

IDENTIFIKASI *SENSE OF PLACE* KOTA TERNATE

Sherly Asriany^{a*}, Moh.Muzni Harbelubun^b, Antonius F.Raffel^c

^aTeknik Arsitektur, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

^bTeknik Mesin, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

^cTeknik Arsitektur, Universitas Khairun, Ternate, Indonesia

Article history

Received

10 Oktober 2022

Received in revised form

15 Oktober 2022

Accepted

18 Oktober 2022

*Corresponding author

sherly@unkhair.ac.id

Graphical abstract



Abstrac

The purpose of this study is to identify the place aspect of Ternate City which can be seen from the preferences of visitors. What is observed is related to activities, physical settings, and what is felt by the students. By knowing the preferences of visitors, it is hoped that it can be used to create a sense of place that suits today's needs. This research was conducted qualitatively and exploratively using a grounded theory approach. Data were collected through an open-ended questionnaire about what the respondents experienced. The results of this study indicate that the aspect of the urban physical arrangement of Ternate City which is still in the form of open spaces and is the dominant factor that can create a sense of place. However, based on the analysis of visitor preferences, changes in the function of open spaces are also needed to strengthen the understanding of urban areas. The function of open spaces that match the character of today's visitors helps visitors to feel the physical arrangement of urban open spaces. Thus it can be said that the sense of place can not only be formed by maintaining the arrangement, but also needs to be done to human preferences as actors who play a role in it.

Keywords: Identification, Sense of Place, Ternate City

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi aspek *sense of place* dari Kota Ternate yang dapat dilihat dari prefensi pengunjung. Hal yang diamati yakni terkait aktivitas, *setting* fisik, dan apa yang dirasakan oleh pengunjung. Dengan mengetahui preferensi pengunjung, diharapkan dapat digunakan untuk menciptakan *sense of place* yang sesuai dengan tuntutan kebutuhan masa kini. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan bersifat eksploratif dengan menggunakan pendekatan *grounded theory*. Data dikumpulkan melalui kuisioner terbuka (*open-ended*) tentang apa yang dialami responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek *setting* fisik kawasan perkotaan Kota Ternate yang masih dipertahankan berupa ruang-ruang terbuka dan merupakan faktor dominan yang dapat menciptakan *sense of place*. Namun berdasarkan analisis preferensi pengunjung, perubahan fungsi ruang terbuka juga diperlukan untuk memperkuat *sense of place* kawasan perkotaan. Fungsi ruang terbuka yang sesuai karakter pengunjung masa kini membantu pengunjung untuk merasakan *setting* fisik khas ruang terbuka perkotaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *sense of place* tidak hanya dapat terbentuk dengan mempertahankan *setting* fisiknya saja, namun juga perlu dilakukan tinjauan terhadap preferensi manusia sebagai aktor yang berperan di dalamnya.

Kata kunci: Identifikasi, *Sense of Place*, Kota Ternate



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

1. PENDAHULUAN

Sense of place adalah konsep yang kompleks dan berkaitan dengan pengalaman yang bermakna pada lingkungan yang khusus (Dowler, 2009), adalah suatu istilah yang mengacu pada seluruh kelompok kognitif dan sentimen afektif yang dilakukan pada lokasi geografis tertentu (Farnum, 2005). *Sense of place* merupakan manifestasi dari lingkungan fisik, aktivitas dan makna (Wardner, 2012) dalam perspektif rancang kota yang perlu dipertahankan, karena memiliki karakter bangunan dan lingkungan yang unik (Beidler, 2007). Karakter bangunan dan lingkungan sering dikaitkan dengan suasana atau atmosfer suatu tempat, *sense of place* atau *genius loci* (Norberg-Schulz, 1979; Jiven dan Larkham, 2003; Dovey, 2006), meskipun demikian Norberg-Schulz menekankan pada pentingnya elemen-elemen fisik sebagai pembentuk karakter lingkungan. *Sense of place* atau *genius loci* merujuk pada nilai dan makna yang dimiliki oleh suatu tempat sebagai akibat dari keberadaan seseorang pada tempat tersebut (Norberg-Schulz, 1979; dan Norberg-Schulz, 2006). Yi Fu Tuan (1989). Menurut Tuan (1989), *sense of place* adalah suatu tempat yang dapat menimbulkan perasaan tertentu atau ikatan emosional pada seseorang yang mengalaminya.

Dalam perspektif pelestarian, konsep autentisitas dan integritas suatu bangunan atau kawasan dijadikan dasar untuk melindungi signifikansi budaya (Orbaşli, 2008). Sedangkan dalam pendekatan perspektif rancang kota, perlindungan tidak hanya difokuskan pada autentisitas saja tetapi juga pengalaman ruang kota dan *sense of place* (Ouf, 2001). Rancang kota adalah penciptaan lingkungan binaan yang berkualitas secara fisik dan mempunyai makna bagi masyarakat atau mempunyai *sense of place* (Lopez, 2009). *Sense of place* atau makna dan keterikatan yang dimiliki masyarakat terhadap tempat tinggalnya, sebagai indikator potensial keberlanjutan masyarakat dan mendukung pembangunan yang berkelanjutan (Stedman, 1999). Esensi pembangunan yang berkelanjutan adalah penggunaan sumberdaya pada saat ini dengan mempertimbangkan kebutuhan generasi yang akan datang. Dengan mempertahankan tempat yang memiliki *sense of place* akan melindungi sumberdaya yang ada. Dalam merancang tempat tidak hanya membuat fasilitas berkualitas untuk mewadahi aktivitas, tetapi memberikan makna dan tempat yang dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat. Disamping itu pengalaman terhadap suatu tempat juga menjadi satu faktor yang paling penting dalam menciptakan *sense of place* (Najafi, 2011).

Sejalan dengan dinamika pembangunan kota Ternate yang cukup berkembang pesat, telah menjadikan kota ini bersifat dinamis dari waktu ke waktu dalam segala aspek kehidupan. Kota Ternate memiliki sejarah panjang mulai dari jaman Kesultanan hingga Kemerdekaan. Pada saat ini Kota Ternate tetap berkembang sehingga mengindikasikan adanya faktor yang mempengaruhi perkembangan yang berkelanjutan atau faktor yang tetap mempertahankan perkembangan. Dengan berkembangnya Kota Ternate mengindikasikan adanya tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi sebagai pendukung kegiatan dan menjadi vitalitas kawasan. Tempat-tempat tersebutlah yang berpotensi memiliki kualitas *sense of place*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menitikberatkan pada fenomena yang tidak bisa dilepaskan dari konteksnya. Penelitian ini berada dalam paradigma naturalistik. Oleh karena itu peneliti merupakan instrumen yang sangat penting dalam penelitian ini. Interaksi antara peneliti dan partisipan yang diteliti terjalin bersama dalam mengungkapkan temuan seperti sudut pandang masyarakat yang diteliti (Groat and Wang, 2013). Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah simbiosis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan melalui pengukuran, sedangkan kualitatif dilakukan melalui observasi langsung, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian berupa basis data disampaikan dengan metode deskriptif yang dirunut secara rinci dan detail.

Penelitian ini akan menginterpretasi *sense of place* pada kawasan perkotaan. Metode kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan fenomena aspek fisik dan non fisik terhadap *sense of place*. Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk mengukur kualitas *sense of place*.

Teknik pengumpulan data dibagi atas tiga tahap yaitu 1). tahap persiapan; 2). tahap survei dan identifikasi *sense of place*; 3). tahap pengukuran skala kualitas *sense of place* dan perumusan kesimpulan.

Tahap I Persiapan

Pada tahap persiapan terdiri dari studi literatur konsep *sense of place*; perumusan metode pengambilan dan analisis data; penentuan unit analisis; penentuan lokasi penelitian; perumusan variabel penelitian; dan penyusunan instrumen penelitian.

Tahap II Survei dan Identifikasi *Sense of Place*

Pada tahap survei dan identifikasi *sense of place* terdiri identifikasi *sense of place*, dan respon identifikasi *sense of place*. Identifikasi *sense of place* bertujuan mengidentifikasi bangunan dan/atau kawasan yang memiliki *sense of place*.

place. Metode pengumpulan data dan informasi menggunakan teknik daring (*on-line*) maupun luring (tatap muka) dengan menyampaikan *questionnaire* terbuka.

