

TEKNOLOGI

LAPORAN HASIL PENELITIAN FUNDAMENTAL



DIMENSI EVALUATIF PLACE IDENTITY DI PERKOTAAN

Oleh :

Dr. Ir. Jenny Ernawati, MSP
Triandriani Mustikawati, ST, MT

Dibiayai Oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional, melalui DIPA Universitas Brawijaya berdasarkan SK Rektor Nomor:

0208/2009, tanggal 11 Februari 2009

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
NOPEMBER 2010

HALAMAN PENDAHULUAN
LAPORAN HASIL PENELITIAN FUNDAMENTAL

1. **Judul Penelitian** : **Minerale Ekskavasi Puncak (Study) di Perumahan**
2. **Ketua Peneliti**
- a. **Nama Lengkap** : **Dr. Ir. Jenny Ernawati, MSP**
 - b. **Jenis Kelamin** : **Perempuan**
 - c. **NIP** : **19621223 198802 2 001**
 - d. **Pangkat/Golongan** : **Penata Tk. 1 / III d**
 - e. **Jabatan Fungsional** : **Lektor**
 - f. **Fakultas/ Jurusan** : **Teknik / Arsitektur**
 - g. **Perguruan Tinggi** : **Universitas Brawijaya**
 - h. **Pusat Penelitian**
3. **Jumlah Tim Peneliti** : **1 (satu) orang**
4. **Lokasi Penelitian** : **Siwa Malang**
5. **Perencanaan dengan metode lain**
- a. **Survei**
 - b. **Aspal**
6. **Masa Penelitian** : **1 bulan**
7. **Biaya yang diperlukan** : **Rp. 28.000.000,-**
(Dua Puluh Delapan Juta Rupiah)



Malang, 21 Desember 2019
Ketua Peneliti,

NIP: 19621223 198802 2 001



Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali dimensi yang mendasari evaluasi masyarakat *place identity* (identitas suatu tempat sebagaimana yang dirasakan oleh seseorang) dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Lebih jauh penelitian ini juga dimaksudkan untuk menggali aspek-aspek lokal di perkotaan yang menjadi prediktor pengidentifikasian suatu tempat (*place identity*).

Konsep *place identity* dievaluasi berdasarkan 5 aspek: *continuity*, *attachment*, *evaluation*, *internal*, dan *external*. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menggunakan kuisioner yang dibagikan secara acak kepada responden. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis *chi-square* dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Kota Malang mengidentifikasikan dirinya dengan komunitas dan lingkungan fisik Kota Malang dengan baik. Selanjutnya penelitian ini menemukan ada 3 dimensi evaluatif *place identity*, yaitu Evaluasi Internal, Evaluasi Eksternal, dan komitmen. Secara bersama-sama ketiga faktor tersebut memberikan kontribusi 51.6% yang menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap terbentuknya *place identity*. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa lama tinggal di suatu tempat berpengaruh terhadap terbentuknya *place identity*.

Kata kunci: Dimensi evaluatif, identitas tempat, area urban

Evaluative Dimensions of Place Identity in Urban Area

Abstract

This research aims to identify salient underlying dimensions of place identity. The term place identity is understood as the identity of places or environments as perceived by individuals. Furthermore, this study is also meant to identify residential factor, such as length of residence, which have an influence on place identity.

The concept of place identity was used to identify the underlying dimensions of place identity. These include continuity, attachment, evaluation, internal, and external evaluation. The study employed survey method with self administered questionnaire using Likert scale as research instrument. Two hundred and forty respondents were randomly selected as participants based on the telephone user list.

Mean score analysis, factor analysis, regressions model and chi-square analysis were employed to answer the research questions. Results indicated that people have well identification with the place or town where they live. Research findings show further that there are three underlying dimensions of place identity: Internal Evaluation, External Evaluation, and commitment. The three factors count for 51.6% of the variance of place identity evaluations. This study further found that type of residential ownership, place of birth and length of residence, have influence on place identity.

