

## PENGARUH KUALITAS RUANG DAN PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP KEBERLANGSUNGAN RUANG PUBLIK Studi Kasus: Taman Kota Lapang Bhakti Kota Banjar

### Article History:

First draft received:  
18 Mei 2022

Revised:  
2 Juni 2022

Accepted:  
10 Juni 2022

First online:  
15 Juni 2022

Final proof received:

Print:  
27 Juni 2022

Online  
10 Juli 2022

Jurnal Arsitektur ZONASI  
is indexed and listed in  
several databases:

**SINTA 4 (Arjuna)**

GARUDA (Garda Rujukan Digital)  
Google Scholar  
Dimensions  
oneSearch  
BASE

Member:

Crossref  
RJI  
APTARI  
FJA (Forum Jurna Arsitektur)  
IAI  
AJPKM

**Mohammadan Yogarsiwayan<sup>1</sup>**

**Stefy Prasasti Anggraini<sup>2</sup>**

**Tidi Ayu Lestari<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia

Jl. Kaliurang No.Km. 14,5, Krawitan, Umbulmartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584

Email: [19512056@students.uui.ac.id](mailto:19512056@students.uui.ac.id)

[stefyprasastianggraini@uui.ac.id](mailto:stefyprasastianggraini@uui.ac.id)

[tidiayul@gmail.com](mailto:tidiayul@gmail.com)

**Abstract:** *Taman Kota Lapang Bhakti is one of the public spaces in the city of Banjar whose function is quite vital. There is a placemaking phenomenon in this city park, where the southern area of the city park which is a commercial area is no longer operational at all, while the northern area which has the same function is still operational today. This study discusses in depth to find out the causes of this phenomenon. This phenomenon is studied with the theory of placemaking and space quality. The research method used is descriptive qualitative method by comparing the quality of space and visitors' perceptions of the northern and southern areas of the city park. While the data collection methods are in the form of observation, literature study, and interviews with visitors and management of this city park. Research findings based on an interview survey, 82.4% of visitors prefer to visit the northern commercial area compared to the southern area. This is due to several factors in their perception related to connectivity, activity, image and comfort. This factor also proves that the quality of space and the perception of visitors affect the sustainability of a public space. The recommendation from this problem is to make the southern area a special community area with non-commercial functions.*

**Keywords:** *space quality, perception, placemaking, public area*

**Abstrak:** *Taman Kota Lapang Bhakti merupakan salah satu ruang publik di kota Banjar yang fungsinya cukup vital. Terdapat fenomena placemaking pada taman kota ini, dimana area selatan taman kota yang berupa area komersial sudah tidak beroperasi sama sekali, sedangkan area utaranya yang memiliki fungsi sama masih beroperasi hingga sekarang. Kajian ini membahas secara mendalam guna mengetahui penyebab terjadinya fenomena ini. Fenomena ini dikaji dengan teori placemaking dan kualitas ruang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan membandingkan kualitas ruang dan persepsi pengunjung terhadap area utara dan area selatan taman kota. Sedangkan metode pengumpulan data berupa observasi, studi literatur, dan wawancara terhadap pengunjung dan managerial taman kota ini. Temuan penelitian berdasarkan survei wawancara, 82,4% pengunjung lebih memilih mengunjungi area komersial utara dibandingkan area selatannya. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor persepsi mereka terkait dengan connectivity, activity, image dan comfort. Faktor ini sekaligus membuktikan bahwa kualitas ruang dan persepsi pengunjung berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu ruang publik. Rekomendasi dari masalah ini adalah dengan menjadikan area selatan sebagai area khusus komunitas dengan fungsi non komersial.*

**Kata Kunci:** *kualitas ruang, persepsi, placemaking, ruang publik*

## 1. Pendahuluan

Kota Banjar adalah salah satu kota di Jawa Barat yang cukup memiliki banyak ruang publik. Salah satunya adalah Taman Kota Lapang Bhakti (Ammirudin, 2021). Taman Kota Lapang Bhakti sendiri merupakan ruang publik terbesar dan terkomplit di Kota Banjar. Hal ini didasarkan pada luasan taman ini (24.000 m<sup>2</sup>) yang lebih besar dari alun-alun kota (5000 m<sup>2</sup>), dan ruang publik yang ada di kota banjar lainnya. Keberadaannya sendiri cukup vital karena merupakan area yang dapat menampung banyak fungsi sekaligus. Fungsi tersebut antara lain adalah rekreasi, olahraga, komersial, kuliner, pementasan, bahkan upacara kenegaraan di level daerah kota. Lapang Bhakti sendiri jika ditinjau berdasarkan (Pedoman Penyediaan Dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau Di Kawasan Perkotaan, 2008)(Hantono et al., 2019) Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 05/PRT/M/2008, tentang Ruang Terbuka Hijau (RTH), termasuk dalam kategori taman kota. Hal tersebut karena luasan dan fungsinya telah memenuhi syarat sebuah taman kota. Keberadaannya yang penting membuat baik buruknya kualitas taman kota ini akan sangat berpengaruh, baik terhadap kualitas hidup masyarakatnya maupun image Kota Banjar itu sendiri.

