

PENINGKATAN IDENTITAS TEMPAT PASAR TELO KARANGKAJEN YOGYAKARTA

Ani Hastuti Arthasari^{*}), M. Deni Iskandar, Yusril A. Hudhanto, Listia N. Ayu

^{*}) Corresponding author email : arthasari@amikom.ac.id

Prodi Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Amikom Yogyakarta

Article info

MODUL vol 22 no 2, issues period 2022

Doi : 10.14710/mdl.22.2.2022.109-118

Received : 8 July 2022

Revised : 29 November 2022

Accepted : 17 December 2022

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada identifikasi fisik lingkungan pasar, aktivitas (termasuk interaksi, konektivitas dan kohesi) yang khas dari pengguna, dan upaya meningkatkan identitas tempat secara fisik melalui arahan desain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui identifikasi fisik lingkungan pasar, aktivitas (termasuk interaksi, konektivitas dan kohesi) yang khas dari pengguna, serta upaya meningkatkan identitas tempat secara fisik melalui usulan perancangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif induktif. Dalam pembahasannya menggunakan pendekatan metode deskriptif. Tahap penelitian yang dilakukan pertama kali adalah membuat analisa fisik arsitektural yang ada di Pasar Telo Karangkajen. Kemudian melihat pola aktivitas pengguna pasar menggunakan pemetaan perilaku serta mendefinisikan kekhasan yang muncul dalam perilaku pengguna. Sehingga didapatkan identitas eksisting Pasar Telo Karangkajen. Tahapan terakhir adalah melakukan upaya peningkatan identitas yang ada melalui rancangan fisik arsitektural, termasuk pada penataan muka bangunan, street furniture, dan penanda. Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan perluasan studi kasus atas peminatan topik identitas tempat, serta untuk memberikan informasi mengenai hal-hal yang dapat diterapkan pada desain Pasar Telo Karangkajen untuk memperkuat kekhasan lokal setempat. Kondisi fisik arsitektural dapat ditangkap oleh panca indera (overt) mempengaruhi pengguna di Pasar Telo, hal ini juga didukung oleh adanya aktivitas sebagai hal yang tak nampak (covert) namun bisa dirasakan sebagai suatu kekhasan yang dapat meningkatkan identitas Pasar Telo Karangkajen.

Keywords: *place identity; identitas tempat; pasar tradisional; pasar telo*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penelitian tentang identitas tempat (*place identity*) banyak dilakukan dengan dilatarbelakangi pada kondisi hilangnya kekhasan (*distinctiveness*) yang menjadi pembeda antara satu tempat dengan tempat lainnya (Ernawaty, 2011). Sehingga diperlukan upaya-upaya untuk memunculkan atau mengembalikan kekhasan tempat-tempat tersebut.

Pasar Telo Karangkajen merupakan pasar tradisional yang menjual singkong dan ubi, berlokasi di Jalan Sisingamangaraja Karangkajen Yogyakarta. Pasar ini mulai ada sejak tahun 1957 dengan pedagang yang berasal dari sejumlah buruh gendong Pasar Ngasem yang telah beralih profesi. Keberadaan pedagang Pasar Telo Karangkajen sebagian besar karena turun temurun. Selama perkembangan pasar ini, ada masa penambahan dan pengurangan jumlah pedagang. Keberadaan aktifitas jual beli berlangsung di lokasi ini dalam kurun waktu yang cukup lama, sehingga secara alamiah lokasi Pasar Telo dapat tumbuh secara organik di Karangkajen.

Pasar ini merupakan satu-satunya pasar khusus yang memperdagangkan singkong dan ubi, sehingga dikategorikan ke dalam jenis pasar tradisional khusus. Secara kegiatan perdagangan sudah ada kekhasan di lokasi ini, yaitu pada komoditas dagangannya. Namun tidak demikian halnya pada wujud bangunannya saat ini.

Wujud bangunan fisik Pasar Telo Karangkajen bisa dibagi kedalam dua periode waktu, yaitu: (1) awal berdiri sampai revitalisasi dan (2) sejak revitalisasi sampai sekarang. Masa sebelum revitalisasi wujud bangunan berupa bangunan kios swadaya berdingding bata dan berlantai tanah serta berupa los berjajar. Citra bangunan yang muncul adalah kumuh dan kotor karena penutup bangunan berbahan kayu dan seng yang lapuk (Jogjakartanews.com, 2014). Masa setelah revitalisasi menjadikan wujud bangunannya lebih tertata meskipun secara fisik tidak ada pembeda dengan wujud kios modern yang tidak memiliki kekhasan. Penanda berupa

sculpture berbentuk singkong di bagian depan pasar menjadi salah satu upaya memasukkan identitas fisik sebagai pasar telo. Namun demikian tidak didapati identitas secara spesifik pada bangunan pasar telo, sehingga dianggap perlu untuk melakukan peningkatan identitas secara fisik pada bangunan agar dapat meningkatkan kekhasan.

Adanya perubahan fisik bangunan akibat kegiatan revitalisasi menyebabkan adanya adaptasi pembeli untuk menemukan penjual langganannya, namun interaksi penjual pembeli menjadi normal kembali pada bulan-bulan berikutnya (Sulchani, A, Hidayah, N., 2017). Hal ini mengindikasikan keterikatan (*bonding*) yang kuat antara penjual dan pembeli. Disamping itu juga mengindikasikan keterikatan pengguna pasar, baik pembeli atau penjual, dengan pasar sebagai wadah aktivitas. Keterikatan seseorang dengan lingkungan fisik yang ada disekitarnya bergantung pada rangkaian pengalaman konkret yang telah dialami orang tersebut (Lalli dalam Ernawati 2011).