Keywords: Place identity, evaluative dimensions, urban identity

KATA PENGANTAR

Penelitian Fundamental merupakan penelitian berorientasi mendasar yang ditujukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Penelitian Fundamental dilakukan tidak untuk menghasilkan produk dalam waktu singkat, tetapi lebih mengarah untuk menghasilkan modal ilmiah yang dapat ditumbuhkembangkan menjadi landasan bagi penelitian terapan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali dimensi yang mendasari evaluasi masyarakat terhadap *place identity* (identitas suatu tempat sebagaimana yang dirasakan oleh seseorang) dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Lebih jauh penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengeksplorasi aspek-aspek lokal di perkotaan yang menjadi prediktor pengidentifikasian suatu tempat (*place identity*).

Secara konseptual, dimensi evaluatif yang dihasilkan penelitian ini memberikan kontribusi pada disiplin ilmu Environment, Behaviour, and Society khususnya bidang ilmu psikologi lingkungan. Dimensi evaluatif tersebut memberikan kontribusi yang sangat penting sebagai dasar teoritik bagi bidang ilmu lain yang berkaitan dengan bidang ilmu arsitektur serta perencanaan dan perancangan kota, khususnya dalam pengembangan teori identitas suatu tempat (*place identity*) yang merupakan dasar teori pembentukan karakter kota.

Surabaya, 21 Oktober 2020

Peneliti

4.3.1	Metode Pemilihan Sampel	121
4.3.2	Instrumen Penelitian dan Variabel Penelitian	122
4.3.3	Prosedur Penelitian	123
4.4	Metode Analisis	124
BAB V GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI		
5.1	Gambaran Umum Kota Malang sebagai Wilayah Studi	125
5.1.1	Wilayah Administrasi	126
5.1.2	Jumlah dan Kepadatan Penduduk	127
5.1.3	Kondisi Fmik Dasar	128
5.1.4	Peninggalan Bersejarah di Kota Malang	129
5.1.5	Ruang Terbuka Hijau	130
5.2	Gambaran Area Studi	131
5.2.1	Kecamatan Blimbing	132
5.2.2	Kecamatan Klojen	133
5.2.3	Kecamatan Kumbesari	134
5.2.4	Kecamatan Lowokwaru	135
5.2.5	Kecamatan Sukun	136
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN		
6.1.	Karakteristik Responden	137
6.1.1	Jenis Kelamin	138
6.1.2	Usia Responden	139
6.1.3	Tingkat Penghasilan	140
6.1.4	Status Pernikahan	141
6.1.5	Tingkat Pendidikan	142

6.1.6	Jenis Pekerjaan	147
6.1.7	Tipe Kepemilikan Rumah	148
6.1.8	Tempat Kelahiran	149
6.1.9	Lama Tinggal di Kota Malang	150
6.1.10	Mobilitas Perpindahan Rumah di Dalam Kota	151
6.2.	Dimensi Evaluatif <i>Place Identity</i>	152
6.3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas <i>Place Identity</i> ...	153
6.3.1	Pengaruh Status Kepemilikan Rumah Terhadap <i>Place Identity</i>	154
6.3.2	Pengaruh Tempat Kelahiran dengan <i>Place Identity</i>	155
6.3.3	Pengaruh Lama Tinggal Terhadap <i>Place Identity</i>	156