Tahap III Pengukuran Skala Kualitas *Sense of Place* dan Perumusan Kesimpulan

Terdiri dari pengukuran skala kualitas *sense of place*, pembahasan dan perumusan kesimpulan. Metode pengumpulan data dan informasi menggunakan *questionnaire* daring (*on-line*) yang disusun berdasarkan identifikasi *sense of place* pada tahap II. Dari hasil respon identifikasi *sense of place* dilakukan analisis statistik untuk mengetahui skala kualitas *sense of place*. Pembahasan dilakukan atas hasil respon identifikasi *sense of place* untuk merumuskan kesimpulan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang didasarkan pada rumusan masalah dalam penelitian ini. Teknik ini menjelaskan hasil temuan di lapangan berdasarkan wawancara yang telah diperoleh untuk digunakan mengetahui karakteristik serta kondisi *sense of place* pada kawasan perkotaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Sense of Place* Kawasan Perkotaan Kota Ternate

Kota Ternate merupakan daerah otonomi bagian dari Propinsi Maluku Utara, yang terdiri dari 8 (delapan) pulau yakni: Pulau Ternate, Pulau Moti, Pulau Hiri, Pulau Tifure, Pulau Mayau, Pulau Gurida, Pulau Makka, dan Pulau Mano. Kota Ternate memiliki potensi yang strategis sebagai kota perdagangan yang dikenal sejak zaman penjajahan Belanda. Secara geografis Kota Ternate terletak pada 0^o-2^o Lintang Utara dan 126^o128^o Bujur Timur dengan ketinggian rata-rata dari permukaan laut. Luas wilayah Kota Ternate adalah 5.795,4 km² dan didominasi oleh wilayah laut seluas 5.633,34 km² sedangkan luas daratan 162,069 km². Adapun batas-batas administratif Kota Ternate adalah: sebelah utara berbatasan dengan Laut Maluku, sebelah selatan berbatasan dengan Laut Maluku, sebelah timur dengan Selat Halmahera, dan sebelah barat dengan Laut Maluku. Kota Ternate berciri kepulauan yang terdiri dari tujuh pulau, lima diantaranya berukuran sedang dan merupakan pulau yang berpenghuni sedangkan tiga lainnya berukuran kecil yang tidak berpenghuni hingga saat ini.

Kawasan perkotaan yang menjadi objek kajian adalah ruang terbuka yang berada di kawasan perkotaan kota Ternate. Terdapat 8 (delapan) ruang terbuka yang menjadi objek kajian yang meliputi: taman kota Ternate, pantai Falajawa-Swering, taman Nukila, taman fitness, taman film Orange, lapangan Salero, Dodoku Ali, dan taman tulang ikan Dufa-dufa. Adapun uraian dari masing-masing ruang terbuka tersebut adalah sebagai berikut:

1. Taman Kota Ternate

Taman kota Ternate berada di bagian selatan kota Ternate, dulunya merupakan daerah laut. Batas-batas administratif Taman Kota Ternate adalah: bagian barat dan selatan berbatasan dengan laut Maluku sementara bagian timur dan utara berbatasan dengan permukiman penduduk. Luas taman kota Ternate 3.349,81 m². Di lokasi tersebut terdapat landmark tugu pala yang merupakan simbol rempah-rempah yang ada di Kota Ternate selain cengkeh. Cengkeh dan pala inilah yang menarik minat bangsa Eropa terutama Portugis, Spanyol, dan Belanda untuk datang dan menjajah Indonesia selama bertahun-tahun bahkan berabad-abad lamanya. Taman kota Ternate berudara sejuk terutama pada pukul 08.00-10.00 dan pukul 17.00-19.00. Vegetasi yang terdapat pada taman tersebut cukup banyak yang membuat siapa saja yang berada di taman tersebut merasa nyaman untuk duduk berjam-jam. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada foto-foto berikut ini.



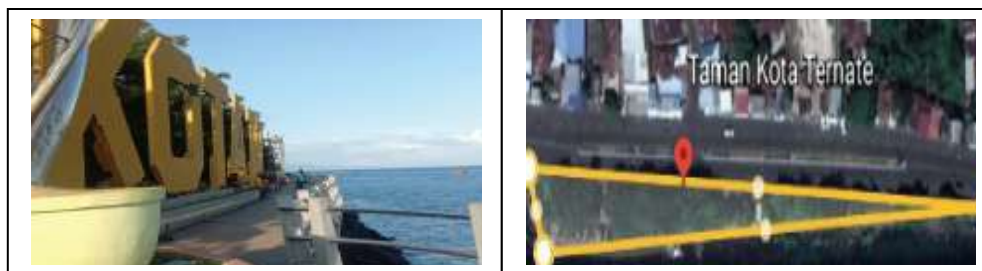
Gambar 1. Peta Taman Kota Ternate



Gambar 2. Taman Kota Ternate Di Waktu Sore Hari (Kiri) dan Waktu Malam Hari (Kanan)



Gambar 3. Tugu Pala Pada Taman Kota Ternate



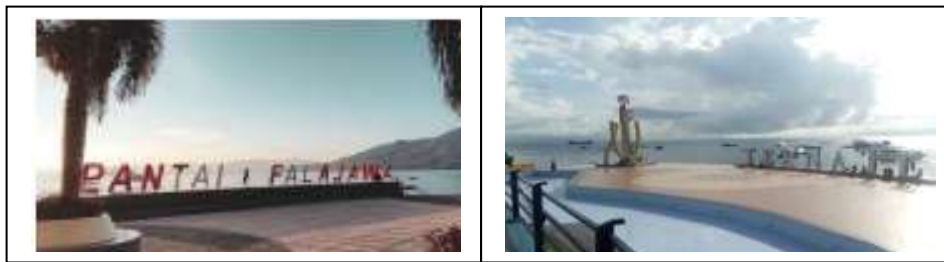
Gambar 4. Taman Kota Ternate Tampak Depan (Kiri) dan Tampak Atas (Kanan)

2. Sweering-Pantai Falajawa

Bagi masyarakat Kota Ternate Sweering-Pantai Falajawa merupakan tempat yang sangat nyaman untuk menghabiskan akhir pekan dan berlibur bersama keluarga. Setiap hari Sweering-Pantai Falajawa selalu ramai oleh pengunjung dari Kota Ternate maupun daerah sekitarnya terutama pada pagi dan sore hari. Pantai ini memang sangat lekat dengan para wisatawan, ibarat Pantai Kuta di Bali. Sweering-Pantai Falajawa terletak di pusat, membujur sepanjang garis pantai dari utara ke selatan. Dahulu pantai ini dikenal dengan nama Sweering saja, namun sekarang namanya bertambah menjadi Sweering-Pantai Falajawa. Nama Falajawa diambil karena pantai tersebut berada di kelurahan/kampung Falajawa. Pantai ini sangat cocok sebagai tempat melepaskan penat dan menikmati indahnya pemandangan laut yang terletak di tepi jalan Pahlawan Revolusi. Setiap hari pantai ini ramai oleh pengunjung tua-muda, anak-anak, laki-laki, dan perempuan. Pantai ini dijadikan sebagai sarana rekreasi, dan olahraga (berenang, lari pagi, dan jalan santai). Sweering-Pantai Falajawa pada bagian utara berbatasan dengan pertokoan, sebelah selatan dengan Laut Maluku, sebelah timur dengan perkantoran, dan sebelah barat dengan Laut Maluku. Luas wilayah Sweering-Pantai Falajawa sebesar 9.464 m².



Gambar 5. Peta Sweering-Pantai Falajawa



Gambar 7. Aktivitas Masyarakat Di Sweering-Pantai Falajawa

3. Taman Nukila

Taman Nukila terletak di Kelurahan Gamalama, Ternate Tengah dengan luas lahan 4.203,46 m². Taman ini menjadi salah satu destinasi favorit masyarakat Kota Ternate karena tempatnya teduh, udara sejuk dengan pemandangan pantai yang indah. Lokasi ini setiap hari (pagi, siang, sore, dan malam hari) ramai dikunjungi oleh masyarakat yang ingin bersantai maupun berolahraga dan juga diramaikan oleh para PKL disekitar lokasi. Terutama pada akhir pekan (sabtu dan minggu) ramai oleh para pengunjung dan penjual yang menjajakan makanan dan minuman bagi pengunjung. Malam hari pun masih ada pengunjung yang datang bahkan hingga larut malam mereka menghabiskan waktu di Taman Nukila ini.