Beberapa tahun belakang hingga sampai saat ini, berdasarkan penilaian pengguna yang disampaikan melalui *google maps* dan pengalaman pribadi, Taman Kota Lapang Bhakti memiliki penilaian yang kurang begitu baik karena memiliki beberapa kualitas ruang yang buruk pada beberapa areanya (Google Inc., 2021). Beberapa keluhan tersebut adalah fasilitas toilet publik rusak, beberapa area terlihat tidak terawat, dan masalah terkait area lapak jualan yang sudah kumuh. Dari serangkaian permasalahan tersebut, jika dipandang dengan teori *placemaking*, terdapat sebuah fenomena menarik yang dapat dikaji, hal tersebut adalah area selatan taman kota yang berupa area kuliner sudah tidak beroperasi sama sekali, sedangkan area utaranya yang memiliki fungsi sama masih beroperasi hingga sampai kini. Terlebih jika dilihat secara setting penataannya, kedua area ini memiliki pola yang cenderung sama, sehingga pencarian penyebab fenomena ini menjadi lebih menarik. Fenomena ini sendiri berdampak pada keberlangsungan dari fungsional areanya, dimana area ruang publik selatan menjadi terkesan kumuh dan tidak terawat.

Konsep *placemaking* merupakan konsep yang cocok untuk dijadikan acuan perencanaan maupun alat yang dipergunakan untuk melihat kualitas ruang-ruang terbuka publik kota (Saputra, 2019)(Aziz & Ratriningsih, 2019). Menurut Wyckoff (2014) dalam tulisannya "*definition of placemaking: four different types*" menyatakan bahwa terdapat beberapa tolak ukur kualitas dari suatu tempat, beberapa diantaranya adalah keselamatan, konektivitas, *welcoming*, dan kemudahan akses. Sedangkan menurut PPS (Project of Public Space, 2020), terdapat empat variabel yang mempengaruhi ruang. Variabel tersebut adalah *sociability, uses and activity, image and comfortable*, dan *akses and linkages*. Teori-teori inilah yang akan menjadi dasar dalam penelitian ini.

Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk mengetahui preferensi atau kecenderungan pengunjung dalam memilih salah satu area dan persepsinya, mengetahui bagaimana tingkat kualitas ruang pada masing-masing area utara dan selatan, kemudian dengan diketahui hal-hal tersebut, harapannya penyebab dari terjadinya fenomena ini dapat diketahui. Dengan diketahui penyebab fenomena ini, maka proses penyelesaian masalah ini akan menjadi lebih mudah. Sehingga kedepannya kajian ini dapat menjadi referensi bagi perancang jika kelak ada rencana terkait revitalisasi taman kota ini.

Batasan pada penelitian ini didasarkan pada wawancara awal penelitian. Dimana pada wawancara tersebut, faktor yang mempengaruhi kecenderungan pengunjung memilih area utara dibandingkan dengan area selatan disebabkan oleh faktor *connectivity, activity, dan image*. Maka dari itu, ketiga faktor itulah yang akan dianalisis lebih dalam sekaligus menjadi batasan dalam penelitian ini.

## 2. Kajian Teori

Untuk mengetahui lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi dalam terbentuk dan berubahnya suatu ruang, maka diperlukan studi pustaka. Teori-teori terkait dengan terbentuk dan berubahnya ruang erat kaitannya dengan teori *placemaking* di ruang publik, kualitas ruang, persepsi, dan preferensi. Penjelasan lebih dalam teori-teori tersebut adalah sebagai berikut.

### 2.1 Placemaking di Ruang Publik

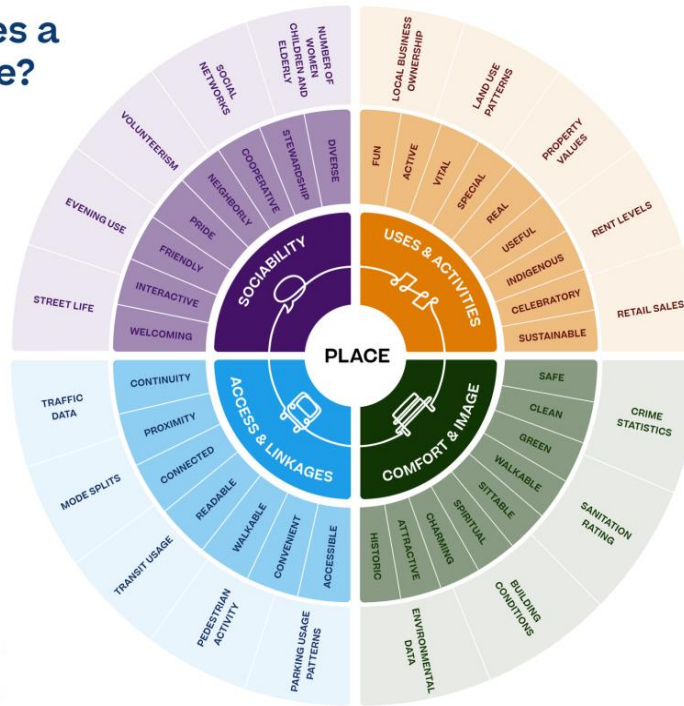
Perbedaan antara *space* dan *place* menurut Yi Fu Tuan dalam (Rubianto & Navastara, 2018) adalah *space* masih bersifat abstrak dan belum terdapat pemanfaatan yang spesifik dan kuat dari ruang tersebut. Sedangkan *place* itu sendiri merupakan sebuah ruang yang memiliki makna bagi pengguna, terjadi aktivitas didalamnya dan memiliki persepsi tersendiri bagi pengguna ruang tersebut. Syafriny et al. (2013), menggarisbawahi bahwa *placemaking* merupakan filosofi, konsep, dan pendekatan yang memberikan sinergi maksimal antara kualitas ruang dan kualitas manusia secara seimbang dalam desain dan evaluasi ruang yang

dianggap gagal dalam penyelenggaraan publik. Prinsip kerja *placemaking* adalah pendekatan berbasis pengguna yang mampu membantu warga kota mengubah ruang publik mereka menjadi tempat yang ramai dan menyenangkan untuk dikunjungi.