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Sebaran Responden Tiap kecamatan	144
Gambar 5.1.	Peta Kota Malang	152
Gambar 5.2.	Peta Kecamatan Blimbing	157
Gambar 5.3.	Lingkungan Kecamatan Blimbing	158
Gambar 5.4.	Peta Kecamatan Kedungkandang	159
Gambar 5.5.	Lingkungan Kecamatan Kedungkandang	160
Gambar 5.6.	Peta Kecamatan Klojen	161
Gambar 5.7.	Obyek wisata budaya dan sejarah Kota Malang di Kecamatan Klojen	162
Gambar 5.8.	Kondisi Lingkungan Kecamatan Klojen	163
Gambar 5.9.	Peta Kecamatan Lowokwaru	164
Gambar 5.10.	Kondisi Lingkungan Kecamatan Lowokwaru	165
Gambar 5.11.	Peta Kecamatan Sukun	166
Gambar 5.12.	Kondisi Lingkungan Kecamatan Sukun	167
Gambar 6.1.	Prosentase Jenis Kedamin Responden	168
Gambar 6.2.	Grafik Rentang Usia Responden	169
Gambar 6.3.	Grafik Tingkat Penghasilan Responden	170
Gambar 6.4.	Grafik Status Pernikahan Responden	171
Gambar 6.5.	Grafik Tingkat Pendidikan Responden	172
Gambar 6.6.	Grafik Jenis Pekerjaan Responden	173
Gambar 6.7.	Grafik Tipe Kepemilikan Rumah Responden	174
Gambar 6.8.	Grafik Tempat Kelahiran Responden	175
Gambar 6.9.	Grafik Lama Tinggal di Kota Malang	176
Gambar 6.10.	Grafik Mobilitas Perpindahan Rumah di Dalam Kota	177

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Jumlah Responden Terpilih pada Setiap Kecamatan	15
Tabel 4.2.	16
Tabel 4.3.	Variabel <i>Place Identity</i>	17
Tabel 4.4.	Luas Wilayah Kota Malang Tiap Kecamatan Tahun 2006	20
Tabel 4.5.	Jumlah Dan Kepadatan Penduduk Kota Malang Tahun 2006	20
Tabel 4.6.	Obyek Wisata Budaya dan Sejarah Kota Malang Tahun 2007	24
Tabel 4.7.	Obyek Wisata Buatan dan Taman Rekreasi Kota Making Tahun 2007	26
Tabel 4.8.	Obyek Wisata Belanja Kota Malang Tahun 2007	27
Tabel 4.9.	Luas Rwang Terbuka Hijau di Kota Malang	28
Tabel 4.10.	Penggunaan Lahan Kecamatan Blimbing Kota Malang Tahun 2006 ...	29
Tabel 4.11.	Penggunaan Lahan Kecamatan Kedungkandang Kota Malang Tahun 2006	29
Tabel 4.12.	Penggunaan Lahan Kecamatan Klojen Kota Malang Tahun 2006	30
Tabel 4.13.	Penggunaan Lahan Kecamatan Lowokwaru Kota Malang Tahun 2006	30
Tabel 4.14.	Jenis Kelamin	31
Tabel 4.15.	Usia	32
Tabel 4.16.	Tingkat Penghasilan	32
Tabel 4.17.	33
Tabel 4.18.	33
Tabel 4.19.	34
Tabel 4.20.	34
Tabel 4.21.	34
Tabel 4.22.	34
Tabel 4.23.	34
Tabel 4.24.	34
Tabel 4.25.	34
Tabel 4.26.	34
Tabel 4.27.	34
Tabel 4.28.	34
Tabel 4.29.	Lama Tinggal di Kota Malang	43
Tabel 4.30.	Mobilitas Perpindahan Rumah	44