Sebuah tempat sebagai lingkungan fisik dapat dikenali melalui panca indera, hal ini yang dimaknai sebagai identitas fisik sebuah tempat. Ketika tempat itu difungsikan maka akan ada aktivitas dari berbagai pengguna ruang. Adanya aktivitas individu pengguna tersebut akan memunculkan aktivitas sosial pengguna yang dapat berupa interaksi sosial, yang pada akhirnya akan memunculkan konektivitas sosial antar pengguna dan kohesi sosial berupa ikatan kuat antar pengguna (*social bonding*). Keterkaitan secara emosi itulah yang akan membawa pengguna kembali menggunakan tempat sebagai bagian dari tempat beraktivitas. Disinilah kemudian dapat dimaknai bahwa tempat tersebut memiliki *place identity* dan *place dependence* (Said, 2010)

Menarik untuk diketahui bahwa penelitian tentang lokus Pasar Telo Karangjajen (Indrapertiwi, C., Fajarwati, A., 2012; Sulchani, A, Hidayah, N., 2017) banyak dilakukan dengan fokus pembahasan pada aktivitas pengguna dan interaksi sosial. Berangkat dari hal tersebut, lokasi Pasar Telo dianggap memiliki keunikan aktivitas pengguna dimana aktivitas adalah salah satu faktor yang memiliki pengaruh kuat pada sebuah identitas tempat. Dengan penekanan pada penelitian keruangan arsitektural maka penelitian ini berfokus pada identifikasi fisik lingkungan pasar, aktivitas (termasuk interaksi, konektivitas dan kohesi) yang khas dari pengguna, dan upaya meningkatkan identitas tempat secara fisik melalui usulan perancangan.

Rumusan Permasalahan

Pasar Telo Karangjajen memiliki kekhasan pada jenis dagangannya dan aktivitas fisik di dalamnya, namun bukan pada wujud fisik bangunannya.

Bagaimana upaya peningkatan identitas tempat di Pasar Telo Karangjajen melalui rancangan arsitektural?

Tujuan Khusus

Untuk mengetahui identifikasi fisik lingkungan pasar, aktivitas (termasuk interaksi, konektivitas dan kohesi) yang khas dari pengguna, serta upaya meningkatkan identitas tempat secara fisik melalui usulan perancangan.

Urgensi Riset (keutamaan riset)

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan perluasan studi kasus atas peminatan topik identitas tempat, serta untuk memberikan informasi mengenai hal-hal yang dapat diterapkan pada desain Pasar Telo Karangjajen untuk memperkuat kekhasan lokal setempat.

TINJAUAN PUSTAKA

State of the Art

Penelitian yang dilakukan oleh Cristensia (2018) dengan judul Peningkatan Identitas Tempat Melalui Penataan Kawasan Perdagangan (Studi Kasus : Kawasan Bongkaran) berangkat dari ditemukannya kondisi yang mengalami penurunan pada identitas kawasan. Penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi identitas asli kawasan Bongkaran dengan cara melihat dan mengaitkan tiga aspek, yaitu kondisi fisik (dengan analisa *Walktrough* dan *Character Appraisal*), aktivitas (dengan *behaviour mapping*), dan makna kawasan (analisa dengan *stranger* dan *inhabitant*). Tahap selanjutnya adalah melakukan upaya peningkatan identitas asli dengan menggunakan metoda perancangan kota melalui desain penataan kawasan perdagangan terhadap (1) wujud bangunan, berupa upaya menghadirkan nuansa arsitektur kolonial, nusantara dan Tionghoa; (2) *figure ground*, dengan mengolah elemen void untuk menunjang aktivitas eksisting berupa kegiatan perdagangan; (3) ruang jalan, penataan ruang jalan; dan (4) jalur pejalan kaki, dengan menata dan menambah jalur pejalan kaki serta mengembalikan fungsi elemen *archade*. Metode yang digunakan Cristensia adalah deskriptif kualitatif menggunakan paradigma intersubjektif. Hasil berupa usulan desain penataan kawasan perdagangan.

Penelitian yang dilakukan Anggita (2020) dengan judul Revitalisasi Kampung Astawana Sebagai Upaya Memperkuat Identitas Cagar Budaya Betawi Condet berangkat dari adanya kondisi perkembangan yang dianggap bertentangan dengan nilai-nilai kawasan yang seharusnya ada. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil yang didapatkan adalah identitas tempat yang berkaitan dengan faktor *intangibile* (cerita leluhur, keterkaitan dengan tanah kelahiran, dan aktivitas budaya) masih kuat. Namun yang berkaitan dengan

faktor *tangibel* fisik arsitektural (pola permukiman dan figur rumah tradisional) memiliki identitas yang lemah dan sulit terdefinisi sebagai kawasan cagar budaya. Sehingga untuk memperkuat faktor fisik diperlukan renovasi untuk menghadirkan kembali elemen-elemen rumah tradisional.

Cristensia (2018) dan Anggita (2020) sama-sama mengusulkan perubahan pada setting fisik untuk meningkatkan dan memperkuat identitas tempat pada sebuah kawasan. Penelitian peningkatan tentang identitas tempat banyak dilakukan pada bangunan atau kawasan yang sudah memiliki kekhasan (citra) pada wujud bangunan, maupun pada bagian wilayah yang berperan dalam perkembangan sejarah kawasan atau kota.

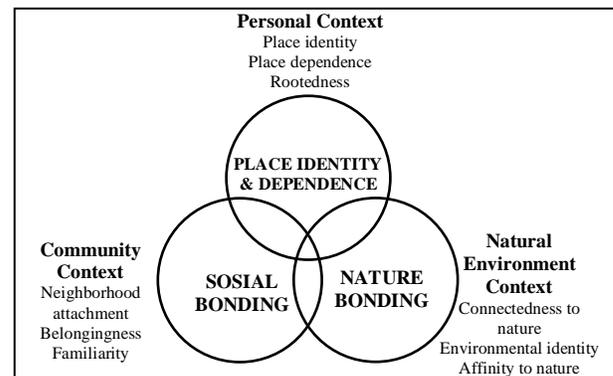
Sedangkan Indrapertiwi, dkk (2012) dan Sulchani (2017) memfokuskan pada setting aktivitas dan pengguna yang ada di Pasar Telo Karangajen. Penelitian yang terkait dengan identitas tempat yang berkaitan dengan studi perilaku pengguna tempat, menggunakan metode kualitatif.