Menurut Syafriny et al. (2013), *placemaking* merupakan proses dalam penciptaan dan perubahan suatu ruang kota, khususnya ruang publik oleh aktivitas pengguna. Menurut Wahyuni (2019), terdapat tiga komponen dalam *placemaking* yang dapat mendukung kesuksesan sebuah tempat. Ketiga komponen tersebut antara lain adalah fisik, fungsi dan aktivitas, dan *image/citra/budaya* (gambar 1).

## What Makes a Great Place?

Project  
for Public  
Spaces



**Gambar 1. Variabel *what make a great place***  
(Sumber: www.pps.org)

Menurut PPS (Project of Public Space, 2020) terbentuknya tempat dipengaruhi oleh empat kriteria atau lingkup, lingkup tersebut antara lain adalah *sociability* (aspek sosial), *uses and activity*, *image and comfortable*, dan yang terakhir adalah akses dan *linkages*. Dari empat variabel utama tersebut, terdapat banyak sub variabel di dalamnya. Beberapa sub-variabel yang sesuai dengan temuan wawancara awal adalah *activity* dan *image*. Definisi kedua sub-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

### 2.1.1 Activity

Menurut Septariani (2010) dalam (Ernawati et al., 2017). Pola aktivitas dipengaruhi oleh elemen arsitektural ruang arker. Peran elemen tersebut tidak hanya terjadi pada ruang arker itu sendiri, namun juga mempunyai pengaruh terhadap lingkungan disekitarnya. Pernyataan tersebut selaras dengan Rapoport (1997), dimana sebuah arker aktivitas berkaitan erat dengan 3 elemen utama, yaitu Pedagang Kaki Lima (PKL) sebagai *activity support* kawasan, area arker, dan sirkulasi pejalan kaki.

### 2.1.2 Image

Menurut Katz dalam (Soemirat dan Ardianto, 2005), citra atau *image* adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Citra dapat membentuk pandangan baik positif maupun negatif.

## 2.2 Kualitas Ruang

Wyckoff (2014) dalam tulisannya "*definition of placemaking: four different types*" menyatakan bahwa terdapat sembilan variabel kualitas dari suatu ruang. Kaitannya dengan teori *placemaking*, variabel kualitas ruang merupakan beberapa sub variabel dari variabel utama yang dikemukakan oleh *Project of Public Space*. Teori kualitas ruang yang selaras dengan temuan hasil wawancara adalah:

### 2.2.1 Terkoneksi/terintegrasi (*connected*)

Menurut Hillier et al. (1993), *connected* atau *connectivity* dipandang sebagai dimensi untuk melakukan pengukuran terhadap ruang apa saja yang secara langsung terhubung dengan ruang lainnya dalam satu area konfigurasi ruang. Jumlah ruang yang terhubung dihitung dengan konsep jarak.

### 2.2.2 Kemudahan akses (*accessible*)

Wyckoff (2014) menjelaskan bahwa kemudahan akses merupakan kemampuan dan kemudahan sebuah ruang untuk dilalui dan bersirkulasi didalamnya.

### 2.2.3 Nyaman (*comfortable*)

Rustam Hakim (2012), yang merupakan perancangan ruang publik dan *landscape* mendefinisikan kenyamanan sebagai sesuatu hal yang terbentuk dari unsur-unsur perancangan ruang publik itu sendiri, yang antara lain adalah bentuk, keamanan, iklim, sirkulasi, keindahan, keamanan, kebersihan dan penerangan.

## 2.3 Persepsi dan Preferensi

Porteous (1977) dalam Gunawan (2011), mengemukakan bahwa persepsi adalah sebuah respon berbentuk tindakan yang tercipta dari kombinasi faktor internal dan eksternal seperti faktor fisik dan sosial manusia. Sedangkan Nassar (1988) dalam Gunawan (2011), mendefinisikan persepsi sebagai sesuatu yang ditentukan oleh interaksi yang kuat antara ruang dengan pengetahuan orang terhadap ruang tersebut, perasaan tidak puas dalam menilai suatu objek adalah penyebab dari nilai atau kualitas ruang tersebut menjadi tidak baik dan cenderung dihindari.

Menurut Lauri (1986) dalam Gunawan (2011), preferensi seseorang berdasar kepada persepsi dan perasaan mereka terhadap kondisi ruang oleh hubungannya antara jarak dan ukuran serta kecemerlangan ruang tersebut.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa baik persepsi maupun preferensi dalam kaitannya dengan arsitektur dan *place* memiliki pengaruh. Dengan mengetahui persepsi dan preferensi pengguna, indikator penyebab fenomena dapat lebih mudah diketahui.

## 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan mengkomparasikan kualitas ruang dan persepsi pengunjung terhadap area utara dan area selatan taman kota. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

### 3.1 Observasi

Kegiatan ini dilakukan agar data primer dapat diidentifikasi dan dianalisis. Kegiatan dalam tahapan ini dilakukan dengan peninjauan secara langsung lokus penelitian.

### 3.2 Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam dengan orang yang memiliki pengalaman beberapa tahun lalu dalam mengunjungi taman kota ini ketika kedua area masih beroperasi. Metode yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur. Metode ini sendiri adalah macam teknik pewawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu peneliti menanyakan pertanyaan yang sudah terstruktur sehingga kemudian satu persatu diperdalam mengorek keterangan lebih lanjut secara mendalam tentang topic penelitian yang ingin dikajinya (Arikunto, 2010). Hal ini dilakukan agar proses wawancara berlangsung terbuka dan dapat diperoleh informasi dan pendapat yang lebih dalam.

Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara diawali dari pertanyaan dasar seputar berapa kali pernah berkunjung, aktivitas yang dilakukan, dsb. Hingga ke pertanyaan yang lebih spesifik terkait dengan fenomena yang ada. Pertanyaan yang diberikan sebisa mungkin tanpa intervensi terhadap salah satu variabel, sehingga jawaban yang diberikan oleh koresponden merupakan jawaban yang murni berdasar dari pengalaman dan preferensinya masing masing.

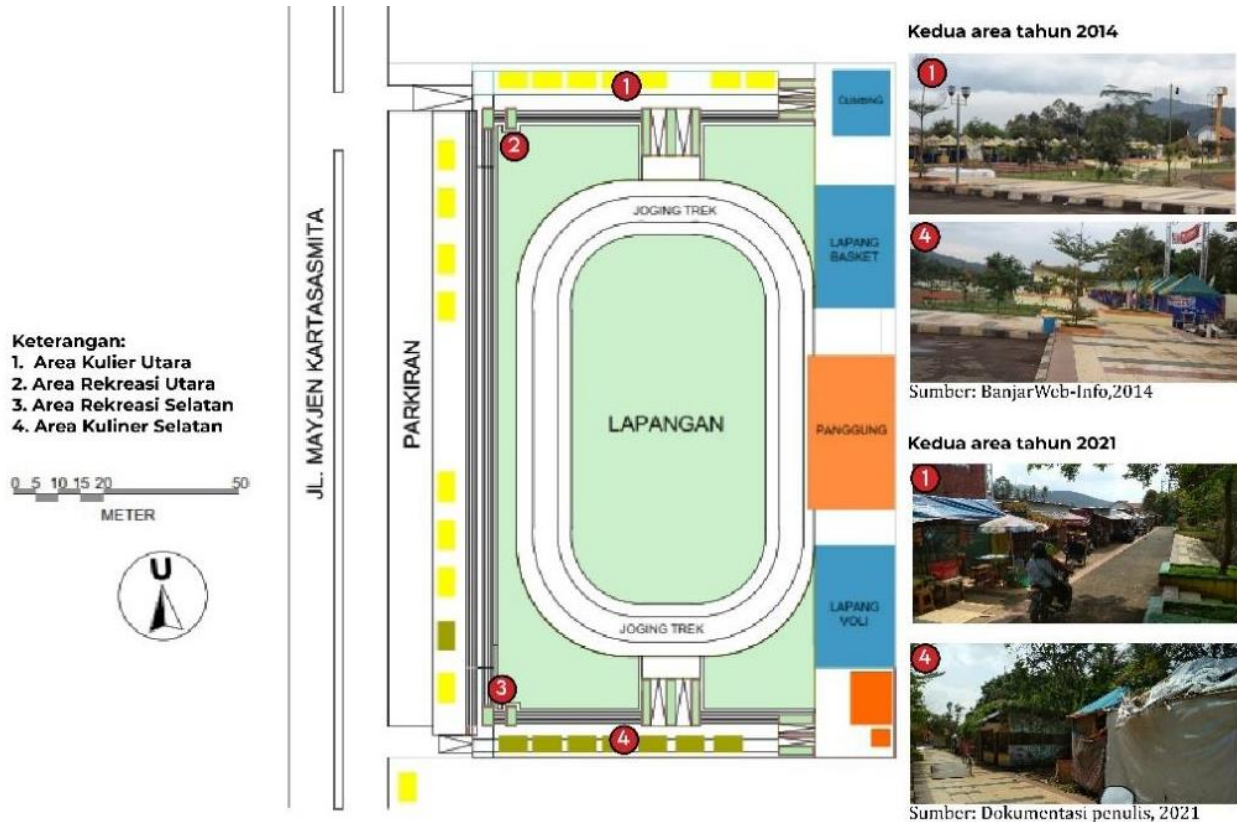
## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Profil Taman Kota Lapang Bhakti

Taman Kota Lapang Bhakti merupakan ruang publik terbesar dan terkomplit di Kota Banjar. Hal ini didasarkan pada luasan taman ini (24.000 m<sup>2</sup>) yang lebih besar dari alun-alun kota (5000 m<sup>2</sup>), dan ruang publik

yang ada di kota banjar lainnya. Lapang Bhakti sendiri jika ditinjau berdasarkan (Pedoman Penyediaan Dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau Di Kawasan Perkotaan, 2008) Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 05/PRT/M/2008, tentang Ruang Terbuka Hijau (RTH), termasuk dalam kategori taman kota. Taman kota ini sendiri mulai didirikan pada tahun 2012, dimana sebelumnya hanya merupakan sebuah lapangan sepak bola tidak formal.

Keberadaan taman kota ini cukup vital karena merupakan area yang dapat menampung banyak fungsi sekaligus. Fungsi tersebut antara lain adalah rekreasi, olahraga, komersial, kuliner, pementasan, bahkan upacara kenegaraan di level daerah kota. Penyebaran fungsi fungsi tersebut ditaman kota ini dapat dilihat pada gambar 2.



**Gambar 2. Site Plan dan Dokumentasi Masa Kini dan Masa Lampau**  
(Sumber: dokumen pribadi, 2021 dan BanjarWeb-Info, 2014)

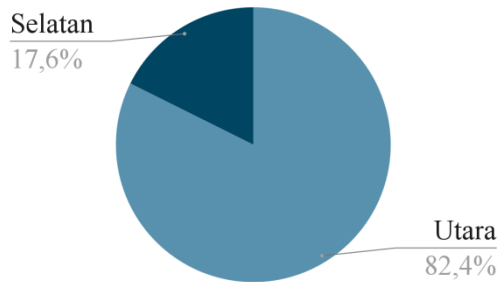
Kondisi taman kota saat ini adalah dimana area selatan sudah sama sekali tidak fungsional dan kumuh, sedangkan area utara masih fungsional baik fungsinya sebagai area kuliner maupun area rekreasi dan bermain komersial. Menurut penuturan salah satu petugas kebersihan yang telah bekerja di tempat ini sejak taman ini berdiri, area selatan khususnya sebagai fungsi kuliner sudah sama sekali tidak fungsional sejak 2 tahun lalu atau sekitar tahun 2019. Adapun fenomena kecenderungan area utara lebih ramai dibandingkan area selatan memang sudah terjadi sejak pertama kali taman kota ini berdiri. Namun, kecenderungan keramaian tersebut mulai terlihat sangat kontras saat stand-stand pedagang area selatan mulai berangsur-angsur tutup satu persatu.