Seperti halnya lokasi yang lainnya, lokasi ini pun memiliki batas-batas administratif sebagai berikut: sebelah selatan berbatasan dengan laut Maluku, sebelah utara dengan pertokoan, sebelah barat dengan mesjid raya Ternate, dan sebelah timur dengan Sweering-Pantai Falajawa. Aktivitas pengunjung yang datang ke Taman Nukila ini sangat beragam, ada yang sekedar duduk santai bersama teman-teman dan keluarga, ada yang menemani anak-anak mereka bermain di taman, ada yang berolahraga, dan ada pula yang menggelar pertemuan kecil dengan komunitas atau kelompok mereka. Dari taman ini para pengunjung bisa melihat pemandangan hamparan laut, gunung Tidore, dan pulau Maitara.



Gambar 8. Peta 3D (Kiri), dan Peta 2D (Kanan) Taman Nukila



Gambar 9. Beberapa Aktivitas yang Dilakukan Pada Taman Nukila

4. Taman Fitnes Sunyie Parada

Taman Fitnes Sunyie Parada berada di Kelurahan Santiong dan merupakan satu-satunya taman di Kota Ternate yang menyediakan fasilitas olahraga kebugaran yang bisa dimanfaatkan tanpa ada pungutan biaya. Lokasi ini tepat berada di depan Benteng Fort Oranje dipinggir jalan utama Kota Ternate. Taman Fitnes Sunyie Parada memiliki batas-batas administratif yaitu sebelah barat berbatasan dengan Benteng Fort Oranje, sebelah timur dengan kompleks perumahan tentara, sebelah utara dengan pertokoan dan permukiman penduduk, dan sebelah selatan berbatasan dengan lapangan tenis dan pertokoan. Luas lahan taman fitnes Sunyie Parada sebesar 634 m².



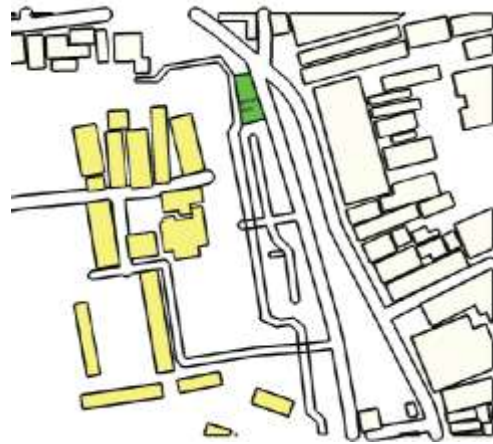
Gambar 10. Peta Taman Fitnes Sunyie Parada



Gambar 11. Beberapa Aktivitas yang Dilakukan Pada Taman Fitnes-Sunyie Parada

5. Taman Film Benteng Oranje

Taman yang terletak di kelurahan Gamalama ini merupakan satu kawasan dengan Benteng Fort Oranje. Taman film Benteng Oranje ini dibangun oleh pemerintah Kota Ternate pada tahun 2018 dengan memanfaatkan ruang terbuka yang berada di depan Benteng Fort Oranje. Luasan taman ini adalah 750 m², dengan batas-batas sebagai berikut: sebelah timur berbatasan dengan Benteng Fort Oranje, sebelah barat dengan pertokoan dan pasar Gamalama, sebelah utara dengan kelurahan Kampung Makassar dan sebelah selatan berbatasan dengan pertokoan dan masjid Mujahidin. Ruang publik ini sedikit berbeda dengan ruang publik lainnya yang ada di Kota Ternate. Dimana ruang publik ini merupakan ruang publik tematik untuk pemutaran film dan tempat berkumpulnya para anak muda yang tergabung dalam komunitas kreatif fotografi. Selain sebagai wadah tempat berkumpul anak muda komunitas fotografi sambil berdiskusi dan menonton pemutaran film juga digunakan oleh masyarakat umum untuk bersantai dan berolahraga. Pada saat bulan Ramadhan, taman film Oranje ini sangat ramai terutama saat menunggu waktu berbuka puasa. Di depan taman digunakan oleh para PKL musiman untuk menjajakan makanan ala berbuka puasa. Taman film Oranje juga merupakan taman yang cukup terawat, dimana didalam taman ditanami rumput sintesis sehingga para pengunjung yang datang dapat langsung duduk di atasnya.



Gambar 12. Peta Taman Film Benteng Oranje



Gambar 13. Suasana dan Aktivitas yang Terdapat Pada Taman Film Benteng Oranje

6. Lapangan Salero-Ngara Lamo

Lapangan Salero yang terletak di Kelurahan Soa Sio, Kecamatan Ternate Utara, Propinsi Maluku Utara. Saat ini lapangan Salero bernama Ngara Lamo, terletak persis didepan Kedaton Sultan Ternate, Maluku Utara. Merupakan salah satu ruang terbuka yang berupa lapangan dan sering digunakan untuk kegiatan-kegiatan kemasyarakatan seperti pesta rakyat, lapangan upacara, pameran, penyuluhan, pertunjukkan musik, sosialisasi, perlombaan, olahraga, dan sebagainya. Lapangan Salero-Ngara Lamo menjadi salah satu pilihan warga di bagian utara Kota Ternate refreshing sekaligus berolahraga.

Luasan lapangan Salero-Ngara Lamo adalah 9.538 m² dengan batas-batas administratif sebagai berikut: sebelah utara berbatasan dengan permukiman penduduk, sebelah selatan dengan Masjid Sultan Ternate dan permukiman penduduk, sebelah timur berbatasan dengan Kedaton Kesultanan Ternate, dan sebelah barat berbatasan dengan Dodoku Ali dan Laut Maluku. Pada bagian utara dari lapangan ini dibangun bangunan sebagai panggung upacara dan sebagainya seluas 100 m². Lapangan Salero-Ngara Lamo ini dilakukan perbaikan terakhir tahun 2019.



Gambar 14. Peta Lapangan Salero-Ngara Lamo



Gambar 15. Beberapa Aktivitas yang Dilakukan Oleh Warga Ternate Di Lapangan Salero-Ngara Lamo

7. Dodoku Ali

Dodoku Ali terletak persis di sebelah barat dari Lapangan Salero-Ngara Lamo yang direklamasi pada tahun 2018 sebagai ruang publik baru. Dahulu Dodoku Ali merupakan sebuah dermaga penyebrangan yang digunakan oleh

Sultan Ternate beserta keluarga bila akan melakukan penyeberangan ke daerah Halmahera. Dodoku Ali merupakan ruang publik satu-satunya yang masuk dalam situs sejarah Kota Ternate. Luas Dodoku Ali saat ini sebesar 4.676,93 m² dengan batas-batas administratif sebagai berikut: sebelah utara berbatasan dengan permukiman penduduk, sebelah selatan dengan hipermart dan pasar gamalama, sebelah timur dengan Kedaton Sultan Ternate dan Lapangan Salero-Ngara Lamo, dan sebelah barat dengan laut Maluku. Dodoku Ali pada malam hari beralih fungsi menjadi pasar malam lengkap dengan permainan komidi putar dan sebagainya. Keramaian dimulai pukul 17.00-22.00 saat para PKL mulai menggelar dagangan mereka.



Gambar 16. Peta Dodoku Ali yang terletak Diseberang Lapangan Salero-Ngara Lamo



Gambar 17. Komidi Putar dan Beberapa Permainan Anak Lainnya yang Terdapat Di Dalam Dodoku Ali



Gambar 18. Aktivitas Pagi Hari (Kiri), Siang Hari (Tengah), dan Sore Hari (Kanan) Di Dodoku Ali

8. Taman Tulang Ikan Dufa-dufa

Taman tulang ikan Dufa-dufa yang terletak di Kelurahan Dufa-dufa, Kecamatan Ternate Utara, Kota Ternate. Letaknya disepanjang garis panjang yang membujur dari utara ke selatan dengan luasan kurang lebih 4.400 m². Adapun batas-batas administratif taman tulang ikan Dufa-dufa adalah sebagai berikut: sebelah timur berbatasan dengan permukiman penduduk, sebelah barat dengan Laut Maluku, sebelah utara berbatasan dengan permukiman penduduk dan Laut Maluku, sedangkan sebelah selatan dengan pasar Dufa-dufa. Vokal point atau biasa pula dikenal dengan nama landmark dari taman tulang ikan Dufa-dufa adalah patung tulang ikan yang terbuat dari aluminium. Taman tulang ikan Dufa-dufa ini juga biasa dikenal dengan nama Taman Jole Majiko. Awalnya taman ini merupakan kawasan pantai namun pada tahun 2018 dilakukan reklamasi pantai lalu dibuatlah taman sekaligus

sebagai tanggung penahan gelombang laut. Aktivitas yang ada pada Sweering Taman Tulang Ikan Dufa-dufa tidak seramai dengan yang ada pada Sweering Pantai Falajawa. Walaupun keduanya berada pada bibir pantai. Diseberang Taman Tulang Ikan Dufa-dufa terdapat banyak kios pedagang makanan yang menjajakan makanan ringan atau cemilan khas Ternate yaitu pisang, goreng, kacang goreng dan minuman guraka.