Definisi Identitas Tempat

Tempat adalah ruang yang memiliki makna bagi penggunanya. Tempat merupakan interaksi antara pengguna, setting fisik, dan aktivitas yang terjadi pada setting lokasi tersebut (Ruback, Pandey & Kohli, 2008; Smaldone, Harris & Sanyal, 2005 dalam Ernawaty, 2011).

Sebuah tempat memiliki kondisi fisik yang dapat diterjemahkan melalui panca indera, hal ini yang dimaknai sebagai identitas fisik sebuah tempat (*identity of place*). Ketika tempat itu difungsikan maka akan ada aktivitas dari berbagai pengguna ruang. Adanya aktivitas individu pengguna tersebut akan memunculkan aktivitas sosial pengguna yang dapat berupa interaksi sosial, yang pada akhirnya akan memunculkan konektivitas sosial antar pengguna dan kohesi sosial berupa ikatan kuat antar pengguna (*social bonding*). Keterikatan secara emosi itulah yang akan membawa pengguna kembali menggunakan tempat sebagai bagian dari tempat beraktivitas. Disinilah kemudian dapat dimaknai bahwa tempat tersebut memiliki identitas tempat dan keterikatan tempat (Said, 2010).

Menurut Raymond, C.M., et al. (2010) identitas tempat dan keterikatan tempat berada dalam dimensi yang sama yang merupakan bagian perwujudan dari konteks personal. Hal ini dikarenakan keduanya memiliki keterkaitan personal yang sangat tinggi (erat) dengan sebuah tempat baik dalam hal yang bersifat simbolis (identitas) atau fungsional (keterikatan fungsi). Hal ini terlihat dalam Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Model *Place Attachment* (sumber: digambar ulang dari Raymond, C.M., et al.,2010)

Lebih jauh dijelaskan Raymond, C.M., et al. Bahwa identitas tempat (*place identity*) merupakan dimensi diri, berkaitan dengan perasaan tentang setting fisik yang spesifik dan keterkaitan simbolis terhadap suatu tempat yang dapat mendefinisikan tentang 'siapa'. Sedangkan keterikatan tempat (*place dependence*) adalah keterkaitan fisik suatu individu terhadap tempat sebagai setting yang berbasis pada keterkaitan fungsional ruang, misalnya hal-hal pengaturan fisik untuk mendukung agar fungsi ruang dapat berjalan sebagaimana yang diinginkan.

Sementara itu, keterikatan sosial (*social bonding*) adalah perasaan memiliki sebuah komunitas, termasuk teman dan kerabat, sebaik keterikatan emosi yang berdasarkan kesamaan sejarah/latar belakang, minat atau perhatian.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui identifikasi fisik lingkungan pasar, aktivitas (termasuk interaksi, konektivitas dan kohesi) yang khas dari pengguna, serta upaya meningkatkan identitas tempat secara fisik melalui usulan perancangan.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa hal-hal berikut:

- Hasil penelitian dapat digunakan untuk menggambarkan kekhasan suatu tempat melalui aktivitas yang diwadahi.
- Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam merancang bangunan dengan fungsi sejenis, yaitu pasar tradisional khusus.

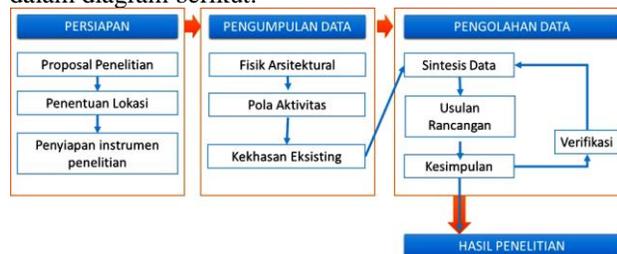
Hasil penelitian juga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menyusun kebijakan terkait pengembangan pasar tradisional khusus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif induktif. Dalam pembahasannya menggunakan pendekatan metode deskriptif.

Tahap penelitian yang dilakukan pertama kali adalah membuat analisa fisik arsitektural yang ada di Pasar Telo Karangkajen. Kemudian melihat pola aktivitas pengguna pasar menggunakan pemetaan perilaku serta mendefinisikan kekhasan yang muncul dalam perilaku pengguna. Sehingga didapatkan identitas eksisting Pasar Telo Karangkajen. Tahapan terakhir adalah melakukan upaya peningkatan identitas yang ada melalui rancangan fisik arsitektural, termasuk pada penataan muka bangunan, *street furniture*, dan penanda.

Penelitian dimulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, dan perumusan hasil penelitian. Tahapan-tahapan tersebut digambarkan dalam diagram berikut.



Gambar 2. Tahapan Penelitian (Penulis, 2022)

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi terhadap kondisi fisik eksisting Pasar Telo Karangkajen untuk mencatat identitas fisik yang dapat dirasakan dengan panca indera. Selain itu juga dilakukan observasi terhadap pengguna pasar dengan menggunakan alat pemetaan perilaku, antara lain dengan mengamati waktu (durasi) dan cara interaksi, juga konsentrasi kepadatan ruang. Preferensi waktu untuk melakukan observasi adalah pada pagi hari (pukul 6.00-8.00 wib), siang hari (11.00-13.00 wib) dan sore hari (16.00-18.00 wib).

Disamping observasi langsung, dilakukan juga wawancara untuk melakukan kroscek data. Wawancara dilakukan terhadap pedagang dan pembeli maupun pengunjung Pasar Telo Karangkajen, untuk digunakan sebagai alat kroscek data hasil observasi.