Tabel 8.11.	Intervensi <i>Place Identity</i>	109
Tabel 8.12.	KMO and Bartlett's Test	110
Tabel 8.13.	Dimensi Evaluatif <i>Place Identity</i> (Pattern Matrix ^a)	110
Tabel 8.14.	Model Summary ^b	111
Tabel 8.15.	ANOVA ^b Dimensi Evaluatif <i>Place Identity</i>	111
Tabel 8.16.	Koefisien ^c Regresi Intervensi <i>Place Identity</i>	112
Tabel 8.17.	Tabulasi Silang Antara Rasa Bangga Sebagai Anggota Komunitas Malang dengan Status Rumah	114
Tabel 8.18.	<i>Chi-Square</i> Tests Hubungan Antara <i>Place Identity</i> (Dalam Konteks Sosial Kemasyarakatan) dengan Status Rumah	115
Tabel 8.19.	Korelasi antara Status Rumah dan <i>Place Identity</i> (Dalam Konteks Sosial Kemasyarakatan)	115
Tabel 8.20.	Tabulasi Sing antara Ram a— Tinggal di Kota Malang dengan Status Rumah	116
Tabel 8.21.	Hubungan antara Status Rumah dengan <i>Place Identity</i>	117
Tabel 8.22.	Korelasi antara Status Rumah dan <i>Place Identity</i>	117
Tabel 8.23.	Tabulasi Silang antara Rasa Bangga Sebagai Warga Kota Malang dengan Tempat Kelahiran	118
Tabel 8.24.	<i>Chi-Square</i> Tests Hubungan antara <i>Place Identity</i> (Dalam Konteks Sosial Kemasyarakatan) dengan Tempat Kelahiran	119
Tabel 8.25.	Korelasi antara Tempat Kelahiran dan <i>Place Identity</i> (Dalam Konteks Sosial Kemasyarakatan)	119
Tabel 8.26.	Tabulasi Silang antara Rasa Bangga Tinggal di Kota Malang dengan Tempat Kelahiran	120
Tabel 8.27.	Hubungan antara Tempat Kelahiran dengan <i>Place Identity</i>	120
Tabel 8.28.	Korelasi antara Tempat Kelahiran dan <i>Place Identity</i>	120

Tabel 6.29.	Tabulasi Silang antara Rasa Bangga Sebagai Anggota Komunitas Malang dengan Lama Tinggal di Kota Malang	64
Tabel 6.30.	<i>Chi-Square Tests</i> Hubungan antara <i>Place Identity</i> (Dalam Konteks Sosial Kemasyarakatan) dengan Lama Tinggal	65
Tabel 6.31.	Korelasi antara Lama Tinggal dan <i>Place Identity</i> (Dalam Konteks Sosial Kemasyarakatan)	65
Tabel 3.32.	Tabulasi Silang antara Rasa Bangga Tinggal di Kota Malang dengan Lama Tinggal di Kota Malang	66
Tabel 6.33.	Hubungan antara Lama Tinggal dengan <i>Place Identity</i>	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam 25 tahun belakangan ini *Place identity* telah menjadi issue yang penting dalam perencanaan dan perancangan kota (Wikipedia, 2009). Sejalan dengan gerakan global untuk melindungi *place identity* yang memiliki warisan budaya yang signifikan, maka keprihatinan terhadap hilangnya individualitas dan *distinctiveness* antara satu tempat dengan tempat yang lain sebagai dampak dari globalisasi budayapun meningkat.

Konsep *place identity* yang mengacu pada hubungan antara *place* dengan *identity* yang menekankan pada makna dan signifikansi "tempat" bagi para penghuni dan pengguna tempat tersebut merupakan konsep penting dalam berbagai lingkup bidang ilmu seperti geografi, perencanaan kota, desain urban, lansekap arsitektur, dan sebagainya. Namun secara mendasar, kajian teoritik *place identity* merupakan teori dasar pada bidang ilmu *environment, behavior, and society*, khususnya pada lingkup disiplin ilmu psikologi lingkungan dan psikologi sosial. Pada dasarnya konsep *place identity* mengulas pertanyaan mendasar dalam hubungan antara "siapa kita" dan "dimana kita", serta "bagaimana lingkungan lokal kita (termasuk lokasi geografis, tradisi budaya, warisan budaya, dan sebagainya) mempengaruhi hidup kita" (Fisher, 2006). Sebagai manusia, kita mempunyai keinginan untuk merasa "termasuk" dalam suatu komunitas sosial atau budaya tertentu, rasa keterikatan secara psikologis terhadap suatu tempat tertentu, dan rasa memiliki terhadap sesuatu yang signifikan dalam hidup kita. Apabila seseorang memiliki perasaan-perasaan tersebut dalam berhubungan dengan suatu tempat (*place*), maka akan meningkatkan rasa kebanggaan dan kebahagiaan terhadap lingkungan tempat tinggalnya, yang pada gilirannya akan menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang menunjukkan perasaan "pamah" pada seseorang dalam lingkungan huniannya (Fisher, 2006). Terbentuknya "*place identity*" akan membuat kita lebih dapat mengendalikan hidup kita, karena kita akan merasa nyaman dan aman di lingkungan kehidupan kita.