## 4.2 Temuan Hasil Wawancara

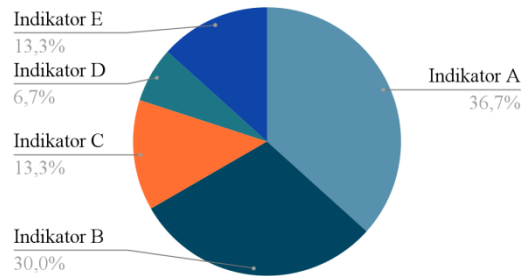
Pada penelitian ini, dilakukan dua tahap wawancara. Tahap pertama, wawancara dilakukan terhadap 12 responden dengan karakteristik 10 end-user/pengunjung dan 2 managerial berupa penjual yang berjualan di luar area utara maupun selatan. Wawancara tahap pertama dilakukan pada rentang waktu 11 Oktober - 4 November 2021. Wawancara tahap kedua dilakukan untuk lebih memperkuat data dan analisis yang diperlukan. Tahap kedua dilakukan terhadap 9 responden dengan karakteristik 7 end-user dan 2 managerial. Wawancara tahap kedua dilakukan pada rentang waktu 21-28 November 2021. Maka, total koresponden keseluruhan adalah 21 orang.

Koresponden-koresponden tersebut merupakan user taman kota yang telah lebih dari 10 kali mengunjungi taman kota ini dan sudah pernah mengunjungi kedua area komersial ketika keduanya masih beroperasi. Rangkuman dari wawancara tersebut adalah dimana dari 17 sampel pengunjung yang pernah

mengunjungi taman kota ini saat fenomena belum terjadi adalah, 14 diantaranya cenderung lebih memilih ke area utara, sedangkan area selatan hanya 3 orang. Dalam wawancara tersebut juga koresponden diberikan pertanyaan terkait penyebab fenomena dari perspektif mereka sebagai pengguna. Beberapa koresponden mengutarakan satu jawaban penyebab dan beberapa yang lainnya mengutarakan lebih dari satu. Adapun rangkuman dari hasil wawancara dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 2 Preferensi pengunjung terhadap area



Gambar 3 Respon terhadap penyebab fenomena

**Gambar 3. Diagram persentase hasil wawancara**  
(Sumber: Hasil penelitian tahun 2021)

Adapun penyebab pengunjung lebih cenderung memilih area utara dibandingkan area selatan dan persepsi manajerial dan pengunjung dengan kecenderungan ke area selatan terhadap penyebab terjadinya fenomena (tabel 1).

**Tabel 1. Respon pengunjung terhadap penyebab fenomena**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Kodefikasi	Persentase Jawaban Responden
<i>Access and Linkage</i>	<i>Connectivity</i>	Kedekatan area dengan entrance, fasilitas parkir dan fasilitas fungsional	Indikator A	36,7%
<i>Uses and Activity</i>	Aktivitas pada Fasilitas Sekitar Area	Pola aktivitas parkir dan Intensitas aktivitas pada fasilitas sekitar area	Indikator B	30%
<i>Image and Comfort</i>	<i>Image</i>	Image positif dan negatif area	Indikator C	13,3%
		Persepsi terhadap keramaian sekitar area	Indikator D	6,7%
	<i>Comfort</i>	Kenyamanan suasana sebagai tempat komersial	Indikator E	13,3%

Sumber: Hasil penelitian tahun 2021

Berdasarkan tabel 1, faktor utama penyebab kecenderungan preferensi pengunjung memilih area utara dibandingkan area selatan adalah diakibatkan faktor *connectivity* dan *activity*. Oleh karena itu, analisis mendalam akan lebih difokuskan pada sub variabel *connectivity* dengan indikator perbandingan kedekatan area utara dan selatan dengan entrance dan fasilitas lainnya dan sub-variabel *activity* dengan indikator intensitas aktivitas pada fasilitas sekitar masing-masing area.

### 4.3 Faktor *Connectivity*

Taman Kota Lapang Bhakti memiliki setting area yang simetris. Dimana letak sirkulasi baik area utara dan selatan memiliki kecenderungan yang sama, dengan entrance area yang hampir sama berupa ramp pada pedestriannya. Lapangan dan *jogging track* menjadi pemisah antara kedua area tersebut. Perbedaan antara area utara dan selatan terletak pada kedekatannya dengan *entrance* dan fasilitas-fasilitas lain disekitarnya. Gambaran setting taman kota dapat dilihat pada gambar 4. site plan dan dokumentasi.



**Gambar 4. Site Plan dan Dokumentasi**  
(Sumber: dokumen pribadi, 2021)

*Connectivity*/kedekatan area utara dan selatan dengan *entrance* dapat dikatakan memiliki perbedaan jarak yang cukup besar. Hal tersebut dikarenakan jalan raya ini merupakan jalan dengan dua arah yang dipisahkan oleh adanya barrier, dan *entrance* dari arah selatan jalan maupun arah utara hanya berada pada area utara site saja. Maka dari itu, *Connectivity entrance* kendaraan pada taman kota ini memiliki kecenderungan yang lebih menguntungkan area utara dibandingkan area selatan.

