

KAJIAN SENSE OF PLACE Pada Koridor Pasar Tomok Kabupaten Samosir

Rinaldi Mirsa, Zakiah Fata Yati

Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh

rinaldi@unimal.ac.id

Abstrak

Sense of place merupakan faktor yang dapat mengubah space menjadi place. Perubahan yang terjadi berupa perilaku spesial dan karakteristik emosi sebagai perwakilan bentuk perasaan manusia yang berbeda. Space bersifat impersonal lebih tertuju kepada pembentuk fisik bukan mengenai manusia menjadi sebuah place yang bermakna dengan aktivitas manusia karena place merupakan space yang memiliki pemaknaan. Maknanya space belum berarti place tapi place sudah berarti space. Sebuah place hanya akan signifikan dengan adanya eksistensi manusia. Desa Tomok menjadi pusat pariwisata Kabupaten Samosir terutama pada koridor pasar souvenir. Kawasan ini menjual souvenir khas Batak, pertunjukan budaya Tari Sigale-gale dan cerita sejarah Raja Batak menjadikan tempat ini selalu ramai dikunjungi dari masyarakat lokal bahkan wisatawan mancanegara. Etnik dan budayanya masih tertanam di hati masyarakat menambah keinginan wisatawan untuk terus berkunjung. Aktivitas budaya tersebut mengisi ruang koridor sehingga menjadi public space. Tujuan penelitian mengkaji tentang sense of place Koridor Pasar Tomok melalui unsur pembentuk place yaitu activity, form dan image. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data primer yaitu pengamatan langsung tentang aktivitas di Koridor Pasar Tomok. Konsepnya diuraikan dalam variabel unsur pembentuknya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hal paling mempengaruhi sense of place adalah belanja souvenir dan pertunjukan Tari Sigale-gale sebagai aktivitas utama.

Kata Kunci: Sense of Place, Place, Public Space, Aktivitas

1. PENDAHULUAN

Desa Tomok merupakan salah satu desa di Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Luas wilayahnya sekitar 6,20 km memiliki sebuah koridor kecil sering disebut sebagai Pasar *Souvenir* Tomok. Koridor ini menjadi pusat kunjungan wisatawan karena banyak aktivitas kesenian dan kebudayaan diselenggarakan di tempat ini. Hal ini menjadikan Koridor Pasar Tomok memiliki makna penting bagi masyarakat Tomok. Aktivitas masyarakat tersebut dekat dengan makna *palcemaking* yang berarti menciptakan struktur dan ruang secara bersamaan sehingga manusia hidup dengan senang dan waktu yang lama (Firly, 2019). *Sense of place* memiliki peran dalam mengajak masyarakat untuk tinggal lebih lama dari yang diperlukan. 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 (Robertson, 1999).

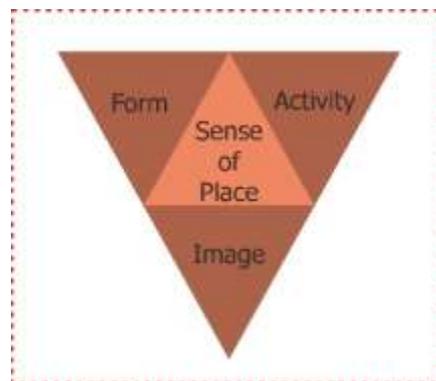
Kegiatan-kegiatan masyarakat di suatu tempat dan sebaran aktivitas di ruang terbuka menafsirkan identitas suatu *public space*. Ruang terbuka publik merupakan suatu ruang luar bangunan milik bersama untuk beraktivitas dan dapat diakses oleh masyarakat (Carr, 1992). Desa Tomok dengan berbagai macam aktivitas budaya dan memiliki masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam membudidayakan budaya mampu mengubah desa mereka menjadi sebuah *public space*.