.....

penelitian yang penting adalah penelitian tentang *"place identity"* (Proshansky, 1978; Proshansky et al., 1983); *"sense of place"* atau *"rootedness"* (Relph, 1976; Buttner, 1980; Tuan, 1980), *"place dependence"* (Stokols & Shumaker, 1981), *"attachment to place"* (Gerson et al., 1977). Kajian-kajian tersebut mengungkap bahwa hubungan antara seseorang dengan lingkungan fisik di sekitarnya secara esensial tergantung pada pengalaman konkret yang dialami orang tersebut. Oleh karenanya, yang menjadi fokus adalah tempat-tempat yang dialami langsung oleh seseorang dan yang memiliki makna tertentu bagi orang tersebut (Lalli, 1992). Melalui hubungan seperti inilah suatu lingkungan memperoleh nilai simboliknya secara signifikan dalam kaitannya dengan sosial, emosional dan tindakan seseorang (Lalli, 1992).

Dengan kata lain, penelitian-penelitian di bidang psikologi lingkungan berkonsentrasi pada proses spasial mikro, yaitu melingkupi rumah tinggal (Dovey, 1985; Graumann, 1986), lingkungan sekitar residensial area, lingkungan ketetangaan, dan bagian-bagian kota (Schneider, 1986). Kajian-kajian tentang pengidentifikasian dengan suatu kota secara keseluruhan juga mendapat banyak perhatian (Proshansky, 1978; Lalli, 1988). Sebaliknya, ahli geografi misalnya, menggunakan terminologi *"regional identity"* atau *"regional consciousness"* (Blotvogel et al., 1986; Weichhart, 1990). Terminologi-terminologi tersebut mencakup seluruh area secara makro dan mikro, namun lebih fokus pada unit *macro-local* yaitu *"region"* (Lalli, 1992). Beragamnya penggunaan terminologi-terminologi tersebut dengan lingkup aspek spasialnya membawa konsekuensi pada fakta bahwa penelitian di bidang *place identity* masih sangat kurang untuk dapat lebih menjelaskan konsep *place identity* secara lebih jelas dengan lingkup spasial yang berbeda-beda (Lalli, 1992). Penelitian-penelitian yang jumlahnya masih terbatas itupun sebagian terbesar dilakukan di negara-negara Barat (misalnya Bernardo & Palma, 2005; Gaspodini, 2002; Goodman, 2004; Lalli, 1992) dan hampir tidak ada yang dari Indonesia. Penelitian *place identity* di Indonesia yang jumlahnya masih sangat sedikit itupun lebih ditekankan kepada aspek fisik lingkungan sebagai elemen pembentuk identitas suatu tempat (misalnya Noviani dkk, 2004), tanpa mempertimbangkan aspek-aspek pembentuk *place identity*. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk

menjadi lebih komprehensif.

Setiap "tempat" atau kawasan atau kota memiliki identitasnya masing-masing, yaitu

Setiap "tempat" atau kawasan atau kota memiliki identitasnya masing-masing, yaitu

suatu keadaan atau karakter yang membedakannya dari tempat lain. Kota yang memiliki identitas akan memberikan pengaruh kepada penduduknya sehingga mereka akan mengidentifikasikan dirinya dengan tempat tersebut, merasa memiliki dan merasakan adanya ikatan batin dengan kota tersebut. Keterikatan ini menghasilkan suatu kerangka identitas bagi individu maupun komunitas yang memberikan kestabilan dan dinamika ciri-ciri lingkungan setempat (Brown & Perkins, 1992). Kondisi tersebut akan membentuk identitas suatu tempat (*place identity*) yang secara bersama-sama dengan bagian lain kota akan membentuk identitas kota (Ernawati, 2005; Ernawati & Amuza, 2008). Sejalan dengan hal tersebut, dalam konteks penelitian ini, pengertian "*place identity*" mencakup berbagai bentuk identitas yang berkaitan dengan "tempat" (*place*), dalam konteks perkotaan (*urban identity*).