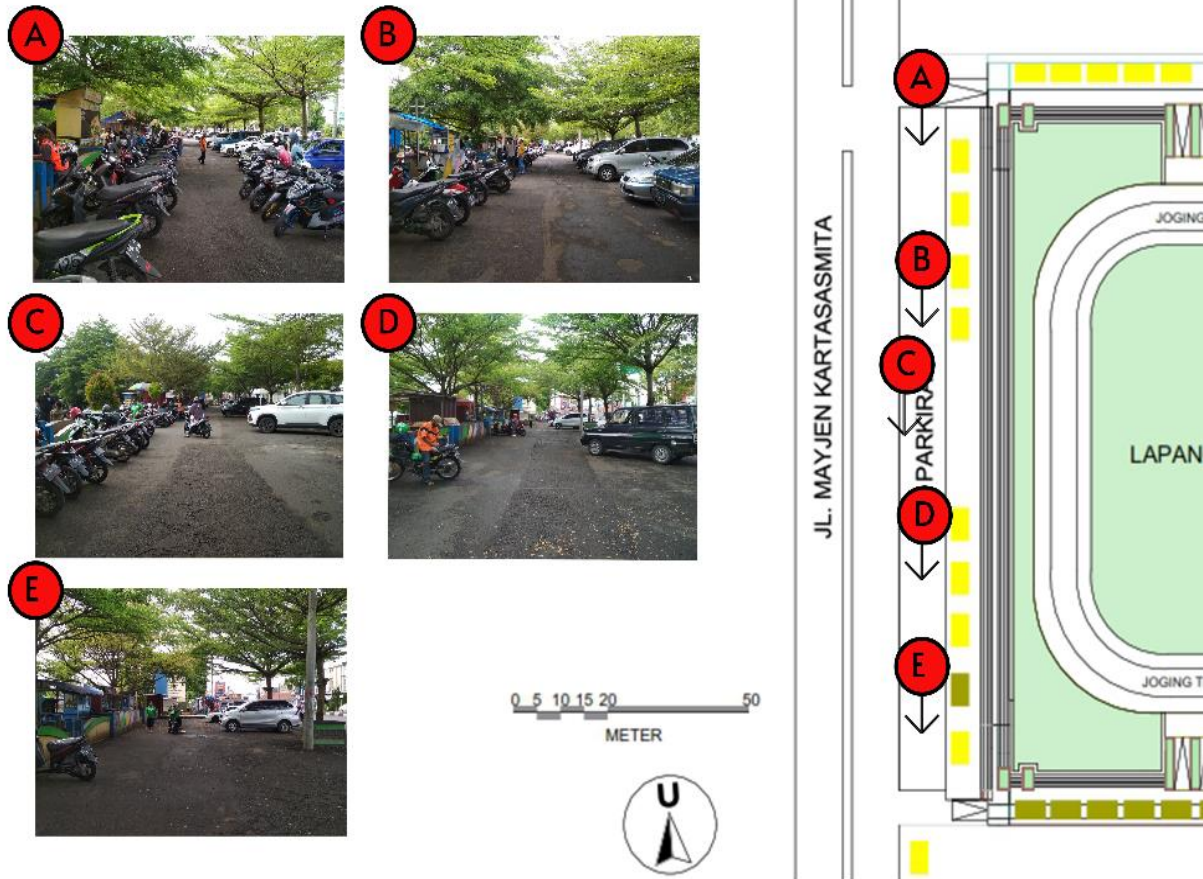
Kaitannya dengan persepsi, dibandingkan dengan akibat dari persepsi terhadap kecemerlangan sebagaimana yang diungkapkan oleh Lauri (1986) dalam Gunawan (2011), persepsi terhadap jarak, lebih berpengaruh terhadap preferensi pengunjung dalam memilih area komersial pada taman kota ini.

Kaitan kedua area dengan fasilitas lain di sekitarnya, area utara memiliki kedekatan jarak dengan fasilitas lapangan basket dan fasilitas *climbing* sedangkan area selatan dekat dengan fasilitas lapangan voli, toilet publik dan bangunan sekretariat forum ramah anak. Sedangkan jarak parkir dan panggung terhadap kedua area utara dan selatan relatif sama. Jika dilihat dari segi *connectivity*/kedekatan saja kedua area dengan fasilitas di sekitarnya cenderung adil dan tidak begitu menguntungkan salah satunya.

#### 4.4 Faktor *Activity* pada Fasilitas Sekitar Area

##### 4.4.1 Fasilitas parkir dan pola aktivitasnya

Jika dilihat dari settingnya, dapat dikatakan bahwa fasilitas ini seimbang dan adil jika diukur dari kedekatannya dengan kedua area. Namun, jika ditinjau dari pengamatan pola aktivitas pengunjung dalam memilih area mana yang digunakan untuk memarkirkan kendaraanya, maka intensitas kecenderungannya lebih ke arah utara. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh salah satu petugas parkir yang menyatakan hal yang selaras dengan hasil pengamatan penulis. Adapun hasil pengamatan terlihat pada gambar 5.



**Gambar 5. Serial vision area parkir**  
(Sumber: dokumen pribadi, 2021)

Gambar 5 mengilustrasikan pola perilaku pengunjung dalam memilih area parkir yang digunakan. Dokumentasi ini dilakukan pada hari minggu 28 November 2021 pada jam 08.30 pagi. Dari gambar ini, dapat dikatakan bahwa kebanyakan pengunjung lebih memilih jarak yang dekat meskipun akan cenderung ramai dan berdesakan dalam parkir dibandingkan jarak yang sedikit lebih jauh dengan parkir di area parkir selatan dengan parkir yang lebih leluasa. Kaitannya dengan persepsi, persepsi pengunjung terhadap jarak *entrance* dan parkir menjadikan area utara memiliki kualitas ruang yang lebih baik.

