, Najavi (2011: 192) menyatakan bahwa beberapa tempat yang memiliki *sense of place* yang tinggi, maka akan mendorong orang diam disana dan tinggal lebih lama. *Sense of place* memiliki peran dalam mengajak masyarakat untuk tinggal lebih lama dari yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka (Robertson

dalam www.preservationnation.org, 1999). Orang-orang akan tergoda untuk berlama-lama apabila tempat tersebut nyaman, aman, dan menarik. Semakin lama orang berlama-lama di suatu tempat, maka citra tempat tersebut akan semakin meningkat. Hal tersebut terjadi karena orang memiliki alasan untuk menetap atau berkunjung ke suatu tempat, dan semakin banyak mereka menghabiskan waktu di tempat tersebut dan semakin sering mereka datang berkunjung, maka menunjukkan bahwa tempat tersebut mampu menciptakan hubungan interaksi antara manusia dengan lingkungan, mengakomodasi berbagai kebutuhan pengguna, mempertahankan dan memperkaya pengalaman pengguna.

Dalam menilai *sense of place* suatu ruang kota, hal pertama yang dilakukan adalah melakukan interview singkat terhadap orang-orang yang berada di area tersebut. Hal yang pertama dilakukan adalah dengan menentukan kriteria orang-orang yang ada di tempat tersebut (Lynch, 1990: 279), seperti penghuni, pekerja, pengunjung, pria/wanita, tua/muda, tingkat pendapatan, dan kelompok etnis. Karakteristik pengguna tersebut merujuk pada konteks yang mengacu pada pengalaman orang terhadap tempat. Selain itu, pengalaman orang terhadap tempat, bentuk fisik, aktifitas, dan makna juga akan membentuk dan menciptakan *sense of place* (Yusoff et al, 2011: 26). Dalam mengevaluasi atau menilai lingkungan, *sense of place* dinilai berdasarkan aspek kunci dari *place* (tempat), yaitu fisik, fungsional (kegiatan), dan psikologi (emosional).

- Aspek Fisik: manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang akan selalu berhubungan satu sama lain. Dengan demikian, maka ruang yang dibentuk oleh setiap individu juga akan saling berhubungan. Adapun faktor-faktor fisik yang berpengaruh dalam penggunaan ruang dikawasan perkotaan menurut Mirsa (2011: 60), yaitu: pencapaian (*accessibility*) sebagai aspek lokasional ruang; kemenarikan (*attractivity*); dan kelengkapan (*amenities*).

- Aspek Emosional: ikatan secara emosional antara seseorang terhadap tempat tertentu yang memberikan makna personal. Daniel R. William (1995) dan Igor Knez (2005: 208). Dalam penelitian di Malaysia, Shamsudin dan Ujang (2008: 403) menggunakan indikator-indikator untuk meneliti meliputi rasa bangga, kesan, rasa senang, rasa khawatir, dan rasa aman terhadap Pecinan Semarang.

TABEL 2
DERAJAT IKATAN EMOSIONAL JMI-TAR DAN JP

Komponen	Indikator
Ikatan emosional (kesan positif, sentiment, kepedulian, loyal, bangga, dan kecintaan)	Rasa bangga karena kekhasan dan popularitas tempat
	Suasana tempat yang positif
	Tidak bersedia pindah ke tempat lain karena sudah terbiasa dengan tempat tersebut
	Merasa bahagia bekerja/berbisnis di area ini
	Merasa terancam dengan menurunnya jumlah pengunjung di area ini yang menurunkan pendapatan
	Sentimen terhadap perubahan bangunan dan ruang
	Ingin berlama-lama di tempat
	Kesan positif tentang kesesuaian tempat sebagai tempat untuk bertahan hidup sehari-hari dan memenuhi kebutuhan
	Sumber pendapatan
	Kesesuaian latar belakang pribadi dan sosial

Sumber: Shamsudin dan Ujang, 2008

- Aspek Fungsional: ikatan fungsional terhadap tempat, yang didasarkan pada perannya terkait aktifitas tertentu (Yuksel, 2010: 275). Menurut Daniel R. William (1995) dan Igor Knez (2005: 208). Ikatan secara fungsional, adalah bagaimana tempat memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna. Dalam penelitian di Malaysia, Shamsudin dan Ujang (2008: 403) menggunakan indikator-indikator untuk meneliti meliputi pernyataan tentang Pecinan sebagai tempat yang terbaik, nyaman, perbaikan, dan perbandingan dengan tempat lain.