Gambar 19. Peta Taman Tulang Ikan Dufa-dufa 3D (Kiri) dan 2D (Kanan)

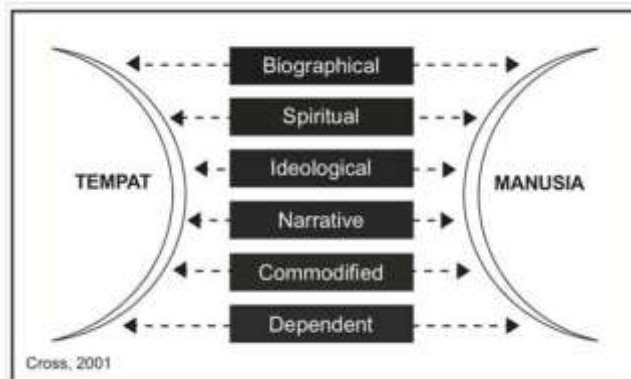


Sore Hari (Kanan)

3.2 Proses *Sense of Place*

Cross (2001) menjelaskan bahwa proses timbulnya *sense of place* dapat terbentuk dari 6 (enam) tipe hubungan yaitu *biographical*, *spiritual*, *ideological*, *narrative*, *commodified*, dan *dependent*. *Biographical* adalah hal-hal yang berkaitan dengan tipe ikatan historis dan keluarga. Sedangkan *spiritual* terkait dengan perasaan kreasi diri yang didalamnya terdapat ikatan yang bertipe emosional dan tidak terlihat. *Ideological* berarti prosesnya berjalan sesuai etika yang tercipta dalam masyarakat maupun religius, dan tipe ikatannya adalah moralitas dan etis. *Narrative* berarti prosesnya terbentuk melalui berbagai cerita, mitos, sejarah keluarga, politis, dan sesuatu hal yang sifatnya fiksi.

Commodified adalah hubungan yang terbentuk lewat tempat yang mencerminkan aktualisasi diri, gaya hidup, dan tempat lainnya yang mencerminkan sesuatu yang ideal dan tipenya adalah kognitif berdasarkan pilihan dan keinginan. *Dependent* berarti timbulnya *sense of place* biasanya karena tidak ada pilihan lain atau karena faktor ekonomi, dan tipe ikatannya adalah materi. Timbulnya *sense of place* yang berbeda disebabkan perbedaan tiap orang akan kepuasan terhadap tempat, identifikasi dan keterikatan pada komunitas.



Gambar 21. Tipe Relasi Antara Manusia dan Tempat/Place

Relasi manusia pada suatu tempat pada dasarnya memiliki sifat transaksional antara orang dan lingkungannya. Ketika terjadi proses relasi antara manusia dan tempat/*place* telah terjadi intensionalitas pada diri manusia terhadap relasi tersebut. Intensionalitas dari *sense of place* dapat dikategorikan dengan skala yang berbeda, yaitu:

1. Tidak memiliki *sense of place* (*not having sense of place or placeness*). Seseorang yang tidak dapat merasakan apapun pada tempat tersebut.
2. Mengetahui berada pada tempat/*place* (*knowledge of being located in the place*), seseorang mulai merasa familiar dengan sebuah tempat, mulai dapat mengidentifikasi simbol dan makna, tetapi belum memiliki keterikatan apapun sehingga tidak merasa menjadi bagian pada tempat tersebut.
3. Merasa memiliki tempat/*place* (*belonging to a place*), pada fase ini orang tidak hanya akrab dengan tempat/*place* tetapi telah memiliki hubungan emosional dengan tempat ini. Pada fase ini, simbol dan makna telah mendapatkan tempat di hati (*respected*).
4. Terikat pada tempat/*place* (*attachment to a place*), orang yang telah memiliki ikatan emosional yang kuat dengan tempat/*place*. Tempat/*place* menjadi berarti dan keberadaannya signifikan serta menjadi penggerak. Pada fase ini, tempat/*place* memiliki keunikan, identitas dan karakter pada pengguna lewat simbol dan makna.
5. Dapat mengidentifikasikan diri dengan tujuan tempat/*place* (*identifying with the place goals*). Pada level ini, orang sudah mengintegrasikan dengan tempat/*place* dan tujuan dari tempat/*place* telah dikenali dengan baik oleh pengunjungnya dan terdapat ketertarikan yang dalam terhadap tempat/*place* ini.
6. Mau berpartisipasi terhadap tempat/*place* (*involvement in a place*). Pada fase ini masyarakat memiliki keterkaitan karena berperan terhadap tempat/*place* tersebut. Mereka akan dengan senang hati menginvestasikan sumberdaya seperti modal, waktu, dan talenta pada aktivitas-aktivitas tersebut. Jika pada fase 1-5 masih sebatas pada level tindakan respon sesaat terhadap lingkungan, maka pada fase keenam ini respon mencapai level perbuatan nyata.
7. Mau berkorban demi tempat/*place* (*sacrifice for a place*), pada level ini terdapat komitmen yang mendalam dimana orang-orang mau mengorbankan apapun untuk tempat/*place* tersebut. Misalnya kebebasan, uang, dan bahkan hidupnya.

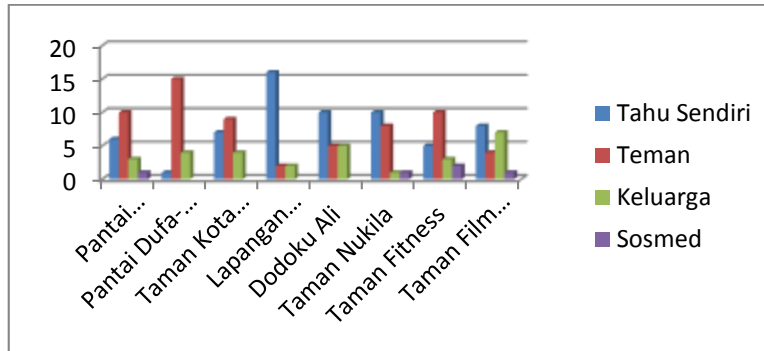
Demikian ketujuh skala tersebut dapat digambarkan pada diagram berikut ini.



Gambar 22. Skala *Sense of Place*

Untuk kedelapan obyek lokasi pengamatan, masing-masing memiliki skala *sense of place* yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut tergantung pada jenis aktivitas, jumlah pengunjung dan lokasi. Adapun hasil analisis tersebut dapat dilihat pada grafik-grafik berikut ini.

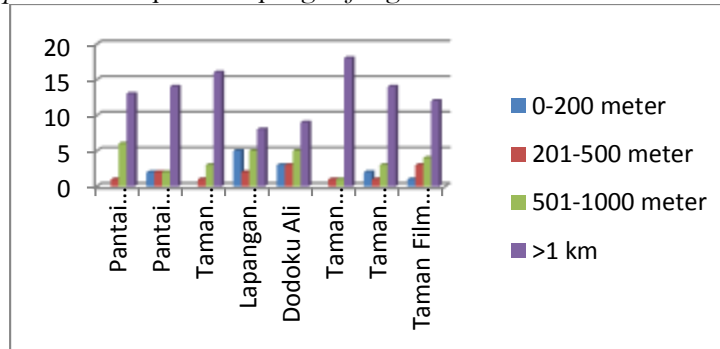
1. Seseorang mengetahui tempat/*place* melalui:



Gambar 23. Grafik Pengetahuan Seseorang Terhadap Lokasi/Place yang Dikunjungi

Pada gambar diatas nampak bahwa dari delapan lokasi obyek penelitian bahwa empat lokasi obyek penelitian yaitu Lapangan Salero, Dodoku Ali, Taman Nukila, dan Taman Film Benteng Oranje mengetahui tempat/ place tersebut secara langsung. Sementara empat lokasi lainnya mengetahui tempat/ place lewat teman. Ini membuktikan bahwa mereka mengetahui tempat/ place tersebut sebanding antara mengetahui secara langsung maupun lewat teman. Sementara keluarga dan sosial media menempati urutan berikutnya setelah mengetahui sendiri dan mengetahui dari teman.