Dalam melakukan observasi tersebut, memerlukan instrumen-instrumen sebagai berikut: (1) Alat tulis, untuk merekam hasil observasi (sketsa dan catatan), dan (2) kamera untuk merekam data dan hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metoda analisis deskriptif berdasarkan data primer yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara. Analisis dilakukan

terhadap fisik arsitektural, pola aktivitas, serta kekhasan perilaku pengguna pasar. Hasil analisis digunakan sebagai dasar desain arsitektural sebagai upaya peningkatan identitas tempat, yang meliputi penataan muka bangunan, *street furniture*, dan penanda.

Lokasi Penelitian

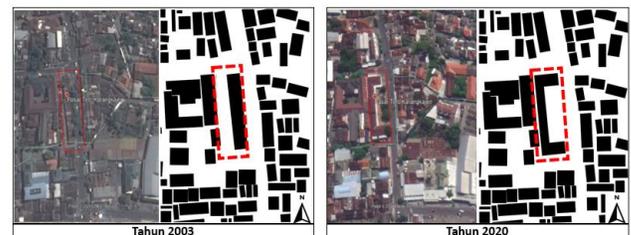
Penelitian berlokasi di Pasar Telo Karangkajen Yogyakarta yang terletak di Jalan Sisingamangaraja, Karangkajen, Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta.

HASIL

Penelitian ini menstrukturkan hasil pengamatan dan membahasnya menjadi tiga sub pokok bahasan, yaitu (1) identifikasi fisik lingkungan pasar, (2) aktivitas (termasuk interaksi, konektivitas dan kohesi) yang khas dari pengguna, serta (3) upaya peningkatan identitas tempat secara fisik melalui usulan perancangan.

Identifikasi Fisik Arsitektural

Identifikasi fisik lingkungan dimulai dengan melihat tentang morfologi bentuk pasar sebelum tahun 2014 dan setelah renovasi tahun 2014, dimana terdapat perbedaan bentuk naungan dan pelingkup ruang secara umum. Sedangkan jika dilihat dari posisi massa bangunan terhadap site, bangunan setelah renovasi terlihat memiliki setback yang lebih rasional dibandingkan massa bangunan sebelum tahun 2014. Hal ini terlihat dalam gambar 3 berikut.



Gambar 3. Morfologi Solid-Void (Penulis, 2022)

Perubahan setelah renovasi tahun 2014 tidak hanya terjadi pada *set-back* saja, tapi juga bentuk dan massa bangunan secara keseluruhan. Gambaran perubahan bentuk fisik arsitektural tersebut pada sebelum dan sesudah tahun 2014 serta kondisi saat ini dijabarkan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Perubahan Bentuk dan Massa Bangunan Pada Aspek Bentuk Fisik (Penulis, 2022)

ASPEK BENTUK FISIK	Sebelum 2014	Setelah 2014 (setelah renovasi)	Keterangan kondisi saat ini
Ketinggian	1 lantai	2 lantai	Terjadi penambahan lantai bangunan, dimana kegiatan

			jual beli tetap berada pada lantai 1, sedangkan lantai 2 digunakan untuk kegiatan pengelolaan pasar.
	Sumber: Jogjaneews.com dan Wikimapia, Diakses pada 2020	Sumber: Dokumentasi, 2020	
Pemunduran (<i>Setback</i>)	1-2 meter Massa bangunan sangat dekat dengan sisi jalan raya di sebelah timur bangunan.	3 meter pada sayap kiri kanan 10 meter pada bangunan. Massa bangunan dimundurkan maksimal ke bagian barat, sehingga memungkinkan setback yang lebih besar.	Penambahan setback bangunan untuk menormalisasi jarak sempadan bangunan, dan mewardahi kegiatan bongkar muat barang tanpa mengganggu lalu lintas jalan raya.

Tabel 2. Perubahan Bentuk dan Massa Bangunan Pada Penampilan dan Konfigurasi Bangunan (Penulis, 2022)

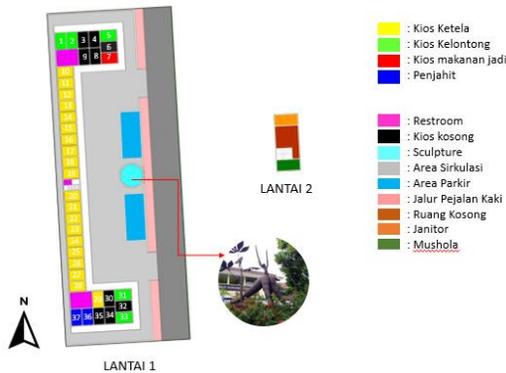
PENAMPI LAN DAN KONFIGURASI RASI BANGUNAN	Sebelum 2014	Setelah 2014 (setelah renovasi)	Keterangan kondisi saat ini
Kepejalan (bulk)	Bangunan berderet dengan banyak rongga	Bangunan pejal dan masif	Bangunan masif tapi memiliki setback yang besar, sehingga dapat mengurangi kepejalan.
Warna	Warna alami kayu dan bata merah. Cenderung terlihat gelap.	Warna hijau lemon, warna cerah	Warna bangunan terang dan mencolok, berbeda dengan (warna) bangunan di sekitarnya sehingga bangunan pasar menjadi lebih mudah dikenali.
			Sumber: Dokumentasi, 2020
	http://jogjakartaneews.com/baca/2014/01/17/71/pasar-telo-riwayatmu-kini		
Material	Kayu dan bata merah tanpa plester. Atap material genteng tanah liat dan seng.	Dinding permanen dari batu bata plester finishing cat. Kolom beton bertulang	Dinding permanen dari batu bata plester finishing cat. Kolom beton bertulang.