Keberhasilan suatu *public space* terbentuk ketika tempat diselimuti keramaian. *Public space* yang ramai dengan aktivitas merupakan indikasi ruang yang berkualitas. Kualitas ruang dapat dilihat dari hubungan spasial ruang dengan pengguna (Sa'diyah, 2019). Salah satu keberhasilan ruang terbuka publik adalah kenyamanan. Tolak ukur kenyamanan suatu ruang publik dapat dilihat dengan aktivitas yang beragam dan lama tinggal (Susanti, 2014). Sama halnya Desa Tomok intens dikunjungi wisatawan mancanegara seakan menunjukkan bahwa tempat tersebut mampu menciptakan

hubungan interaksi antara manusia dengan lingkungan, mengakomodasi berbagai kebutuhan pengguna, mempertahankan dan memperkaya pengalaman pengguna. Keberhasilan Desa Tomok sebagai sebuah *public space* menuntun peneliti untuk mengkaji *sense of place* yang ada di sana. Melalui pemahaman tentang *sense of place* peneliti ingin mengetahui apa benar *sense of place* merupakan faktor keberhasilan Pasar *Souvenir* Tomok sebagai *public space*? Gambaran ini akan dibahas dengan tiga unsur pembentuk *sense of place* itu sendiri.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data primer yaitu pengamatan langsung tentang aktivitas-aktivitas di Koridor Pasar Tomok. Penelitian bergerak dari obyek studi kasus yaitu Koridor Pasar Tomok. *Sense of place* erat kaitannya dengan makna kata *place*. Ada tiga unsur pembentuk *place* (tempat), yakni *activity* (aktivitas), *form* (bentuk), dan *image* (citra). *Place* atau tempat terbentuk melalui hubungan antara tampilan lingkungan, aktivitas masyarakat, dan makna yang terbentuk (Carmona et al. 2003).



Gambar 1
Teori Pembentuk *Sense of Place*
Sumber: Carmona, 2013

Penelitian merujuk ke ranah konsep untuk mendapatkan parameter *sense of place* Koridor Pasar Tomok. Konsep *sense of place* dapat diuraikan ke dalam bentuk variabel-variabel dari unsur pembentuknya.

TABEL 1
VARIABEL PEMBENTUK *SENSE OF PLACE*

FAKTOR PEMBENTUK	VARIABEL	TEORI OLEH
Form	Dominasi	Smardon (1986)
	Keragaman	
	Kontinuitas	
	Kepaduan	
	Kesatuan	
	Sequens	
	Keunikan	
	Keindahan	
	Identitas	Lynch (1981)
	Kesesuaian	Lynch (1960)
	Individualitas	Punter (1991) & Montgomery (1998)
	Kenyamanan	
	Keamanan	Najavi & Mustafa (2011)
	Kenangan	
	Kebetahan	
Asosiasi Budaya		

	Kesan	Steele (1981)
	Kepuasan	
	Kebanggaan	
	Partisipasi Masyarakat	
Activity	Aktivitas Utama	Shirvani (1985)
	Aktivitas Pendukung	
Image	Path	Lynch (1960)
	Edge	
	District	
	Node	
	Landmark	

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian Form

Dominasi

Dominasi merupakan sebuah elemen yang sangat kontras dari yang lain. Pemandangan alam yang terdiri dari unsur pegunungan dan air danau menjadi variabel dominasi di lokasi ini.



Gambar 2
Dominasi



Gambar 3
Keragaman

Keragaman

Kombinasi rumah tradisional dan rumah moderen di perumahan warga. Perbedaan pilihan tipe rumah memperlihatkan keragaman dalam satu kompleks perumahan.

Kontinuitas

Secara visual gerbang penyambutan Huta Siallagan memiliki kesinambungan. Semua material terbuat dari batu menjadikan keterhubungan yang tidak terpisahkan.



Gambar 4
Kontinuitas



Gambar 5
Kepaduan

Kepaduan

Mendarat di Pelabuhan Kapal Milik Penumpang atau KMP Ferry Tomok disuguhi pemandangan pegunungan menjelaskan tentang adanya integritas dengan lansekap alam dan terbebas dari gangguan visual.