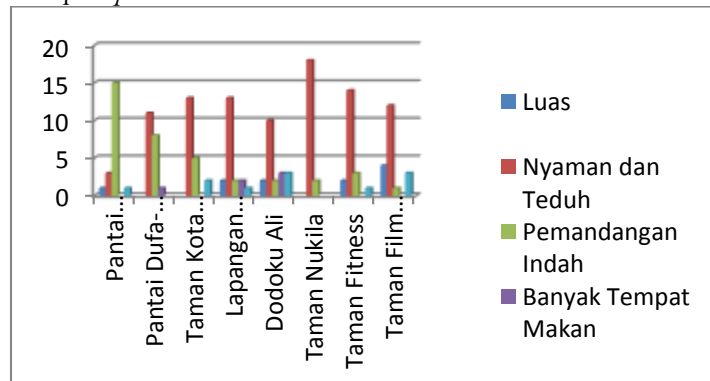
2. Seberapa jauh tempat/ place terhadap rumah pengunjung



Gambar 24. Grafik Jarak Tempat/Place Terhadap Rumah Pengunjung

Gambar grafik 24 menunjukkan bahwa para pengunjung tidak mempedulikan jarak rumah mereka dengan tempat/ place. Walaupun mereka harus menempuh jarak lebih dari 1 km untuk mengunjungi tempat/ place tersebut. Ini menandakan bahwa para pengunjung tersebut sudah berada pada level keempat yaitu terikat pada tempat/ place (attachment to a place). Pada level ini mereka telah memiliki ikatan emosional yang kuat dengan tempat/ place. Tempat/ place menjadi berarti dan keberadaannya signifikan serta menjadi penggerak. Pada fase ini, tempat/ place memiliki keunikan, identitas, dan karakter terhadap pengguna lewat simbol, dan makna.

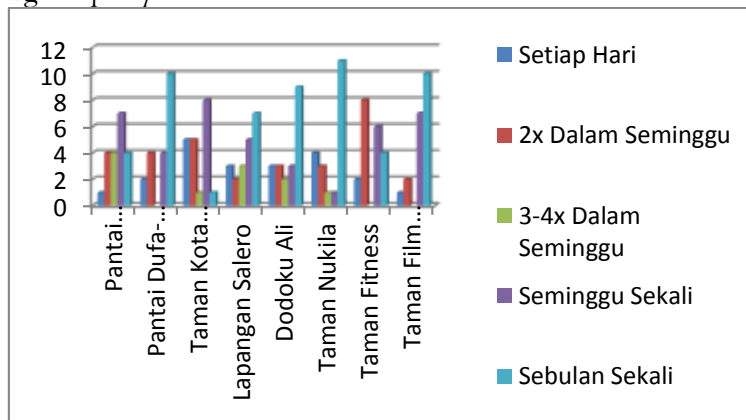
3. Alasan untuk datang ke tempat/ place



Gambar 25. Grafik Alasan Untuk Datang Ke Tempat/Place

Dari kedelapan tempat/*place* yang ada di Kota Ternate, ternyata tujuh tempat/*place* yang menunjukkan alasan para pengunjung untuk datang adalah karena nyaman dan teduh. Sedangkan satu tempat/*place* yang didatangi oleh pengunjung karena keindahan pemandangannya. Alasan ini sangat tepat mengingat tempat tersebut memang terkenal karena keindahan panoramanya, karena berada dibibir pantai. Dimana sejauh mata memandang tampak hamparan laut yang luas lengkap dengan kapal-kapal dan perahu nelayan serta keindahan pulau diseberang. Selain alasan nyaman dan teduh, juga keindahan pemandangan maka alasan lainnya adalah dekat dari rumah, banyak tempat makan, dan luas. Hal ini mengidentifikasi bahwa pengunjung telah mengenal dengan baik tempat/*place* dan terdapat ketertarikan yang dalam terhadap tempat/*place* tersebut. Dengan mengidentifikasi diri dengan tempat/*place* berarti pengunjung telah masuk ke dalam level kelima yaitu *identifying with the place goals*.

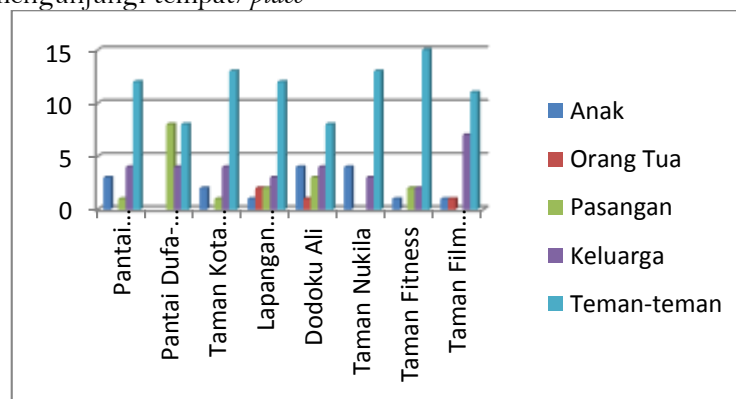
4. Keseringan mengunjungi tempat/*place*



Gambar 26. Gambar Grafik Keseringan Mengunjungi Tempat/Place

Tampak pada gambar diatas grafik keseringan mengunjungi tempat/*place*, bahwa para pengunjung dari kedelapan tempat/*place* yang ada di kota Ternate, ada lima tempat/*place* yang dikunjungi dalam sebulan sekali. Sementara dua tempat/*place* sering dikunjungi seminggu sekali yaitu Pantai Sweering Falajawa dan Taman Kota Baru. Ada satu tempat/*place* yaitu Taman Fitnes Sunyie Parada yang dikunjungi dalam seminggu sebanyak dua kali. Alasan Taman Fitnes Sunyie Parada sering dikunjungi oleh masyarakat Kota Ternate adalah karena didalam taman fitnes itu sendiri terdapat banyak alat olahraga untuk fitnes seperti halnya di *gym*. Keseringan pengunjung untuk mendatangi tempat/*place* juga dipengaruhi oleh fasilitas yang terdapat pada tempat/*place* dan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Dari gambar 4.27 nampak jelas bahwa masyarakat Kota Ternate berada pada level empat dari *skala sense of place*. Dimana pada fase ini, tempat/*place* yang memiliki keunikan, identitas, dan karakter yang selalu dikunjungi oleh para pengunjung.

5. Kebersamaan dalam mengunjungi tempat/*place*

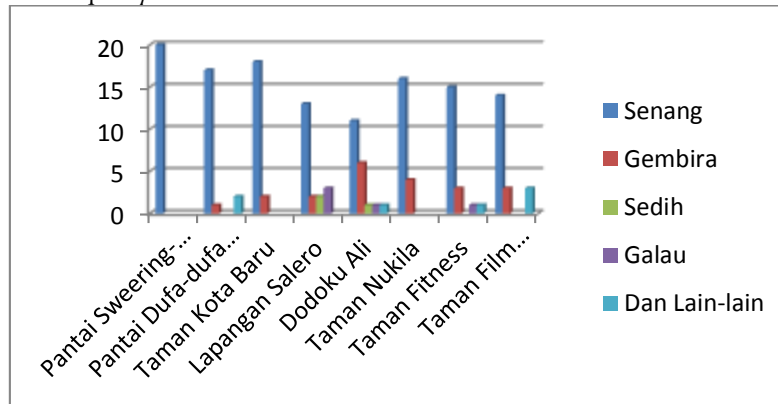


Gambar 27. Grafik Kebersamaan Dalam Mengunjungi Tempat/Place

Kebersamaan bersama teman-teman menempati urutan pertama dalam mengunjungi suatu tempat/*place* (lihat gambar 27). Setelah itu diikuti bersama keluarga, pasangan, dan anak. Teman dianggap lebih bisa untuk

mengekspresikan diri secara bebas pada suatu tempat/*place* bila dibandingkan bersama dengan keluarga, pasangan maupun anak.