PENAMPI LAN DAN KONFIGURASI RASI BANGUNAN	Sebelum 2014	Setelah 2014 (setelah renovasi)	Keterangan kondisi saat ini
		berukuran 25x25 cm. Atap material genteng.	Atap material genteng.
Tekstur	Tekstur bangunan kasar, tampak pada permukaan muka bangunan dan pada permukaan lantai tanah di dalam kios.	Tekstur halus tampak dari finishing dinding dan lantai, serta pada perkerasan halaman.	Tekstur halus tampak dari finishing dinding dan lantai, serta pada perkerasan halaman.
		https://id.foursquare.com/v/pasar-telo-karangkajen/4e17ba661f6eb95598738736	
Fasad	Memanjang. Fasad bangunan tidak tertutup oleh pagar.	Fasad memanjang terbagi dalam konfigurasi badan, sayap kanan kiri dan kepala.	pagar batu bata di sisi kanan, kiri, dan belakang dan pagar besi di sisi depan. Pagar batu bata diberi lapisan cat senada dengan warna bangunan pasar dan pagar besi di sisi depan terdapat kolom dengan stilasi atap Joglo khas Jawa. Gapura semi permanen dengan material kerangka besi dan papan logam yang kondisinya kurang baik
Gaya bangunan (style)	Vernakuler, semi permanen.	Modern, permanen	Modern, permanen

Secara umum kondisi bangunan saat ini berupa bangunan modern dengan adopsi tradisional. Menggunakan atap berbentuk limasan. Kios-kios permanen berjajar dengan ukuran tiap kios 6 meter

persegi, dengan bagian muka 2 meter dan menjorok ke dalam 3 meter.

Kios ketela dan ubi berada pada sisi utama di bagian tengah bangunan, sedangkan pada sayap utara dan selatan digunakan untuk mewedahi penjualan barang selain ketela & ubi, atau bahkan untuk jasa lain. Di sayap utara dan selatan ini ditemui sejumlah kios dalam kondisi kosong. Persebaran fungsi terlihat dalam gambar berikut.



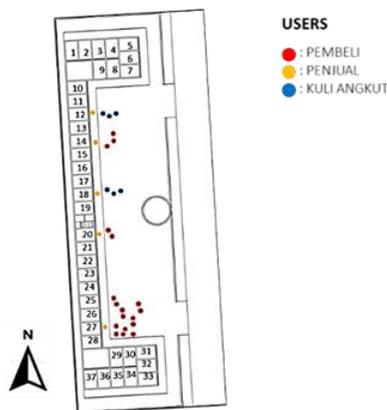
Gambar 4. Persebaran Fungsi Eksisting (survey, 2020)

Identifikasi Aktivitas

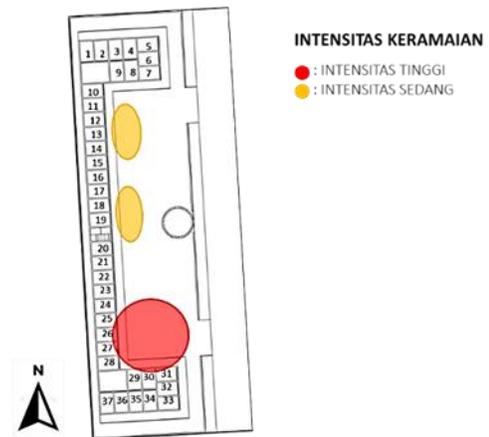
Aktivitas di Pasar Telo berjalan dari pagi sampai malam, paling banyak ditemui aktivitas dari pukul 05.00 wib sampai dengan pukul 20.00 wib. Meskipun di luar waktu tersebut kadang masih terlihat aktivitas penjualan.

Pengamatan terhadap pola aktivitas (interaksi, konektivitas dan kohesi) yang khas dari pengguna menggunakan pemetaan perilaku, mengamati durasi waktu dan cara interaksi, juga konsentrasi kepadatan ruang. Preferensi waktu untuk melakukan observasi adalah pada pagi hari (pukul 6.00-8.00 wib), siang hari (11.00-13.00 wib) dan sore hari (16.00-18.00 wib).

Berdasarkan pemetaan terhadap pelaku dan aktivitas terlihat bahwa intensitas keramaian yang tinggi berada pada area selatan.



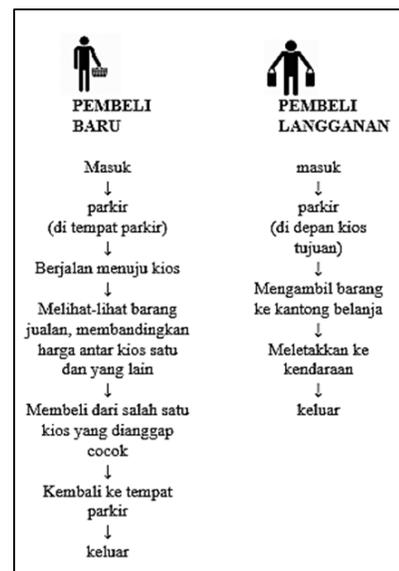
Gambar 5. Pemetaan Pelaku Aktifitas (survey, 2020)



Gambar 6. Diagram Intensitas Keramaian (survey, 2020)

Pembeli yang ada di pasar bisa diidentifikasi menjadi dua macam, yaitu pembeli baru dan pembeli langganan. Berdasarkan hasil pengamatan, aktivitas yang dilakukan berbeda diantaranya keduanya. Hal ini terlihat dalam gambar 7.

Terdapat situasi yang khas yang terjadi pada saat aktivitas berlangsung, yang dapat dibagi ke dalam beberapa hal, yaitu (1) jenis dan cara melakukan percakapan, (2) bahasa ketika bertransaksi dan berinteraksi, (3) kohesi sosial, dan (4) konektivitas sosial. Keempat hal tersebut dalam konsep identitas tempat merupakan unsur *intangibile (covert)* yang mendukung lingkungan fisik yang mewedahi aktivitas (*overt*). Baik *covert* dan *overt* akan mempengaruhi seberapa besar identitas tempat yang dapat muncul dari bangunan atau kawasan bangunan.