Pengalaman orang terhadap tempat, bentuk fisik, aktifitas, dan makna juga akan membentuk dan menciptakan *sense of place* (Yusoff et al, 2011: 26). Dengan demikian perlu mengidentifikasi karakteristik pengguna yang merujuk pada pengalaman orang terhadap tempat. Menurut Lynch, 1990: 279), hal yang pertama dilakukan adalah dengan menentukan kriteria orang-orang yang ada di tempat tersebut (Lynch, 1990: 279), seperti penghuni, pekerja, pengunjung, pria/wanita, tua/muda, tingkat pendapatan, dan kelompok etnis.

TABEL 3
DERAJAT IKATAN FUNGSIONAL JMI-TAR DAN JP

Komponen	Indikator
Ikatan Fungsional (keterlibatan, keakraban, ketergantungan, kepuasan, dan kenyamanan)	Keterlibatan harian dari pagi hingga petang
	Merasa marah jika dipindahkan ke lokasi lain yang kurang familiar
	Mampu menggambarkan daerah dengan baik
	Mampu menggambarkan perubahan dari pengaturan fisik
	Ikatan terhadap tempat tertentu yang menjadi simbol

Sumber: Shamsudin dan Ujang, 2008

Ruang Aktifitas

Perilaku manusia akan mempengaruhi dan membentuk *setting* fisik (Rapoport, 1969). Adanya pendekatan interaksi antara manusia dengan ruang cenderung menggunakan *setting*, yang merujuk pada unsur-unsur kegiatan manusia yang mengandung beberapa hal, yaitu: pelaku, macam kegiatan, tempat, intensitas dan waktu berlangsungnya kegiatan. Pada dasarnya, *setting* perilaku dapat dibedakan menjadi dua, yaitu *system of setting* (sistem tempat atau ruang) dan *system of activity* (sistem aktifitas).

Ruang aktifitas adalah ruang yang digunakan untuk melakukan aktifitas harian (AP Human Geography Vocabulary dalam www.quizlet.com). Dalam perencanaan kota, ruang digambarkan dalam bentuk peta karena dianggap lebih efisien untuk menggambarkan lokasi persebaran aktifitas sosial ekonomi (Relph, 1976: 23). Ruang aktifitas dapat diteliti dengan menggunakan metodologi

kecenderungan pusat atau distribusi frekuensi, dalam menggambarkan ruang aktifitas penduduk setiap saat di setiap tingkat agregasi spasial (Fan, 2007: 14). Chapin dalam Fan (2007: 15) menjelaskan variabel-variabel yang digunakan untuk mempelajari ruang aktifitas antara lain pilihan kegiatan (jenis kegiatan), intensitas/waktu beraktifitas, dan tempat kegiatan berlangsung.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian berupa deduktif positifistik, dengan metode penelitian statistik deskriptif disertai dengan pemetaan ruang aktifitas serta tempat-tempat tertentu di Pecinan yang menimbulkan *sense of place* bagi pengguna yang berada di Pecinan Semarang. Dalam penelitian kuantitatif/positivistic, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala dapat diklasifikasikan, dimana hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat), maka seorang peneliti kemudian dapat melakukan fokus penelitian pada beberapa variabel saja (Sugiyono, 2007: 8). Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Sebaran Ruang Aktifitas di Pecinan Semarang
 Dalam melakukan analisis ini variabel-variabel yang diperlukan untuk menentukan sebaran ruang aktifitas di Pecinan adalah jenis aktifitas, lokasi tempat aktifitas berlangsung, dan intensitas penggunaan aktifitas. Variabel-variabel tersebut digunakan untuk meneliti ruang aktifitas hunian, komersial, dan wisata budaya di Pecinan Semarang. Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif dan pemetaan sebaran ruang aktifitas di Pecinan Semarang.
2. Analisis *Sense of Place* Pengguna di Pecinan Semarang
 Untuk melakukan analisis *sense of place* pengguna di Pecinan Semarang, maka aspek-aspek yang akan dianalisis untuk menilai *sense of place* meliputi aspek fisik, emosional, dan fungsional. Masing-masing aspek dinilai dengan menggunakan skala likert, yang mana hasil penjumlahan skor

akan dirata-rata dengan hasil yang dikelompokkan sebagai berikut ini:

- Skor 5 : *Sense of Place* sangat kuat
- Skor 4 : *Sense of Place* kuat
- Skor 3 : *Sense of Place* sedang
- Skor 2 : *Sense of Place* lemah
- Skor 1 : *Sense of Place* sangat lemah

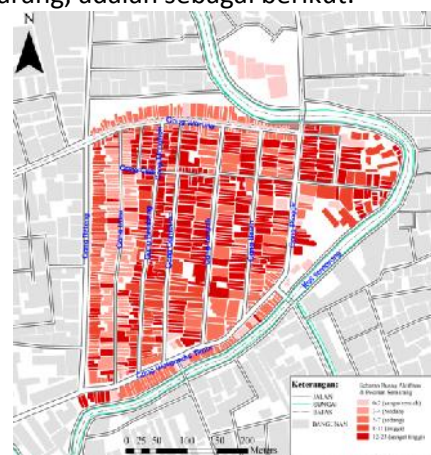
3. Analisis Sebaran Ruang Aktifitas Berdasarkan *Sense of Place*

Analisis ini bertujuan untuk mengkaji peta sebaran ruang aktifitas di Pecinan yang akan dibandingkan dengan pemetaan spasial *sense of place* pengguna di Pecinan Semarang. Melalui perbandingan peta sebaran ruang aktifitas di Pecinan dengan peta spasial *sense of place* pengguna akan terlihat bagaimana sebaran ruang-ruang aktifitas di Pecinan Semarang ketika ditinjau berdasarkan *sense of place* penggunanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Sebaran Ruang Aktifitas di Pecinan Semarang

Sebaran ruang aktifitas digunakan dalam meneliti ruang aktifitas hunian, komersial, dan wisata budaya di Pecinan Semarang dengan menggunakan variabel berupa jenis aktifitas, lokasi berlangsungnya aktifitas, dan intensitas penggunaan. Hasil analisis sebaran ruang aktifitas di Pecinan Semarang, adalah sebagai berikut:



Sumber: Hasil Analisis, 2013

GAMBAR 2
PETA SEBARAN RUANG AKTIFITAS
DI PECINAN SEMARANG

Dari Gambar 2, terlihat sebaran ruang aktifitas di Pecinan yang telah diklasifikasi

menjadi 5 kelas. Semakin pudar, menunjukkan intensitas penggunaan semakin rendah. Sebaliknya, semakin merah, menunjukkan intensitas penggunaan semakin tinggi. Dari gambar terlihat bahwa warna merah tua (intensitas sangat tinggi) tersebar di Jalan Gg Belakang, Gg Gambiran, Gg Besen, Gg Tengah dan sebagian kecil Gg Pinggir yang diidentifikasi sebagai ruang aktifitas hunian. Warna merah (intensitas tinggi) dijumpai tersebar di sepanjang Jalan Gg Beteng dan Kalikupin, diidentifikasi sebagai ruang aktifitas komersial berupa gudang. Warna merah-pink (intensitas sedang) tersebar di Jalan Gg Warung, Gg Wotgandul Timur, Gg Pinggir, Gg Baru, sebagian Gg Besen dan Gg Tengah diidentifikasi sebagai ruang aktifitas komersial berupa toko/kios, pasar dan kantor. Sementara itu warna pink tua (intensitas rendah) tersebar di bagian tengah Jalan Gg Warung yang diidentifikasi sebagai ruang aktifitas wisata budaya berupa Pasar Semawis, dan warna pink (intensitas sangat rendah) diidentifikasi sebagai ruang aktifitas wisata budaya berupa klenteng yang tersebar di Jalan Wotgandul Timur, Gg Lombok, Gg Pinggir, dan Gg Cilik.