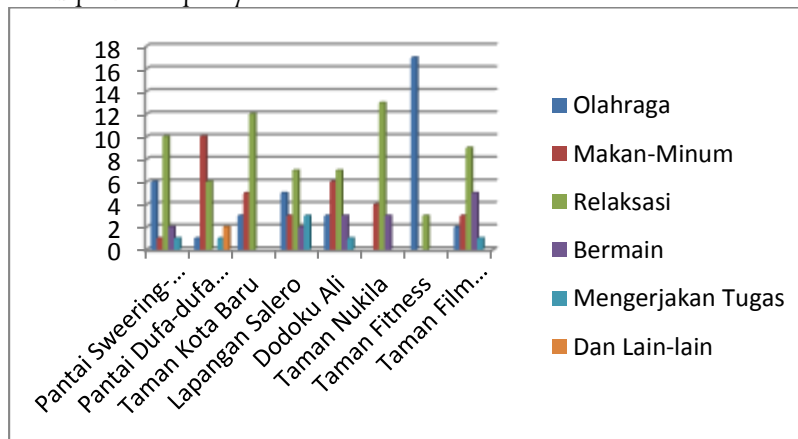
6. Perasaan bila berada di tempat/*place*



Gambar 28. Grafik Perasaan Bila Berada Di Tempat/Place

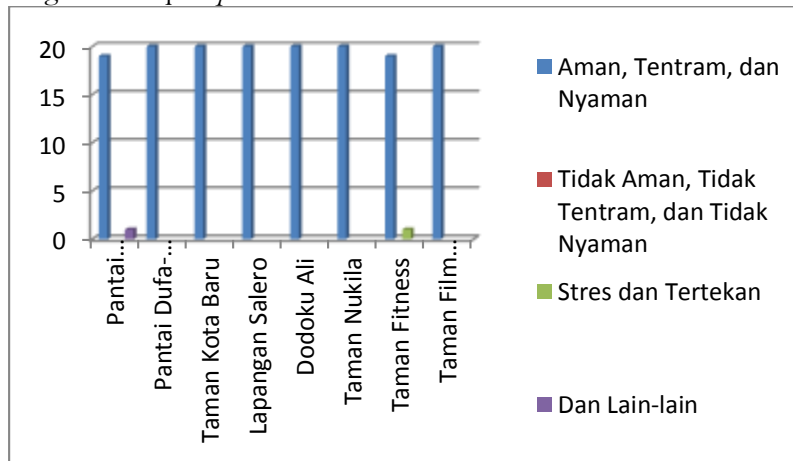
Tempat/*place* turut mempengaruhi perasaan seseorang selain simbol dan makna yang terkandung. Gambar 28 menunjukkan bahwa kedelapan tempat/*place* yang menjadi obyek penelitian bahwa perasaan mereka sangat senang dan gembira bila mengunjungi tempat/*place* tersebut. Jarang mereka merasa sedih dan galau bila berada di tempat/*place* tersebut. Fase ini disebut dengan fase *belonging to a place* yaitu merasa memiliki tempat/*place*. Pada fase atau level ini pengunjung memiliki hubungan emosional dengan tempat/*place*. Dalam skala *sense of place* keadaan ini dikenal fase ketiga dimana simbol dan makna telah mendapatkan tempat di hati para pengunjung (*respected*).

7. Kegiatan yang dilakukan pada tempat/*place*

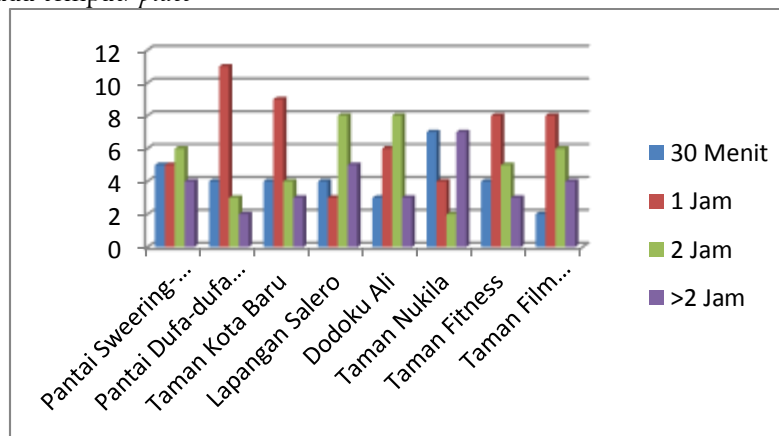


Gambar 29. Grafik Kegiatan yang Dilakukan Pada Tempat/Place

Dari kedelapan tempat/*place*, salah satu tempat/*place* kegiatan utamanya adalah berolahraga dimana para pengunjung yang datang aktifitas utamanya adalah berolahraga. Tempat/*place* tersebut adalah Taman Fitness Sunyie Parada yang memang fasilitas yang terdapat pada tempat/*place* tersebut adalah alat-alat olahraga. Sedangkan enam tempat/*place* lainnya kegiatan yang banyak dilakukan adalah relaksasi. Satu tempat/*place* yaitu Pantai Dufa-dufa Tulang Ikan, aktivitas utamanya adalah makan-minum sambil menikmati pemandangan pantai. Hal ini terkait dengan fasilitas yang tersedia di tempat/*place* tersebut adalah kuliner yang berjejer sepanjang bibir pantai. Aktivitas bermain, mengerjakan tugas, dan lain-lain merupakan aktivitas yang kurang dilakukan oleh para pengunjung di delapan tempat/*place*. Sekali lagi terbukti bahwa tempat/*place* tertarik dikunjungi oleh pengunjung karena ketertarikan yang dalam terhadap tempat/*place* tersebut. Ketertarikan tersebut bisa karena keunikan, identitas, dan karakter dari tempat/*place* tersebut. Dalam diagram skala *sense of place* hal tersebut berada pada level kelima yaitu mengidentifikasi diri dengan tujuan tempat/*place* (*identifying with the place goals*).

8. Perasaan setelah pulang dari tempat/*place*Gambar 30. Grafik Perasaan Setelah Pulang Dari Tempat/*Place*

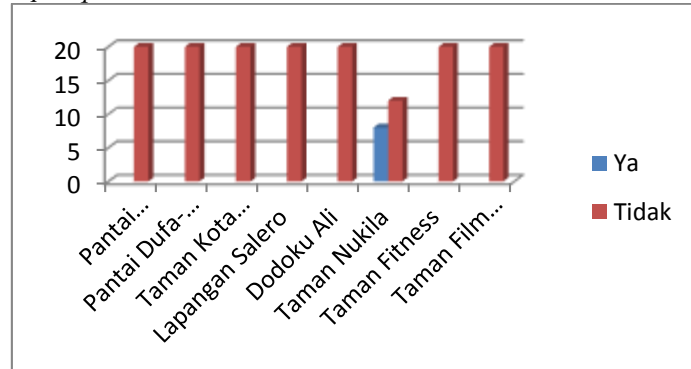
Sembilan puluh sembilan persen (99%) pengunjung sepakat menjawab bahwa perasaan aman, tentram, dan nyaman yang dirasakan pengunjung setelah pulang dari tempat/*place* yang dikunjungi. Hal ini terjadi pada kedelapan tempat/*place* yang ada di Kota Ternate yang menjadi obyek penelitian. Cuma 1% pengunjung yang mengaku stres, tertekan, dan lain-lain setelah pulang dari tempat/*place* (lihat gambar grafik 30). Pengunjung yang merasa stres dan tertekan adalah mereka yang saat datang ke tempat/*place* dengan banyak persoalan hidup. Dalam diagram skala *sense of place*, pengunjung ini adalah mereka yang berada pada level satu yaitu tidak memiliki *sense of place*. Dimana orang-orang ini adalah orang-orang yang tidak dapat merasakan apapun pada tempat/*place* tersebut. Pada grafik skala *sense of place* kelompok ini yang paling banyak dan terdapat pada dasar grafik segitiga sama kaki.