Kesatuan

Tatanan antar elemen yang berbeda mengacu pada kecocokan atau kesesuaian. Komplek Huta Siallagan menunjukkan harmoni secara menyeluruh.



Gambar 6
Kesatuan



Gambar 7
Sequens

Sequens

Tatanan urutan bangunan retail hampir di sepanjang jalan *souvenir* memiliki bentuk atap yang sama menunjukkan sebuah tujuan yang hirarki.

Keunikan

Kuburan di atas pohon merupakan salah satu kunjungan wisata yang terlihat aneh di antara yang lain. Kuburan ini terletak di atas akar-akar pohon besar.



Gambar 8
Keunikan



Gambar 9
Keindahan

Keindahan

Desa Tomok berada tidak jauh dari tepi danau menyuguhkan penampilan yang indah. Secara visual memiliki pemandangan yang menarik menghadap ke arah danau dan pegunungan.

Identitas

Sebagian besar bentuk atap rumah mengadopsi dari bentuk atap Tradisional Batak. Walaupun hanya dengan bentuk atap seperti ini sudah menunjukkan identitas daerah ini sebagai daerah Batak.



Gambar 10
Identitas



Gambar 11
Kesesuaian

Kesesuaian

Pelabuhan Kapal Milik Penumpang atau KMP Ferry Tomok sebagai pelabuhan penyebrangan penumpang dan kendaraan besar seperti mobil, bus dan truk. Bentuk pelabuhan dengan area yang

luas sebagai parkir kendaraan dan pingiran daratan yang sedikit menjorok ke arah danau sebagai pendaratan Kapal Ferry memiliki kesesuaian fungsi untuk menampung muatan berat dan banyak.

Individualitas

Menari bersama Patung Sigale-gale sambil diiringi dengan alunan musik Batak merupakan sebagai ciri daerah ini. Pertunjukan ini menjadi khas dan tidak dijumpai di daerah lain.



Gambar 12
Individualitas



Gambar 13
Kenyamanan

Kenyamanan

Gambar di atas merupakan gambar penonton pertunjukan Tari Sigale-gale. Karena merasa nyaman di sana seorang Turis rela berdiri berlama-lama walaupun ada bangku kosong di sampingnya.

Keamanan

Berkunjung ke pasar Tomok ini tidak perlu takut walaupun berada dekat dengan jalur transportasi. Pengendara tidak ugal-ugalan. Kita berjalan, melihat-lihat dan menyeberang dengan lambat kita tetap aman bahkan jika bepergian sendirian.



Gambar 14
Keamanan



Gambar 15
Kenangan

Kenangan

Tidak sedikit pengunjung mengabdikan momen mereka di daerah ini. Mereka memotret diri mereka agar setiap momennya bisa selalu diingat.

Kebetahan

Penginapan berjejer di sepanjang jalan Desa Tomok. Penginapan besar dan kecil bahkan hotel juga ada menunjukkan bahwa tidak sedikit pengunjung memilih menginap untuk berlama-lama di desa ini.



Gambar 16
Kebetahan

Asosiasi Budaya

Museum Batak sebagai salah satu pusat pengetahuan budaya dan sejarah Batak. Budaya Batak sangat kuat di daerah ini karena itu Museum ini dibangun.



Gambar 17
Asosiasi Budaya



Gambar 18
Kesan

Kesan

Seorang pengunjung berhenti di tengah penelusurannya. Dia terkesan senang melihat dagangan aksesoris di Tomok *Souvenir Shop*.

Kepuasan

Seorang turis berkunjung ke Pertunjukan Tari Sigale-gale. Karena senang berada di sana dia tidak ingin hanya berdiam menonton pertunjukan tetapi ikut dalam pertunjukan bersama pengunjung lain.



Gambar 19
Kepuasan



Gambar 20
Kebanggaan

Kebanggaan

Tomok *Souvenir Shop* menjadi aset kebanggaan masyarakat sebagai hak cipta pribadi mereka untuk dijual ke dunia luar. Berbagai macam aksesoris khas Batak sebagai buah tangan ketika pulang dari tempat ini.