Analisis Sense of Place Pengguna di Pecinan Semarang

Untuk melakukan analisis *sense of place* pengguna di Pecinan Semarang, maka aspek-aspek yang akan dianalisis untuk menilai *sense of place* meliputi aspek fisik, emosional, dan fungsional. Dalam analisis ini, *sense of place* yang akan dinilai dikelompokkan berdasarkan ruang aktifitas di Pecinan, yaitu hunian, komersial, dan wisata budaya.

- *Sense of Place* Pengguna Hunian
Secara keseluruhan, berdasarkan penilaian tiga aspek untuk menentukan *sense of place*. Nilai rata-rata yang diperoleh dari aspek fisik, emosional, dan fungsional menunjukkan bahwa *sense of place* pengguna di ruang permukiman. *Sense of place* pengguna di rumah tinggal dinyatakan kuat dengan skor 4 Sedangkan

sense of place pengguna di ruko dinyatakan sedang dengan skor 3. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kebutuhan fungsional pengguna di rumah tinggal lebih terpenuhi dibanding pengguna di ruko.

TABEL 4
SENSE OF PLACE PENGGUNA RUANG HUNIAN

Sense of Place	Nilai Rata-rata (Means)	
	Permukiman	
	Rumah Tinggal	Ruko
Aspek Fisik	4	3
Aspek Emosional	4	4
Aspek Fungsional	4	3
Nilai Rata-rata	4	3
	Kuat	Sedang

Sumber: Hasil Analisis, 2013

Dalam ruang aktifitas hunian di Pecinan Semarang, identitas etnis dan pengalaman pengguna yang ditentukan dengan asosiasi dengan ruang yang lama dan status sebagai penduduk asli yang bertempat tinggal di Pecinan turut membangun kuatnya *sense of place* ruang aktifitas hunian di Pecinan Semarang, selain aspek fisik, emosional, dan fungsionalnya.

TABEL 5
SENSE OF PLACE PENGGUNA RUANG HUNIAN BERDASARKAN KARAKTERISTIK

Karakteristik Pengguna		Sense of Place			
		Toko/kios	Pasar	Gudang	Kantor
Etnis	Tionghoa	4	3	-	4
	Non-Tionghoa	-	4	3	3
Asosiasi	< 5 tahun	-	4	-	3
	5-20 tahun	4	4	3	4
	> 20 tahun	4	4	-	-
Status	Asli	4	4	-	-
	Pendatang	4	4	3	3

Sumber: Hasil Analisis, 2013

- *Sense of Place* Pengguna Komersial
Secara keseluruhan, berdasarkan penilaian tiga aspek untuk menentukan *sense of place*. Nilai rata-rata yang diperoleh dari aspek fisik, emosional, dan fungsional menunjukkan bahwa *sense of place* pengguna di ruang komersial. *Sense of place* pengguna di toko/kios, pasar, dan kantor dinyatakan kuat dengan skor nilai 4, sedangkan *sense of place* pengguna di gudang dinyatakan sedang dengan skor nilai 3.

TABEL 6

SENSE OF PLACE PENGGUNA RUANG KOMERSIAL

Sense of Place	Nilai Rata-rata (Means)			
	Komersial			
	Toko/ Kios	Pasar	Gudang	Kantor
Aspek Fisik	4	4	3	4
Aspek Emosional	4	4	3	3
Aspek Fungsional	4	4	3	4
Nilai Rata-rata	4	4	3	4
	Kuat	Kuat	Sedang	Kuat

Sumber: Hasil Analisis, 2013

Nilai rata-rata yang diperoleh dari aspek fisik, emosional, dan fungsional menunjukkan bahwa *sense of place* pengguna di ruang komersial. *Sense of place* pengguna di toko/kios, pasar, dan kantor dinyatakan kuat dengan skor nilai 4, sedangkan *sense of place* pengguna di gudang dinyatakan sedang dengan skor nilai 3.