1.1 Rumusan Masalah

1. Dimensi apa sajakah yang mendasari evaluasi masyarakat terhadap identitas suatu tempat (*place identity*) di perkotaan?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi evaluasi masyarakat terhadap *place identity* identitas suatu tempat di perkotaan?
3. Aspek lokal apa di perkotaan yang menjadi prediktor *place identity* suatu tempat (*place identity*)?

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Place Identity*

Ada beberapa pendekatan yang berbeda dalam pemahaman terhadap hubungan antara tempat (*place*) dan identitas (*identity*). Namun demikian, sampai dengan saat ini belum ada penjelasan yang merupakan konsensus tentang hubungan antara kedua konsep tersebut (Bernardo & Palma, 2005). Dalam bidang ilmu psikologi lingkungan, konsep "*place identity*" yang dikembangkan oleh *Place Identity et al.* (1983) dan kemudian dilanjutkan oleh penulis-penulis lain seperti Lalli (1988), Feldman (1980) atau oleh mereka yang memiliki orientasi pemikiran yang berbeda seperti Sarbin (1983) dan Korpela (1989), merupakan konsep yang sangat penting namun belum mampu menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu "tempat" menjadi penting bagi pembentukan identitas bagi seseorang (Bernardo & Palma, 2005).

Dalam konteks ini, dirasa perlu untuk mengacu pada konsep *urban social identity* sebagai bagian dari identitas sosial. Konsep tersebut menekankan bahwa karakteristik fisik ruang perkotaan bersama-sama dengan makna sosial ruang dapat diidentifikasi sebagai suatu "kategori sosial". Maka seseorang atau suatu kelompok dapat mengidentifikasi diri mereka sendiri sebagai bagian dari kategori sosial tersebut yang juga dikenal oleh anggota-anggota dari kategori-kategori sosial yang lain (Bernardo & Palma, 2005).

Dalam konteks psikologi sosial, Breakwell (1986, 1992, 1993) mengembangkan "model proses identitas" yang digunakan untuk memahami pentingnya *place attachment* (keterikatan seseorang kepada suatu tempat) mendukung pengembangan identitas (misalnya Twigger-Ross & Uzzell, 1996; Devine-Wright & Lyons, 1997; Speller *et al.*, 2001).

Model dari Breakwell mengemukakan empat prinsip *self-esteem*, *self-efficacy*, *distinctiveness*, dan *continuity*. Prinsip-prinsip tersebut dalam konteks penelitian yang diusulkan ini dibahas dalam konteks lingkungan suatu kota. Dalam konteks tersebut dapat digambarkan bahwa lingkungan memainkan peran dalam dinamika identitas; bahwa keempat prinsip tersebut berhubungan dengan tempat (*place*); dan bahwa prinsip-prinsip yang berbeda nampaknya diperlakukan berbeda pula oleh setiap individu.

Self-esteem didefinisikan sebagai suatu evaluasi diri atau kelompok yang positif dengan mana seseorang mengidentifikasi diri. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa evaluasi personal terhadap lingkungan lokal dan evaluasi positif terhadap lingkungan tersebut oleh orang lain menghasilkan kebanggaan, dan oleh karenanya memberikan kontribusi terhadap *self-esteem*. Devine-Wright & Lyons (1997) dan Lalli (1992) menunjukkan pentingnya hidup atau bertempat tinggal di tempat-tempat bersejarah dalam membentuk *self-esteem*. Sedangkan *Self-efficacy* adalah kemampuan seseorang untuk berfungsi secara tepat dalam lingkungan fisik dan situasi sosial tertentu yang dihubungkan dengan kebutuhan manusia untuk mengendalikan lingkungan (Belk, 1992).