Partisipasi Masyarakat

Desa Tomok sebagai desa pariwisata menjadikan masyarakatnya produktif. Partisipasi masyarakat sebagai penjual aksesoris khas Batak dan sejarawan makam raja dapat mempertahankan dan meningkatkan nilai budaya.



Gambar 21
Partisipasi Masyarakat

Kajian Activity

Aktivitas utama

Setiap pengunjung akan melakukan kegiatan-kegiatan wajib ketika datang ke tempat ini. Kegiatan tersebut merupakan aktivitas utama.



Gambar 22
Belanja *Souvenir* Khas Batak dan Pertunjukan Tari Sigale-gale



Gambar 23
Mendengarkan Sejarah Raja Sidabutar-Batu Parsidangan dan Berkunjung ke Museum Batak

Aktivitas pendukung

Selain pengunjung akan melakukan kegiatan-kegiatan wajib, pengunjung juga akan melakukan kegiatan tambahan. Kegiatan tersebut merupakan aktivitas pendukung.



Gambar 24
Berkunjung Ke Kuburan Di Atas Pohon dan Perumahan Tradisional Batak

Kajian Image

Menurut Kevin Lynch (1960) ada lima elemen dalam penyusunan *image* kawasan yaitu: *path*, *edge*, *district*, *node*, dan *landmark*. Saat ini, suatu kota sangat memerlukan suatu identitas sebagai penambah daya tarik kota yaitu dengan adanya citra kota. Teori ini diformulasikan oleh Kevin Lynch, ia mengatakan bahwa citra mental sangat penting karena citra yang jelas akan memberikan hal penting bagi masyarakat, seperti identitas yang kuat terhadap tempat, kemampuan berorientasi dengan mudah dan cepat serta rasa nyaman karena merasa tidak tersesat, dan hubungan yang terintegrasi dengan tempat lain.

Path

Path atau jalur merupakan alur pergerakan pengguna di dalam kota seperti jalanan, jalan raya, gang, rel kereta api, kanal dan sejenisnya.



Gambar 25
Path

Edge

Edge atau tepi merupakan elemen linier yang tidak digunakan sebagai jalan. Itu bisa dikatakan sebagai batas antara dua fase, inkontinuitas linier seperti pantai, jalan kereta api, tepi pembangunan, dinding (Lynch, 1960). *Edge* juga merupakan sebuah garis sebagai pemisah dua area dengan fitur yang berbeda. Garis tersebut merupakan batas alami seperti sungai, jembatan dan topografi atau bentuk buatan seperti *greenbelt*, *waterfront*, *highway*, jalan raya yang ditinggikan atau lainnya.



Gambar 26
Edge

District

District atau kawasan merupakan daerah memiliki karakteristik umum. Daerah ini dapat dikenali sebagai unit tematik. Karakteristik fisiknya ditentukan oleh kontinuitas dan homogenitas bahan fasad, ruang, bentuk, tekstur, warna, aktivitas, rincian, jenis bangunan, kegunaan, simbol, penghuni, topografi dan langit (Lynch, 1960).



Gambar 27
District

Node

Node atau simpul merupakan fokus strategis sebagai jalur masuk pengguna, seperti persimpangan jalan atau konsentrasi beberapa karakteristik (Lynch, 1960).



Gambar 28
Node

Landmark

Landmark atau tengara merupakan ciri eksternal bagi individu berfungsi sebagai penanda (Lynch, 1960).



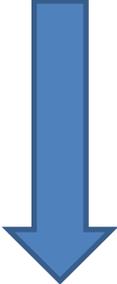
Gambar 29
Landmark

4. KESIMPULAN

Konsep *sense of place* sangat berpengaruh terhadap proses pembentukan suatu *public space*. Sebuah *space* akan menjadi *place* ketika *place* tersebut memiliki arti pada lingkungan yang berasal dari budaya daerahnya (Mirsa, 2019). Semakin kental budaya masyarakatnya, semakin kuat *sense of place* yang tercipta. Kesimpulan dari analisis di atas mengatakan bahwa hal yang paling mempengaruhi *sense of place* adalah belanja *souvenir* dan pertunjukan Tari Sigale-gale sebagai aktivitas utama. Hal ini dibuktikan dengan frekuensi pengunjung yang tinggi dibanding di tempat lain.