#### 4.4.2 Fasilitas panjat tebing dan intensitas aktivitasnya

Fasilitas panjat tebing memiliki kedekatan jarak dengan area utara (gambar 4). Fasilitas ini biasa digunakan baik untuk latihan panjat tebing tingkat kota maupun kegiatan rutinitas komunitas SITAPALA (Siswa Taruna Pecinta Alam). Berdasarkan wawancara dengan 2 orang anggota komunitas SITAPALA yang biasa berkegiatan pada fasilitas tersebut sejak saat kedua area masih beroperasi, fasilitas ini biasa digunakan 3 kali seminggu pada saat tidak ada perlombaan dan sebelum adanya pandemi. Pada saat terdapat kompetisi atau perlombaan, fasilitas ini bisa digunakan bahkan setiap hari, tergantung dengan kondisi cuaca.

#### 4.4.3 Fasilitas lapangan basket dan intensitas aktivitasnya

Fasilitas lapangan basket kedekatan jarak dengan area utara (gambar 4). Fasilitas ini secara umum merupakan area bermain basket yang bisa digunakan oleh semua pengunjung. Namun selain bisa digunakan oleh pengunjung, terdapat juga komunitas BCP (Bhakti City Park) yang secara khusus biasa melakukan kegiatan pada fasilitas ini. Berdasarkan wawancara dengan salah satu anggota komunitas, selain melakukan kegiatan seperti semestinya, komunitas ini juga memiliki rasa memiliki pada fasilitas ini dengan kerap memperbaiki infrastruktur jika kondisinya sudah rusak. Perbaikan tersebut antara lain berupa perbaikan ring basket maupun mengecat ulang paving lapangan. Komunitas ini tidak memiliki jadwal rutin yang pasti, kegiatan komunitas biasanya dilakukan pada *weekend* sabtu atau minggu pada waktu pagi atau sore hari.



#### 4.4.4 Fasilitas lapangan voli dan intensitas aktivitasnya

Fasilitas lapangan voli memiliki kedekatan jarak dengan area selatan (gambar 4). Berdasarkan pengamatan dan konfirmasi dari managerial taman kota ini. Lapangan voli biasa digunakan hanya pada waktu *weekend* atau sabtu dan minggu saja. Fasilitas ini bisa digunakan untuk beberapa kegiatan olahraga bergantung kepada kelompok mana yang lebih dahulu menggunakan. Kegiatan yang biasa dilakukan adalah bermain bola, *skateboard*, sepatu roda atau permainan voli sebagaimana fungsi sejatinya.

#### 4.4.5 Fasilitas bangunan sekretariat dan intensitas aktivitasnya

Fasilitas ini memiliki kedekatan jarak dengan area selatan (gambar 4). Fasilitas ini sendiri merupakan bangunan yang pada sebelum tahun 2019 merupakan ruangan sekretariat Forum Anak Kota Banjar dan tempat penyimpanan barang bagi Komunitas Perpustakaan Jalanan. Berdasarkan wawancara dengan anggota Forum Anak Kota Banjar. Ruang sekretariat forum ini sudah berpindah ke tempat lain diluar site. Sehingga setelah itu, intensitas kegiatan pada bangunan ini menjadi lebih rendah. Pun sama dengan Komunitas Perpustakaan Jalanan, komunitas ini sudah jarang melakukan kegiatan di taman kota ini, sejak adanya pandemi. Pada rentang waktu pengamatan penelitian, bangunan ini sama sekali tidak pernah ada aktivitas di dalamnya, dan cenderung terbengkalai. Data pengamatan ini sendiri dikuatkan oleh hasil wawancara terhadap managerial taman kota yang mengatakan bahwa untuk saat ini bangunan tersebut sudah sangat jarang digunakan.

Dari data terkait intensitas pada fasilitas-fasilitas tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas-fasilitas yang memiliki kedekatan dengan area utara memiliki intensitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan fasilitas-fasilitas pada area selatan. Selain daripada itu, Intensitas parkir pada area utara cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan area selatan dikarenakan kedekatannya dengan entrance menuju site. Hal-hal ini selaras dengan temuan awal bahwa kebanyakan pengunjung lebih banyak memiliki preferensi ke area utara dibandingkan area selatan dikarenakan salah satu faktornya adalah area utara memiliki persepsi *connectivity*/kedekatan dan aktivitas yang lebih baik dari bagian pembandingnya. Dari analisis ini sendiri dapat dikatakan bahwa persepsi yang paling mempengaruhi pengunjung dalam memilih area komersial adalah akibat dari persepsi tempat tersebut yang lebih dekat, baik itu dengan entrance dan fasilitas sekitar yang cenderung lebih fungsional. Hal ini menyebabkan area sekitarnya terkesan lebih ramai, dan mempengaruhi persepsi pengunjung umum lainnya untuk lebih memilih area yang lebih ramai tersebut.