Gambar 7. Aktivitas Pembeli (survey, 2020)

Dalam konteks Pasar Telo, unsur-unsur covert tersebut dapat dilihat dalam tabel 3 berikut.

Tabel 3. Unsur Covert (Penulis, 2022)

Unsur Covert	Hasil Amatan	Kekhasan
Percakapan Jual Beli	Pembeli Langganan langsung mengucapkan berapa banyak yang akan dibeli. Menggunakan Bahasa daerah <i>Jawa Ngoko</i>	Pembeli: " <i>Telane limang kilo.</i> " Penjual: mengambilkan ketela dan memasukkan ke tas belanja pembeli.
	Pembeli baru akan menanyakan dulu harga dari Menggunakan Bahasa daerah <i>Jawa Krama</i>	Pembeli: " <i>Reginipun pinten niki Bu?</i> " (sambil menunjuk barang dagangan) Penjual: " <i>Sing endi?</i> " Pembeli: " <i>Sing niki pinten?</i> " (menunjuk jenis A), <i>sing niki pinten?</i> (menunjuk jenis B) "
Percakapan antar pembeli saat mengantri/menunggu	Pembeli Langganan: antar pembeli yang sudah sering datang ke Pasar Telo, percakapan menggunakan bahasa <i>Jawa Ngoko</i> . Topik percakapan biasanya sebenarnya hanya hal sepele, namun karena keakraban yang terjadi karena sering bertemu sehingga menjadi sesuatu yang penting untuk diperbincangkan.	Pembeli A: " <i>Aku mau weruh kowe</i> " Pembeli B: " <i>Weruh nandi?</i> "
	Percakapan dengan pembeli yang baru sekali ditemui menggunakan bahasa <i>Jawa Ngoko</i> atau <i>Krama</i> , topik percakapan untuk membangun keakraban.	Pembeli A: "Omahmu ndi pak?" Pembeli B: "Omahku neng"
Interaksi Sosial dan Transaksi	Komunikasi saat berinteraksi dan bertransaksi pada umumnya dilakukan dengan menggunakan bahasa Jawa.	Bahasa <i>Jawa Ngoko</i> digunakan untuk bercakap dengan orang yang sudah dikenal baik, dengan teman. Bahasa <i>Jawa Karama</i> biasanya digunakan untuk bercakap dengan orang yang lebih tua maupun orang yang belum terlalu dikenal.

Unsur Covert	Hasil Amatan	Kekhasan
Kohesi Sosial	Kohesi soasial terjadi jika diantara orang per orang terjadi ikatan yang kuat. Dengan demikian akan memunculkan rasa saling percaya diantara penjual, antara penjual dan pembeli, dan antar pembeli.	Contoh yang terjadi dengan adanya keterikatan: (1) antar penjual saling bertukar kembalian tanpa permisi, (2) pembeli selalu membeli dagangan kepada penjual langganannya.
Konektivitas Sosial	Pasar Telo menjadi sebuah tempat/wadah menjalin konektivitas, untuk saling mengenal diantara beragam komunitas, meningkatkan keterikatan antar pengguna/pelaku yang dalam kesehariannya selalu ada di Pasar Telo.	Berkomunikasi menggunakan <i>gesture</i> dan <i>signal</i> tertentu yang hanya dimengerti oleh orang-orang yang ada di tempat tersebut.

Tanggapan Kondisi Fisik Arsitektural (Overt), Aktivitas (Covert) Terhadap Prinsip Identitas Tempat

Terdapat empat prinsip identitas yang dikemukakan oleh Breakwell (1992) yaitu kontinuitas (*continuity*), harga diri (*self-esteem*), efikasi diri (*self-efficacy*), dan kekhasan (*distinctiveness*). Masing-masing prinsip identitas ini akan dijabarkan sesuai kondisi fisik arsitektural pada wujud dan massa bangunan, serta kondisi aktivitas (pelaku, percakapan, interaksi sosial dan transaksi, kohesi sosial, dan konektivitas sosial) yang ada di Pasar Telo sesuai hasil pengamatan.

Tabel 4. Hasil Pengamatan Terhadap Identitas Tempat (Penulis, 2022)

Prinsip Identitas Tempat	Indikator	Hasil Pengamatan
Kontinuitas	Karakter suatu tempat sama dengan yg terdahulu	Nilai-nilai Pengalaman personal (nostalgia, kenangan), familiar Wujud dan massa bangunan mengalami perubahan, kesan bangunan terdahulu kurang terlihat. Karakter perletakan kios masih sama, yaitu berderet. Komoditi dagangan utama tidak ada perubahan, yaitu ketela dan ubi. Lokasi sama Model penjualan masih dilakukan secara tradisional, transaksi langsung antara penjual dan pembeli.
Harga diri	Persepsi positif, rasa bangga	Bangga, Rasa memiliki Keterikatan dengan tempat tidak terlalu mencolok.