Prinsip lain dalam konsep identitas adalah *distinctiveness*, yaitu keinginan untuk memelihara keberbedaan dari yang lain. *Distinctiveness* berhubungan dengan persepsi positif terhadap keunikan suatu tempat, dan pemanfaatan tempat yang berbeda dengan orang lain pada kawasan lain di kota tersebut (Lalli, 1992). "*Distinctiveness*" ini menyebabkan seseorang mempunyai hubungan khusus antara dirinya dengan lingkungan huniannya, yang secara jelas berbeda dengan jenis hubungan yang lain (Twigger-Ross & Uzzell, 1996). Identitas tersebut dengan teritori tertentu menyebabkan pengidentifikasian seseorang dengan orang-orang lain yang hidup dalam ruang tersebut.

Identitas juga mensyaratkan adanya kebutuhan untuk keberlanjutan dalam konteks waktu dan situasi. Twigger-Ross & Uzzell (1996) mengemukakan dua bentuk kontinuitas dalam hubungan lingkungan, yaitu:

1. *the "temporal continuity"*, yaitu apabila tempat tertentu bertindak sebagai acuan masa lalu dan tindakan sehingga menghasilkan hubungan antara identitas masa lalu dengan identitas masa kini.
2. *the "place-congruent continuity"*, yaitu ketidak serasian antara lingkungan dan keinginan serta nilai-nilai masyarakat setempat.

Prinsip-prinsip identitas dari Breakwell tersebut sejalan dengan pendapat Lalli (1992). Lalli (1992) mengemukakan lima aspek identitas suatu tempat dalam konteks perkotaan, yaitu:

1. Keberlanjutan dengan masa lalu seseorang. Prinsip ini mengumpulkan signifikansi lingkungan perkotaan untuk rasa keberlanjutan temporal secara subyektif. Prinsip ini mencerminkan hubungan hipotetis antara biografi dia dengan kota, simbolisasi

Perlu disadari bahwa hubungan antara dimensi fisik dan sosial (*attachment*) perlu dimasukkan dalam mengkaji *place identity* seperti misalnya untuk menganalisis tingkat kelekatan seseorang dalam lingkup spasial yang berbeda-beda, seperti rumah, lingkungan ketetanggaan, dan pada skala yang lebih luas yaitu desa atau kota (Hidalgo & Hernandez, 2001).

Kesesuaian ruang memainkan peran penting pula dalam *place attachment* dan *place identity*. Melalui dua komponen kesesuaian, yaitu transformasi tindakan (komponen perilaku) dan pengidentifikasian (komponen simbolis) seseorang maupun kelompok mentransformasikan ruang dan memberi mereka signifikansi individual atau sosial. Dalam interaksi simbolis ini, seseorang dan kelompok mengenal diri mereka sendiri dalam lingkungan tersebut dan dengan melalui proses kategorisasi mereka menggunakan kualitas lingkungan sebagai bagian dari identitas mereka (Pol, 1996; Moreno & Pol, 1999).

2.1.2. Peran Peninggalan Bersejarah (Heritage Sites) dalam *Place Identity*

Sebagaimana telah dikemukakan pada Sub Bab 2.1, identitas suatu tempat lebih banyak ditentukan oleh faktor "diri" manusia. Namun demikian ada salah satu aspek yang oleh Lalli (1992) dikemukakan sebagai *external evaluation*, dan dalam Model Breakwell (1986, 1992, 1993) diungkapkan sebagai *distinctiveness* yang merujuk kepada lingkungan fisik di luar diri seseorang. Faktor eksternal yang paling dominant dalam pembentukan *place identity* adalah peninggalan bersejarah atau warisan budaya.