### 5. Kesimpulan dan Reomendasi

Berdasarkan data yang didapatkan serta analisis dan pembahasannya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kecenderungan pengunjung adalah memilih area utara dibandingkan area selatan. Berdasarkan survei wawancara, 82,4% pengunjung lebih memilih mengunjungi area komersial utara dibandingkan area selatannya. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor persepsi mereka terkait dengan *connectivity*, *activity*, *image* dan *comfort*.
2. Tingkat kualitas ruang dan persepsi menurut pengunjung terhadap area utara dapat dikatakan lebih baik dibandingkan dengan area selatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan analisis bahwa area utara memiliki kedekatan jarak yang lebih dekat dengan semua entrance yang ada, kedekatan entrance juga berpengaruh terhadap pola aktivitas parkir yang cenderung lebih ramai di area utara. Selain itu fasilitas area utara memiliki intensitas yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan fasilitas pada area selatan, sehingga keberlangsungan dan image area utara lebih baik dibandingkan area selatan.
3. Kualitas ruang terbukti sangat berpengaruh untuk menjadikan sebuah ruang publik memiliki keberlangsungan. Semakin baik kualitas ruangnya maka semakin tinggi juga tingkat keberlangsungannya dan begitupun sebaliknya.

Rekomendasi yang sebaiknya dilakukan agar fenomena ini tidak terjadi lagi saat ada pengembangan atau revitalisasi adalah dengan menjadikan area selatan sebagai area khusus komunitas dengan fungsi non komersial. Area komunitas tersebut dapat berupa *community hub* atau dapat juga dijadikan *skateboard park*. Hal ini sendiri didasarkan saat ini terdapat minat yang cukup tinggi dengan adanya beberapa komunitas baik *skateboard* maupun sepatu roda yang telah ada dan biasa berkegiatan rutin pada taman kota ini, tetapi belum ada fasilitas khusus yang mewadahi. Dengan rekomendasi ini, area selatan akan jauh lebih memiliki intensitas aktivitas dan bahkan akan menciptakan daya tarik baru yang akan berpengaruh baik terhadap fungsi komersial yang ada. Terkait dengan faktor *connectivity*, meskipun fungsi rekomendasi ini jauh dengan *entrance site*, hal tersebut tidak akan menjadi masalah karena fungsi yang disediakan adalah fungsi non komersial yang tidak begitu berpengaruh terhadap jarak yang jauh dengan *entrance* yang ada.

## 6. Daftar Pustaka

- Ammirudin, F. (2021). Tiga Ruang Publik di Kota Banjar yang Paling Terkenal. *Tintaputih.net*. Diakses dari <https://www.tintaputih.net/wisata/pr-2721723670/tiga-ruang-publik-di-kota-banjar-yang-paling-terkenal>
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Aziz, A., & Ratriningsih, D. (2019). Penerapan Konsep Integrasi Antar Ruang Publik Pada Redesain Stasiun Kereta Api Pati. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 2(3), 200. <https://doi.org/10.17509/jaz.v2i3.17857>
- BanjarWeb-Info. (2014). Sport Center/Lapang Bakti Kota Banjar. *Seputarbanjarpatroman.Blogspot.Com*. Diakses dari <http://seputarbanjarpatroman.blogspot.com/2014/01/sport-centre-lapang-bakti-kota-banjar.html>
- Ernawati, J., Putri, A. Y., & Ramdani, S. (2017). Pola Aktivitas Pada Ruang Publik Taman Trunojoyo Malang. *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur Universitas Brawijaya*, 5(4), 1–8. <http://arsitektur.studentjournal.ub.ac.id>
- Google Inc. (2021). Google Maps: Ulasan Taman Kota Lapang Bhakti Kota Banjar diakses dari <https://www.google.com/maps/place/Lapang+Bhakti/@-7.3683164,108.535,15z/data=!4m7!3m6!1s0x0:0xca7ddc1507522b8e!8m2!3d-7.3683164!4d108.535!9m1!1b1>
- Gunawan, A. (2011). Persepsi Dan Preferensi Warna Dalam Lanskap. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.29244/jli.2011.3.2.%p>
- Hantono, D., Butudoka, Z., Prakoso, A. A., & Yulisaksono, D. (2019). Adaptasi Seting Ruang Pasar Jiung Terhadap Kehadiran Pasar Temporer Di Jalan Kemayoran Gempol Barat Jakarta. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 2(2), 75. <https://doi.org/10.17509/jaz.v2i2.13628>
- Hillier, B., Penn, A., Hanson, J., Grajewski, T., & Xu, J. (1993). Natural movement: or, configuration and attraction in urban pedestrian movement. *Environment & Planning B: Planning & Design*, 20(1), 29–66. <https://doi.org/10.1068/b200029>
- Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Kawasan Perkotaan, (2008).
- Project of Public Space. (2020). What Makes a Successful Society?. *Pps.Org*. [https://doi.org/10.1007/978-3-540-28645-5\\_35](https://doi.org/10.1007/978-3-540-28645-5_35)
- Rubianto, L., & Navastara, A. (2018). Karakteristik Ruang Kampung Tambak Asri Berdasarkan Pendekatan Placemaking. *Jurnal Teknik ITS*, 7(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v7i2.33680>
- Saputra, W., & Sarwadi, A. (2019). Persepsi Pengguna Terhadap Kualitas Ruang Terbuka Publik Pelataran Masjid Gedhe Kauman Melalui Pendekatan Placemaking. *Jurnal Arsitektur Dan Perencanaan (JUARA)*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.31101/juara.v2i1.872>
- Syafriny, R., Tondobala, L., Waani, J. O., & Warouw, F. (2013). Place Making Di Ruang Publik Tepi Laut. *Media Matrasain*, 10(1), 64–76.
- Wahyuni, S. (2019). Placemaking Sebagai Strategi Revitalisasi Kawasan Studi Kasus : Kawasan Pecinan Kota Makassar. *Jurnal Linears*, 1(2), 103–111. <https://doi.org/10.26618/j-linears.v1i2.1815>
- Wyckoff, M. A. (2014). Definition of Placemaking: Four Different Types. *Planning & Zoning News*, 1, np. [www.miplace.org](http://www.miplace.org).