Prinsip Identitas Tempat		Indikator	Hasil Pengamatan
		Ikatan emosional.	Keterikatan antara penjual dan pembeli terlihat dalam beberapa tingkatan.
Efikasi diri	Mampu memfungsikan dirinya dalam lingkungan dan situasi sosial tertentu	Nyaman, Percaya diri.	
Kekhasan	Berbeda dan dapat dibedakan dari tempat lain	Kekhususan, unik	Wujud bangunan modern, sama dengan bangunan lain di sekitar lokasi. Komoditi (barang dagangan) khas. Sculpture berbentuk ubi. Perlengkapan (wadah) ubi berupa <i>bronjong</i> bambu. Bahasa transaksi banyak yang menggunakan bahasa daerah (bahasa Jawa <i>ngoko</i> dan <i>krama inggil</i>). Poster informasi dibuat dalam bahasa daerah (Bahasa Jawa)

Tabel 5. Pendekatan Peningkatan Identitas Dalam Prinsip *Continuity* (Penulis, 2022)

Prinsip Identitas Tempat	Elemen	Ya	Tidak	Pendekatan Peningkatan Identitas
	Wujud & massa		•	Memberikan penambahan elemen arsitektural pada wujud bangunan agar dapat memunculkan kesan bangunan terdahulu.
Kontinuitas	Perletakan	•		Mempertahankan tatanan berderet untuk ruang-ruang kios.
	Komoditi	•		Mempertahankan homogenitas komoditi/jenis dagangan.
	Lokasi	•		Mempertahankan

Prinsip Identitas Tempat	Elemen	Ya	Tidak	Pendekatan Peningkatan Identitas
				posisi letak pasar, karena proses kemunculan dan perkembangan yang organik membuat keberadaan pasar lebih kuat, dan kontinuitas terjaga.
	Model transaksi	•		Mempertahankan model transaksi langsung, namun tidak menutup kemungkinan akan berkembang dengan model transaksi lain.

Tabel 6. Pendekatan Peningkatan Identitas Dalam Prinsip *Self-esteem* (Penulis, 2022)

Prinsip Identitas Tempat	Elemen	Ya	Tidak	Pendekatan Peningkatan Identitas
	Manusia dengan tempat		•	Memunculkan keterikatan antara pengguna dengan tempat, dengan mengupayakan kenyamanan. Upaya peningkatan kenyamanan secara arsitektural dapat dibuat melalui kenyamanan sirkulasi dan kenyamanan bangunan.
Harga diri				
	Manusia dengan manusia	•		Mempertahankan kondisi komunikasi dan bonding antar penjual dan pembeli, serta penjual dan penjual.

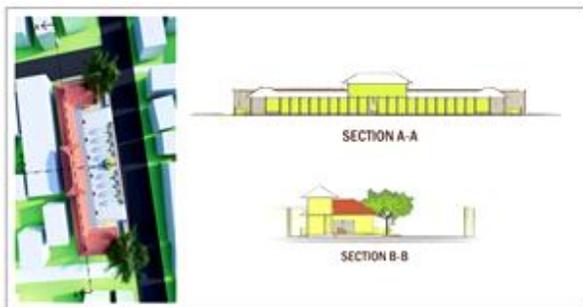
Tabel 7. Pendekatan Peningkatan Identitas Dalam Prinsip *Self-efficacy* (Penulis, 2022)

Prinsip Identitas Tempat	Elemen	Ya	Tidak	Pendekatan Peningkatan Identitas
Efikasi diri	Manusia dengan lingkungan	•		Tidak ada

Tabel 8. Pendekatan Peningkatan Identitas Dalam Prinsip *Distinctiveness* (Penulis, 2022)

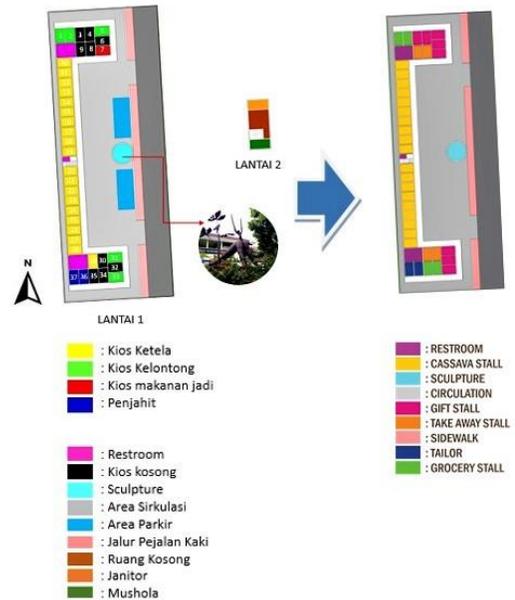
Prinsip Identitas Tempat	Elemen	Ya	Tidak	Pendekatan Peningkatan Identitas
	Wujud & massa		•	Memberikan penambahan elemen arsitektural pada wujud bangunan agar memunculkan kekhasan.
	Komoditi	•		Mempertahankan homogenitas komoditi, membatasi jenis dagangan selain ketela dan ubi.
Kekhasan	Sculpture	•		Mempertahankan bentuk sculpture yang sudah ada.
	Perlengkapan	•		Mempertahankan penggunaan <i>bronjong</i> bambu untuk <i>display</i> dan media angkut.
	Bahasa penanda	•		Mempertahankan penggunaan penanda yang mempunyai nilai lokalitas.
	Bahasa transaksi	•		Mempertahankan lokalitas bahasa transaksi.

Tanggapan Usulan Desain Arsitektural



Gambar 8. Usulan Site Plan dan Potongan Bangunan (Penulis, 2022)

Mengusulkan re-zoning untuk mengoptimalkan fungsi ruang sebagaimana gambar berikut.



Gambar 9. Usulan Re-zoning Bangunan Pasar Telo (Penulis, 2022)

Upaya peningkatan identitas tempat menggunakan pendekatan seperti yang dirinci dalam tabel 5-8, sehingga mengarah pada usulan konkret berupa arahan desain pada kios oleh-oleh, kios makanan, keranjang display, saluran drainase, peningkatan material pada area loading dan parkir, vegetasi di area pasar, pergola, bangku, dan tanaman hias, rambu masuk dan keluar, serta peningkatan lokalitas papan nama pasar. Rincian arahan desain tersebut dapat dilihat dalam Tabel 9 berikut.