TABEL 7
SENSE OF PLACE PENGGUNA RUANG KOMERSIAL BERDASARKAN KARAKTERISTIK

Karakteristik Pengguna		Sense of Place			
		Toko/ kios	Pasar	Gudang	Kantor
Etnis	Tionghoa	4	3	-	4
	Non-Tionghoa	-	4	3	3
Asosiasi	< 5 tahun	-	4	-	3
	5-20 tahun	4	4	3	4
	> 20 tahun	4	4	-	-
Status	Asli	4	4	-	-
	Pendatang	4	4	3	3

Sumber: Hasil Analisis, 2013

Berdasarkan tabel, dapat disimpulkan bahwa karakteristik pengguna seperti identitas etnis dan pengalaman tidak begitu mempengaruhi kuat/lemahnya *sense of place* pengguna ruang aktifitas komersial di Pecinan Semarang. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa kuatnya *sense of place* pengguna ruang aktifitas komersial yang kuat/lemah cenderung dipengaruhi oleh aspek fisik, emosional, dan fungsionalnya dibanding oleh karakteristik penggunanya.

- *Sense of Place* Pengguna Wisata Budaya Secara keseluruhan, berdasarkan penilaian tiga aspek untuk menentukan *sense of place*, maka dapat *sense of place* pengguna ruang wisata budaya dinyatakan sebagai berikut:

TABEL 8
SENSE OF PLACE PENGGUNA RUANG WISATA BUDAYA

Sense of Place	Nilai Rata-rata (Means)	
	Budaya	
	Klenteng	Semawis
Aspek Fisik	4	4
Aspek Emosional	4	4
Aspek Fungsional	4	4
Nilai Rata-rata	4	4
	Kuat	Kuat

Sumber: Hasil Analisis, 2013

Nilai rata-rata yang diperoleh dari aspek fisik, emosional, dan fungsional menunjukkan bahwa *sense of place* pengguna di ruang wisata budaya. *Sense of place* pengguna di klenteng maupun Pasar Semawis sama-sama dinyatakan kuat dengan nilai skor rata-rata 4.

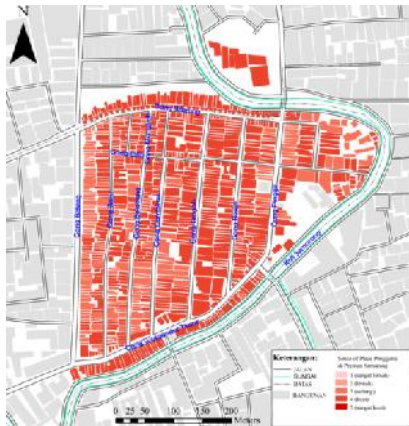
TABEL 9
SENSE OF PLACE PENGGUNA RUANG WISATA BUDAYA BERDASARKAN KARAKTERISTIK

Karakteristik Pengguna		Sense of Place	
		Klenteng	Semawis
Etnis	Tionghoa	4	4
	Non-Tionghoa	-	4
	> 40 th	4	4
Asosiasi	< 5 tahun	4	4
	5-20 tahun	4	4
	> 20 tahun	-	-
Status	Asli	-	-
	Pendatang	4	4

Sumber: Hasil Analisis, 2013

Tabel di atas mengindikasikan bahwa kuatnya *sense of place* pengguna ruang aktifitas wisata budaya di Pecinan sepenuhnya dipengaruhi oleh aspek fisik, emosional, dan fungsional. Dalam konteks ini, factor keunikan akan membantu pengguna dalam menyadari dan mengembangkan *sense of place*.

Dengan demikian, maka secara keseluruhan *sense of place* pengguna di Pecinan dalam bentuk spasial adalah sebagai berikut:



Sumber: Hasil Analisis, 2013

GAMBAR 3
PETA SENSE OF PLACE DIPECINAN SEMARANG

Analisis Sebaran Ruang Aktifitas Berdasarkan Sense of Place

Analisis ini bertujuan untuk membandingkan peta sebaran ruang aktifitas di Pecinan yang akan dibandingkan dengan peta spasial *sense of place* pengguna di Pecinan Semarang. Melalui perbandingan tersebut, akan terlihat bagaimana hubungan antara *sense of place* dengan intensitas penggunaan ruang di Pecinan Semarang. Secara lebih jelasnya, maka akan dianalisis pada Tabel 10.