TABEL 2
ANALISIS TINGKAT KERAMAIAAN PENGUNJUNG

AKTIVITAS PENGUNJUNG		KETERANGAN
Paling Ramai 	 Belanja <i>Souvenir</i>	Aktivitas yang paling ramai dikunjungi karena semua identitas Batak dibuat ke dalam bentuk buah tangan
	 Pertunjukan Tari Sigale-gale	Aktivitas yang ramai dikunjungi karena pengunjung dapat mengekspresikan budaya Batak secara langsung
	 Makam Raja dan Batu Parsidangan	Aktivitas pengunjung sedang karena terkait dengan sejarah dan lokasi yang dekat dengan pusat <i>souvenir</i> dan Sigale-gale

 Tidak Ramai	 Museum Batak	Aktivitas keramaian pengunjung menurun karena lokasi jauh dari pusat keramaian
	 Rumah Tradisional Batak	Aktivitas yang sedikit dikunjungi karena identitas rumah tradisionalnya sudah diwakili oleh rumah penduduk biasa
	 Kuburan di Atas Pohon	Aktivitas yang tidak ramai dikunjungi karena lokasi terpencil dan kurang informasi wisata

Pengunjung beramai—ramai datang dan menyaksikan kegiatan-kegiatan tersebut bahkan ada yang ikut bergabung dalam kegiatan seperti ikut menari dalam pertunjukan Tari Sigale-gale. Faktor budaya yang masih ada di lokasi ini menjadi faktor terkuat untuk menciptakan *sense of place* karena budaya Batak tersebutlah yang ingin disaksikan oleh wisata yang tidak ada di daerah asal wisatawan.

REFERENSI

- Carmona, M., Heath, T., Tiesdell, S., & Oc, T., 2003. *Public Places Urban Spaces: The Dimension of Urban Design*. Oxford: Architectural Press.
- Carr, L. G., 1992. *Public Space*. America: American University Press.
- Firly, Khoerunnisa., Setyaningsih, Wiwik., & Suparno. (2019). Penerapan Ekologi Arsitektur Pada Pengembangan Kawasan Desa Wisata Dukuh Kajongan Kota Tegal. *Jurnal Senthong*, 2, 778-1718.
- Lynch, K., 1960. *The Image of The City*. Cambridge: The MIT Press.
- Najavi, M., & Mustafa, K. (2011). The Concept of Place and Sense of Place In Architectural Studies. *World Academy of Science, Engineering and Technology Vol.5*.
- Mirsa, Rinaldi., 2019. *Arsitektur Rumah Saudagar Batik: Simbol, Pola dan Fungsi Ruang*. Yogyakarta: Teknosain.
- Sa'diyah, Alma. Halimah., Nugroho, Rachmadi., & Purwani, Ofita. (2019). Space Syntax Sebagai Metode Perancangan Ruang Pada Galeri Kreatif Di Kota Surakarta. *Jurnal Senthong*, 2, 1052-2072.
- Shirvani, H., 198
5. *The Urban Design Process*. New York: Van Nostrand Reinhold Company.
- Smardon, R. C., 1986. *Foundation For Visual Process Analysis*. Canada: John Wiley & Sons.
- Steele, Fritz., 1981. *The Sense Of Place*. Boston: CBI Pub. Co.
- Susanti, W. D. (2014). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau Publik. *Jurnal Ilmiah Teknik Lingkungan*, 6(2), 29-36.
- Wilkie, R And Roberson, G., 2012. "Attachment To Place" In *21st Century Geography: A Reference Handbook*, J Stoltman, ed. Thousand Oaks. CA: SAGE.