9. Kelamaan berada pada tempat/*place*Gambar 31. Grafik Kelamaan Berada Pada Tempat/*Place*

Kelamaan berada pada tempat/*place* nampak jelas pada gambar 31. Dimana rata-rata mereka berada pada tempat/*place* selama 1 jam. Hal ini terjadi pada empat tempat/*place* dari delapan tempat/*place* yang menjadi obyek penelitian. Keempat tersebut adalah Pantai Dufa-dufa Tulang Ikan, Taman Kota Baru, Taman Fitness Sunyie Parada, dan Taman Film Benteng Oranje. Sedangkan tiga tempat/*place* yang para pengunjung betah berada selama 2 jam, yaitu Pantai Sweering-Falajawa, Lapangan Salero-Ngara Lamo, dan Dodoku Ali. Hanya satu tempat/*place* dimana pengunjungnya betah berlama-lama bisa lebih dari 2 jam, yaitu Taman Nukila. Alasan mengapa mereka bisa betah berlama-lama berada di tempat/*place* tersebut adalah banyak hal yang bisa dinikmati disana. Taman Nukila karena lokasi yang berada disepanjang bibir pantai tentu memiliki pemandangan yang indah apalagi dengan banyaknya vegetasi sehingga membuat tempat/*place* ini menjadi nyaman dan teduh. Di tempat ini selain bisa berolahraga apalagi di akhir pekan juga bisa melakukan relaksasi, dan bermain bersama anak-anak mereka. Di taman tersebut juga terdapat area bermain untuk anak-anak, dan bagi mereka yang merasa lapar dan haus dapat langsung membeli jajanan. Disepanjang taman terdapat banyak

PKL yang menjajakan makanan dan minuman bagi para pengunjung. Kesemua hal tersebut yang membuat pengunjung bisa betah berlama-lama hingga lebih dari dua jam. Dalam diagram skala *sense of place*, mereka ini dapat dikategorikan ke dalam level/fase keenam yaitu mau berpartisipasi terhadap tempat/*place* (*involvement in a place*). Pada fase ini, masyarakat memiliki keterkaitan karena berperan terhadap tempat/*place* tersebut. Mereka akan dengan senang hati menginvestasikan sumberdaya seperti modal, waktu, dan talenta pada aktivitas-aktivitas tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.23 yaitu grafik skala *sense of place*.

10. Pungutan/biaya pada tempat/*place*



Gambar 32 Grafik Pungutan/Biaya Pada Tempat/*Place*

Seratus persen (100%) pengunjung yang datang ke tempat/*place* yang menjadi obyek penelitian tidak dikenakan pungutan/biaya. Hanya 40% pengunjung yang datang ke tempat/*place* yang berada di Taman Nukila dikenakan pungutan/biaya. Adapun pungutan/biaya yang dikenakan adalah biaya retribusi parkir kendaraan. Dari kesepuluh kriteria yang diatas, kesimpulan yang dapat ditarik terhadap “**Identifikasi Sense of Place Kota Ternate**” adalah tempat/*place* yang berada di Kota Ternate berada level/fase kelima. Level atau fase kelima dikenal dengan fase ‘mengidentifikasi diri dengan tujuan tempat/*place* (*identifying with the place goals*)’. Pada level ini, masyarakat sudah mengintegrasikan dengan tempat/*place* dan tujuan dari tempat/*place* yang telah dikenali dengan baik oleh pengunjungnya dan terdapat keterkaitan yang dalam terhadap tempat/*place*. Masyarakat Ternate masih berada pada fase 1-5 dalam skala *sense of place*, dimana pada level ini hanya sebatas pada respon sesaat terhadap lingkungan. Mereka belum berada pada fase dimana *sense of place* bukan merupakan perbuatan nyata. Belum mau berkorban demi tempat/*place* (*sacrifice for a place*). Pada level ini, harus ada komitmen yang mendalam dimana orang-orang mau mengorbankan apapun untuk tempat/*place* tersebut. Misalnya berkorban terhadap kebebasan, uang, dan bahkan hidupnya.

3.3 *Sense of Place* Sebagai Elemen/Aspek Pembentuk

Berdasarkan kajian pustaka sebelumnya tentang konsep *sense of place*, dapat diartikan sebagai pemahaman terhadap interaksi manusia dengan lingkungannya. Interaksi inilah yang menentukan pemaknaan tempat yang tercipta dari waktu ke waktu dan terus berubah sesuai perkembangan jaman. Dinamika perubahan inilah yang kemudian menjadi hal yang menarik untuk dipertimbangkan sebagai aspek pembentuk *sense of place* berdasarkan preferensi atas pengalaman pengunjung. *Sense of place* pengunjung terbentuk karena estetika dan karakteristik tempat yang dialami dalam konteks dari sebuah kegiatan rekreasi. Penelitian ini mencoba mengidentifikasi aspek *sense of place* dari sudut pandang pengunjung dengan harapan dapat memperkuat adaptasi lingkungan. Peneliti mencoba merangkum aspek-aspek apa saja yang dapat mendukung pembentukan *sense of place* dalam suatu kawasan. Adapun aspek pembentuk *sense of place* ada 3 (tiga) yaitu: aktivitas/kegiatan, pemaknaan atau pengalaman/perasaan yang diperoleh, dan setting fisik dari lingkungan binaan. Ketiga aspek tersebut menjadi dasar dalam pembentukan *sense of place* di suatu kawasan.

Tabel 1. *Sense of Place* Sebagai Elemen/Aspek Pembentuk

Tiga Elemen/Aspek Pembentuk	Faktor Dominan Pada Kawasan Ruang Publik
Adanya aktivitas/kegiatan	Memiliki karakter sebagai ruang publik, ruang berkumpul maupun ruang interaksi sosial
Terdapat setting fisik atau lingkungan binaan tertentu	Tatanan kawasan yang didukung oleh tatanan vegetasi dalam kawasan yang memaksimalkan penghawaan dan pencahayaan alami
Adanya pemaknaan/pengalaman/perasaan yang diperoleh	Suasana tenang, sejuk, asri, dan segar yang tercipta dari tatanan lingkungan binaan serta dengan adanya fungsi sebagai ruang berkumpul/berinteraksi sosial yang menciptakan suasana hangat, santai, nyaman, tenang, damai, dan betah

Beberapa teori *sense of place* menyebutkan bahwa pihak-pihak yang mampu memiliki *sense of place* adalah mereka yang memiliki *sense of belonging*. Sudut pandang inilah yang diharapkan mampu memperkaya pengalaman *sense of place* yang dimiliki oleh warga Kota Ternate agar mampu beradaptasi terhadap tantangan di masa depan yang terus berkembang. Penelitian ini mencoba menyusun diagram hipotesis hubungan aspek *sense of place* dengan faktor dominan preferensi pengunjung di ruang publik.

3.4 Faktor-faktor Pembentuk *Sense of Place* Kota Ternate

1. Faktor Fisik

Kawasan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi *sense of place*. Kawasan yang spesifik memberikan karakter khusus untuk mendukung makna ruang publik. Arsitektur yang khas turut memberikan identitas khusus seperti ornamen-ornamen, furniture, vegetasi dan perkerasan pada jalur sirkulasi. Elemen-elemen ini dalam benak pengunjung akan memberikan suasana yang khas. Vokal point khusus adalah aksan yang dapat dijumpai pada kawasan penelitian yang berfungsi sebagai penanda. Contohnya di Taman Kota Ternate *vocal point* yang dijumpai adalah tugu buah pala. Di taman tulang ikan Dufa-dufa, penanda yang dijumpai adalah tugu tulang ikan.

2. Faktor Non Fisik

Faktor non fisik diantaranya: sejarah dan memori, narasi, karakter pedagang dan pengunjung, serta aktivitas. Sejarah dan ingatan manusia terhadap masa lalu turut memberikan warna pada sebuah tempat bagi para pengunjung. Contohnya Dodoku Ali dengan sejarah asal usulnya yang banyak menyumbang suasana secara spesifik untuk karakter yang khusus. Adanya narasi atau cerita yang berkembang di masyarakat dapat turut meramaikan suasana. Cerita-cerita tersebut akan diperdengarkan dari mulut ke mulut dan menambah kegairahan dalam beraktivitas. Pedagang pada suatu kawasan dengan suasana tawar menawar memberikan kesan khusus. Demikian pula dengan pengunjung yang datang dengan tujuan khusus. Keduanya pedagang dan pengunjung secara simultan memberikan atmosfer yang berbeda pada tempat tersebut. Aktivitas dapat dibagi menjadi dua macam yaitu aktivitas-bentuk dan aktivitas-makna.