Berdasarkan Tabel 10 dapat disimpulkan bahwa ruang-ruang yang memiliki intensitas penggunaan yang tinggi, *sense of place* hanya dinyatakan sedang. Ini dapat ditemui pada ruang aktifitas komersial berupa gudang yang tersebar di sepanjang Jalan Gg Beteng, Gg Belakang, dan Kalikuping. Intensitas penggunaan yang tinggi pada ruang aktifitas gudang, ternyata tidak membentuk

karakteristik pengunanya dalam mengembangkan *sense of place*. Ini disebabkan karena sebagian besar pengunanya memiliki status sebagai penduduk pendatang. Dengan demikian, maka aspek fisik, emosional, dan fungsional terhadap ruang aktifitas gudang, cenderung lebih menentukan kuat/lemahnya *sense of place* pengguna di ruang aktifitas komersial Pecinan.

Sebaliknya, ruang-ruang yang memiliki intensitas penggunaan yang rendah, justru diidentifikasi memiliki *sense of place* yang kuat. Ini dapat dijumpai pada ruang aktifitas wisata budaya berupa klenteng dan Pasar Semawis yang tersebar di Jalan Gg Warung, Gg Lombok, Gg Pinggir, Gg Cilik dan Wotgandul Timur. Karakteristik pengguna dalam ruang aktifitas wisata budaya tidak menentukan kuat/lemahnya *sense of place* pengguna. Aspek fisik, emosional, dan fungsional yang mengacu pada suatu tempat yang memiliki keunikan cenderung lebih membantu pengguna untuk menyadari dan mengembangkan *sense of place* kuat pada ruang aktifitas wisata budaya di Pecinan. Di Pecinan Semarang, aspek fisik, emosional, dan fungsional yang mengacu pada keunikan tempat cenderung lebih membantu pengguna untuk menyadari dan mengembangkan *sense of place* dibanding dengan pengalaman pengguna terhadap tempat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan ruang aktifitas di Pecinan tidak berkaitan dengan *sense of place* pengguna di Pecinan Semarang.

TABEL 10
SEBARAN RUANG AKTIFITAS BERDASARKAN SENSE OF PLACE PENGGUNA PECINAN SEMARANG

Sebaran Ruang Aktifitas Berdasarkan Sense of Place Pengguna di Pecinan Semarang		Sebaran Ruang Aktifitas Berdasarkan Sense of Place:
<p>Sebaran Ruang Aktifitas</p>	<p>Sense of Place Pengguna</p>	<p>Dengan membandingkan antara peta sebaran ruang aktifitas dengan <i>sense of place</i>, maka diketahui bahwa ruang-ruang aktifitas yang memiliki intensitas penggunaan ruang yang tinggi seperti gudang yang tersebar di sepanjang Jalan Gg Beteng, Gg Belakang, dan Kalikuping, dan ruko yang memiliki intensitas penggunaan sangat tinggi memiliki <i>sense of place</i> sedang. Sebaliknya, ruang-ruang aktifitas yang memiliki intensitas penggunaan ruang yang rendah seperti ruang-ruang aktifitas wisata budaya yang tersebar di Jalan Gg Warung, Gg Lombok, Gg Pinggir, Gg Cilik dan Wotgandul Timur, justru memiliki <i>sense of place</i> yang tinggi.</p>

Sumber: Hasil Analisis, 2013

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yakni untuk mengkaji sebaran ruang aktifitas berdasarkan *sense of place* pengguna di Pecinan Semarang, maka diperoleh kesimpulan bahwa ruang-ruang yang *sense of place* penggunaannya tinggi, intensitas penggunaan ruangnya justru paling rendah dibanding ruang-ruang lain di Pecinan Semarang. Salah satunya ditemui pada ruang-ruang wisata budaya di Pecinan Semarang yang tersebar di Jalan Gg Warung, Gg Lombok, Gg Pinggir, Gg Cilik dan Wotgandul Timur. Sebaliknya, ruang-ruang yang memiliki intensitas penggunaan ruang tinggi, justru *sense of place* penggunaannya hanya tergolong sedang. Ini ditemui di ruang-ruang aktifitas komersial gudang yang tersebar di Jalan Gg Beteng, Gg Belakang, dan Kalikuping. Ini disebabkan karena intensitas penggunaan tersebut sangat tergantung pada durasi aktifitas yang berlangsung biasanya.