Tabel 9 Arahan Desain Spot Peningkatan Identitas Tempat (Penulis, 2022)

No.	Peningkatan Identitas Tempat yang Diharapkan	Peningkatan pada Prinsip
1	KIOS OLEH-OLEH MAKANAN KHAS Memaksimalkan ruang-ruang kios yang kosong dimanfaatkan sebagai kios oleh-oleh makanan khas yang terbuat dari ketela dan ubi. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat identitas Pasar Telo melalui <i>branding</i> produk olahan. Meningkatkan prinsip <i>distinctiveness</i> .	Kekhasan
2	KIOS MAKANAN Memaksimalkan ruang-ruang kios yang kosong dimanfaatkan sebagai kios makanan siap saji, yang dapat dinikmati sambil menikmati suasana Pasar Telo. Melalui hal ini diharapkan dapat meningkatkan <i>bonding</i> terhadap tempat dan meningkatkan <i>self-esteem</i> sebagai salah satu prinsip identitas tempat.	Harga diri
3	KERANJANG DISPLAY BARANG DAGANGAN Membuat kotak pajangan barang	Kontinuitas, Efikasi diri

	dagangan dengan ornamen daun ketela, disamping itu juga tetap mempertahankan penggunaan <i>bronjong</i> bambu untuk mempertahankan kekhasan suasana dan material yang digunakan. Mempertahankan kontinuitas suasana tradisional.	
4	SALURAN DRAINASE Penambahan saluran drainase dan perlu desain penutup drainase	Harga diri
5	PENINGKATAN MATERIAL PADA AREA LOADING DAN PARKIR	Harga diri
6	VEGETASI Merapikan perletakan vegetasi dengan menambah jenis tanaman bunga serta menempatkan pohon pada sisi kiri dan kanan untuk membuat framing fasad.	Harga diri, Efikasi diri
7	PERGOLA, BANGKU, DAN TANAMAN HIAS Menempatkan pergola dengan bentuk daun ubi untuk memberikan kesan, membuat pengulangan (repetisi bentuk) daun ubi pada elemen-elemen arsitekturalnya (pada pergola, penutup drainase dan keranjang display). Penempatan pergola, jajaran bangku, dan pot tanaman hias diusulkan untuk menggantikan pagar masif yang saat ini ada. Untuk memperkuat kenyamanan dan memperkuat bonding konektivitas pasar dengan lingkungan sekitarnya.	Harga diri
8	RAMBU MASUK DAN KELUAR Membuat dan mempertegas signage masuk dan keluar. Hal ini dimaksudkan untuk memperbaiki sirkulasi, sehingga alur kendaraan bisa dibuat lebih teratur.	Efikasi diri
9	PENAMBAHAN HURUF (AKSARA) JAWA Papan nama Pasar Telo di bagian tengah atas diberi tambahan aksara Jawa untuk tujuan mempertahankan kebudayaan.	Kontinuitas

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kondisi fisik arsitektural dapat ditangkap oleh panca indera (*overt*) mempengaruhi pengguna di Pasar Telo, hal ini juga didukung oleh adanya aktivitas sebagai hal yang tak nampak (*covert*) namun bisa dirasakan sebagai suatu kekhasan yang dapat mengantarkan pada Identitas Pasar Telo. Baik *overt* dan *covert* dimaknai dengan prinsip identitas tempat memunculkan hal-hal mana saja yang sudah baik dan sesuai dengan prinsip identitas tempat dan akan dipertahankan. Sedangkan dalam hal bentuk dan massa bangunan terdapat hal-hal yang perlu ditingkatkan untuk menajamkan identitas tempat. Sehingga usulan desain berupa rezoning serta detail desain pada elemen-elemen arsitektural, diantaranya ruang kios, keranjang display, vegetasi, drainase, *street furniture*, dan fasad bangunan dapat meningkatkan identitas tempat Pasar Telo Karangkajen.

Saran

Penelitian selanjutnya mencari keterhubungan antara identitas tempat dengan keterikatan tempat dan

budaya dari Komunitas Pedagang dan Pembeli di Pasar Telo Karangkajen Yogyakarta.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Breakwell, G.M., (1992) *“Processes of self-evaluation: Efficacy and Estrangement”*
- Criestensia, G. E. (2018) “Peningkatan Identitas Tempat Melalui Penataan Kawasan Perdagangan (Studi Kasus : Kawasan Bongkaran)”, Program Magister Bidang Keahlian Perancangan Kota Departemen Arsitektur Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan Institut Teknologi Sepuluh Nopember, http://repository.its.ac.id/52311/1/081116500300/08-Master_Thesis.pdf
- Ermawati, J., (2011) “Faktor-Faktor Pembentuk Identitas Suatu Tempat”. Local Wisdom Scientific Online Journal Volume III Nomor 2 pp01-09, <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/lw/article/view/1391>
- Indrapertiwi, C., Fajarwati, A (2012) “Eksistensi Kawasan Pasar Telo Karangkajen (PTK) dan Penghidupan Masyarakat Pedagang Ketela di Yogyakarta”, Jurnal Bumi Indonesia Volume 1 Nomor 2, retrieved from <http://lib.geo.ugm.ac.id/ojs/index.php/jbi/article/view/7>
- Raymond, C.M., et al. (2010) *“The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections”*, Journal of Environmental Psychology 30 p.422-433.
- Said, Ismail (2020) *Noesis and Noema of Street Markets in Indonesia and Malaysia*, Workshop Project Handout.
- Sulchani, A, Hidayah, N. (2017) “Interaksi Sosial Para Pedagang Ketela di Pasar Telo Karangkajen (PTK) Yogyakarta”, E-Societas Volume 6 Nomor 1, <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/8895>
- Pasar Telo Riwayatmu Kini, <http://jogjakartanews.com/baca/2014/01/17/771/pasar-telo-riwayatmu-kini> 17 Januari 2014 diakses 10 Maret 2020.
- Ginting, N., 2013, Identitas Tempat dan Pengaruhnya Terhadap Pariwisata Heritage, Studi Kasus Kota Medan Indonesia, JurnalSemitech Vol.01 - No.01—Nopember 2013 ISSN No. 2337-3644