Aktivitas-bentuk yang dilakukan responden pada kawasan ruang publik disebabkan oleh setting fisik dari tempat tersebut. Sebagian besar responden menjadikan ruang publik perkotaan sebagai tempat untuk bertemu, berkumpul bersama teman dan keluarga. Disamping itu pilihan kuliner dan hiburan juga menjadi alasan responden memiliki lokasi tersebut. Adanya pohon-pohon peneduh juga secara tidak langsung menjadi spot yang dipilih untuk berkumpul atau sekedar bersantai terutama pada siang hari. Responden yang berolahraga misalnya jogging, dan berenang mengatakan adanya pemandangan dan bentuk taman yang linier memungkinkan untuk berolahraga. Sedangkan responden yang berlibur ke ruang publik tersebut juga tertarik dengan view ke arah laut Maluku dan saat cuaca cerah dapat melihat Pulau Tidore, Pulau Maitara, dan Pulau Halmahera secara jelas. Aktivitas-makna, terbentuk dari kenangan yang menunjukkan kenangan tertentu yang diingat berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan. Aktivitas yang sering dilakukan secara berulang-ulang akan menjadi sebuah kenangan yang terus melekat. Dalam hal ini makna yang dirasakan oleh beberapa responden berkaitan dengan makna personal.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa ruang publik Kota Ternate merujuk pada aktivitas dan kepadatan yang berlangsung dari pagi hingga malam hari. Pengunjung Kota Ternate memanfaatkan ruang

publik berupa taman dan pantai sebagai tempat untuk berkumpul bersama dengan keluarga dan teman terutama di akhir pekan. Adapun elemen fisik yang menjadi landmark akan mudah untuk menggambarkan ruang publik tersebut. Sedangkan makna yang terbentuk cenderung berupa makna personal, dimana hanya dirasakan oleh individu yang memiliki kenangan tertentu dengan ruang publik tersebut. Secara keseluruhan *sense of place* yang dirasakan menunjukkan bahwa ruang publik Kota Ternate memiliki bentuk dan elemen yang unik dan mudah diakses sehingga menjadi daya tarik masyarakat untuk beraktivitas dan mengunjunginya untuk rekreasi. Sementara hasil analisis yang telah dilakukan, ditemukan juga bahwa masih terdapat setting fisik yang dirasakan oleh pengunjung sebagai *sense of place*, yaitu (1) penataan ruang yang sederhana, (2) pengolahan bentuk massa, pemilihan warna, dan konsep alami, (3) penataan vegetasi berupa pohon penuduh yang tinggi dan bertajuk lebar. Melalui penelitian ini juga diidentifikasi pentingnya peran manusia sebagai aktor yang dapat merasakan *sense of place* melalui preferensi yang dimilikinya. Berdasarkan data yang diperoleh, pengunjung ruang publik cenderung memilih untuk datang pada obyek-obyek yang memiliki fungsi sebagai fasilitas kolaborasi dan interaksi sosial, fasilitas kuliner, dan fasilitas olahraga serta kebugaran. Pengunjung cenderung mencari obyek yang dapat memberikan suasana rileks, interaktif, sejuk dan asri. Sudut pandang inilah yang ada baiknya dipertimbangkan untuk memperkaya aspek dalam mewujudkan *sense of place* masa kini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *sense of place* tidak hanya terbentuk dengan mempertahankan setting fisiknya saja, namun juga perlu dilakukan tinjauan terhadap preferensi manusia sebagai aktor yang berperan didalamnya. Penelitian ini mencoba menambah kontribusi dalam pemahaman terhadap aspek *sense of place* dengan sudut pandang yang berbeda (sudut pandang pengunjung). Dengan melihat dari sudut pandang pengunjung diharapkan mampu membantu perencana untuk mengidentifikasi pilihan apa saja yang diminati pengunjung saat ini sehingga mendorong untuk terwujudnya perencanaan kawasan yang berbasis partisipasi masyarakat.

UcapanTerima Kasih

Penelitian ini didanai oleh dana BOPTN melalui skema penelitian kompetitif unggulan perguruan tinggi (PKUPT) Fakultas. Penelitian ini juga melibatkan banyak peneliti muda dari mahasiswa Universitas Khairun..

Pustaka

- [1] Amal, M., Adnan, Kepulauan Rempah-rempah: Perjalanan Sejarah Maluku Utara 12-50-1950. Jakarta, Kepustakaan Populer Gramedia, 2010.
- [2] Beidler, K.J., 2007, *Sense of Place and New Urbanism: Towards a Holistic Understanding of Place and Form*, Blacksburg, Virginia: Virginia Polytechnic Institute and State University.
- [3] Eko, Budiharjo, Sujarto, Djoko, Kota Berkelanjutan, Bandung, PT.Alumni, 2013.
- [4] Darjosanjoto, Endang, T.S., 2006, *Penelitian Arsitektur Di Bidang Perumahan dan Permukiman*, ITS Press, Surabaya, 2006.
- [5] Farnum, Jennifer, 2005, *Sense of Place In Natural Resource Recreation and Tourism: An Evaluation and Assessment of Research Findings*, The U.S. Department of Agriculture (USDA).
- [6] Garnham, H.L., 1984, *Maintaining the Spirit of Place, A Process for The Preservation of Town Character*, Mesa, PDA Publisher Corporation.
- [7] Golany, Gideon, S., *Ethics and Urban Design: Culture, Form and Environment*, John Wiley and Sons, Inc., New York, 1995.
- [8] Groat and Wang, *Architectural Research Method*, John Wiley and Sons, Inc., USA., 2002.
- [9] Iden, Wildensyah, Sisi Lain Arsitektur, Sipil dan Lingkungan, Bandung, Alfabeta, 2012.
- [10] Kuswartojo, Tjuk, *Perumahan dan Permukiman Di Indonesia (Upaya Membuat Perkembangan Kehidupan yang Berkelanjutan)*, Bandung, ITB Press, 2005.
- [11] Lopez, Rachele, 2009, *Sense of Place and Design*, Focus: Vol. 7: Iss. 1, Article 16.
- [12] Muhadjir, Noeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, Rake Sarasin, Yogyakarta, 1989.
- [13] Mulyandari, Hestin, *Pengantar Arsitektur Kota*, Yogyakarta, Andi Press, 2011.
- [14] Najafi, Mina, 2011, *The Concept of Place and Sense of Place In Architectural Studies*, International Journal of Human and Social Sciences 6:3 2011.
- [15] Norberg-Schulz, C., 1979, *Genius Loci: Toward the Phenomenology of Architecture*, New York: Rizzoli.
- [16] Norberg-Schulz, C., 2006, *The Phenomenon of Place*, in Larice, M. Ed., *The Urban Design Reader* (p.125). London: Routledge
- [17] Purnomo, Agus B., *Teknik Kuantitatif Untuk Arsitektur dan Perancangan Kota*, Rajawali Press, Jakarta, 2009.

- [18] Rapoport, Amos, *System of Activities and System of Setting: Domestic architectural and The Use of Space, An Interdisciplinary Cross-Cultural Study*, S.Kent., University Press, UK., Cambridge, 1997.
- [19] Rapoport, Amos, *Culture, Architecture and Design*, Locke Science Publishing Company, Inc., Chicago, 2005.
- [20] Sadana, Agus S., *Perencanaan Kawasan Permukiman*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2014.
- [21] Schulz, Christian Norberg, *The Concept of Dwelling*, Rizolli, New York, 1985.
- [22] Stedmanl, Richard C., 1999, *Sense of place as an indicator of community sustainability*, Vol. 75, NO. 5, The Forestry Chronicle.
- [23] Synder, Jamus, *Architecture Research*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1984.
- [24] Tuan, Yi Fu, 1989, *Space and Place, The Perspective of Experience*, Minneapolis: University of Minnesota.
- [25] Wardner, P., 2012, *Understanding The Role Of 'Sense Of Place' In Office Location Decisions*. University Of The Sunshine Coast: 18th Annual Pacific-Rim Real Estate Society Conference.