Sementara itu, ruang-ruang aktifitas wisata budaya yang *sense of place* penggunaannya tinggi, intensitas penggunaan ruangnya rendah. Dalam konteks ini, karakteristik pengguna dalam ruang aktifitas wisata budaya tidak menentukan kuat/lemahnya *sense of place* pengguna. Aspek fisik, emosional, dan fungsional yang mengacu pada suatu tempat yang memiliki keunikan cenderung lebih membantu pengguna untuk menyadari dan mengembangkan *sense of place* kuat pada ruang aktifitas wisata budaya di Pecinan.

Temuan tersebut membuktikan bahwa ruang-ruang aktifitas yang memiliki intensitas penggunaan ruang yang tinggi belum tentu memiliki *sense of place* yang kuat. Dalam ruang aktifitas komersial berupa gudang, menunjukkan bahwa intensitas penggunaan yang tinggi pada ruang aktifitas gudang, ternyata tidak membentuk karakteristik penggunaannya dalam mengembangkan *sense of place*. Ini disebabkan karena sebagian besar penggunaannya memiliki status sebagai penduduk pendatang. Dengan demikian, maka aspek fisik, emosional, dan fungsional terhadap ruang aktifitas gudang, cenderung

lebih menentukan kuat/lemahnya *sense of place* pengguna di ruang aktifitas komersial Pecinan.

Dengan demikian, maka dalam penelitian di Pecinan Semarang, aspek fisik, emosional, dan fungsional yang mengacu pada keunikan tempat cenderung lebih membantu pengguna untuk menyadari dan mengembangkan *sense of place* dibanding dengan pengalaman pengguna terhadap tempat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan ruang aktifitas di Pecinan tidak berkaitan dengan *sense of place* pengguna di Pecinan Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fan, Yingling. 2007. "The Built Environment, Activity Space, and Time Allocation," A dissertation submitted to the Faculty of The University of North Carolina.
- Knez, Igor. 2005. "Attachment and identity as related to a place and its perceived climate," dalam *Journal of Environmental Psychology* No. 25 Hlm. 207 – 218.
- Lynch, Kevin. 1990. *City Sense and City Design*. USA: Halliday Lithograph
- Mirsa, Rinaldi. 2011. *Elemen Tata Ruang Kota*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Najavi, Mina & Mustafa Kamal Bin Mohd Shariff. "The Concept of Place In Architectural Studies," dalam *International Journal of Human and Social Sciences* 6: 3 2001.
- Perda No. 14 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011-2031.
- Rapoport, A. 1977. *Human Aspects of urban form: Toward man-environment approach to urban form and design*. Oxford: Pergamon Press.
- Relph, Edward. 1976. *Place and Placelessness*. London: Pion Limited.
- Roberson, G and R. Wilkie. 2010. "Sense of Place," dalam *Encyclopedia of Geography*, B. Warf, ed. London and Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Semarang Tengah Dalam Angka. 2009. Semarang: BPS.
- Shamsudin, Shuhana dan Norsidah Ujang. 2008. "Making places: the role of attachment in creating the sense of place for traditional streets in Malaysia," dalam *Jurnal Habitat International* No. 32 Hlm. 399-409.

- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Tuan, Yi-Fu. 2001. *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis: Minnesota Press.
- Ujang, Nursidah. 2012. "Place Attachment and Continuity of Urban Place Identity," dalam *Jurnal Procedia*. Hlm. 156-157
- Williams, Daniel R. & Carr, D. S. 1993. "The sociocultural meanings of outdoor recreation places," in A. Ewert, D. Shaves & Magil (Eds), *Culture, conflict, and communication in the wildland-urban interface* (pp.209-219). Boulder, CO: Westview Press.
- www.preservationnation.org,
www.quizlet.com, AP Human Geography Vocabulary.
- Yuksel, Atila et al. 2010. "Destination attachment: Effect on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty," dalam *Jurnal Tourism Management* No. 31 Hlm. 274-284.
- Yusoff, Y.M. et al. 2011. "Sense of Community Through Neighborhood Center," dalam *Jurnal Design + Built*. Vol.4.
- Zahnd, Markus. 2008. *Model Baru Perancangan Kota yang Kontekstual*. Semarang: Kanisius.