Pentingnya peninggalan bersejarah (misalnya bangunan bersejarah atau artefak) sebagai elemen pembentuk identitas suatu tempat (dalam konteks penelitian ini "perkotaan") telah banyak dikemukakan oleh para penulis (misalnya Harvey, 2000; Herbert, 1995; Hewison, 1987; Lowenthal, 1985). Proshansky *et al.* (1983) juga mengungkapkan pentingnya peninggalan bersejarah dalam pembentukan identitas kota. Segala aspek yang berkaitan dengan "identitas" selalu memiliki implikasi merujuk pada suatu tempat (Twigger-Ross & Uzzell, 1996). Bangunan, artefak, dan obyek-obyek budaya yang lam selalu "menceritakan" suatu sejarah tertentu dari suatu tempat/kawasan atau kota yang memberikan kenangan tersendiri bagi masyarakat (Zerubavel, 1996).

Setiap kota memiliki identitasnya masing-masing, yang oleh orang dari luar kota tersebut dievaluasi sebagai *image* kota yang bersangkutan (Lalli, 1992). Identitas kota menimbulkan "kebanggaan" bagi penduduknya dan menimbulkan kecintaan dan keterikatan hati dengan kotanya.

Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai kota sebagai identitas manusia telah banyak dilakukan (Lalli, 1992). Penelitian-penelitian kota sebagai identitas berorientasi pada aspek-aspek yang berkaitan dengan perencanaan kawasan perkotaan (Lalli, 1992) sehingga dipertanyakan apakah kota memiliki, dan karena itu, identitas kota bisa dipertanyakan pada dan melalui apa sehingga hal-hal tersebut tersebut bisa yang berkaitan dengan identitas manusia tersebut.

Dalam penelitian-penelitian *environmental assessment*, eksistensi kualitas dasar suatu obyek dalam persepsi dan kognisi manusia telah banyak diungkap dalam bidang ilmu psikologi (Koch, 1969; Costerler, 2002) dan arsitektur (Alexander, 1979). Para pakar seperti Lynch (1972), Lowenthal (1985) dan Schama (1995) juga menekankan pentingnya nilai-nilai sejarah bagi kehidupan manusia. Pada penelitian-penelitian terdahulu, nilai sejarah diidentifikasi baik secara langsung maupun tidak langsung sebagai suatu kualitas lingkungan yang penting bagi masyarakat. Secara tidak langsung bangunan bersejarah atau artefak dapat memainkan peran ~~yang~~ membentuk ciri-ciri lingkungan seperti: *coherence*, *identifiability* atau *legibility*, ~~yang~~ dan ~~yang~~ (Kaplan & Soper, 1979). Lingkungan secara langsung dan secara tidak langsung dan pentingnya bersejarah dapat bangunan bersejarah dan artefak merupakan salah satu dari beberapa kualitas yang fundamental dalam (dalam) persepsi lingkungan (lingkungan) masyarakat akan perencanaannya di (dalam) (Kaplan, 1979; Costerler, 2002).

Hal yang menarik mengenai hal-hal tersebut adalah (melalui aspek-aspek) bangunan bersejarah) berpotensi untuk membentuk identitas pada masyarakat atau bahkan suatu bangsa, yang memungkinkan kita untuk ~~mengidentifikasi~~ diri sebagai "siapa diri kita" (Hall & McArthur, 1993; Ernawati, 2005). Studi yang dilakukan oleh Devine-Wright dan Lyons (1997) dan Lalli (1992) menunjukkan bahwa hidup di lingkungan (~~di~~ kota) yang bersejarah menimbulkan rasa kebanggaan bagi penduduknya.

2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Place Identity

Dari berbagai penelitian yang dilakukan dalam ranah psikologi lingkungan tentang *place identity* (identitas suatu tempat), ditemukan beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas *place identity* (identitas suatu tempat). Menurut kajian literatur empiris, salah satu faktor yang mempengaruhi pengidentifikasian lokal dari yang juga memainkan peran penting dalam intensitas *place identity* adalah tempat kelahiran (Lalli, 1988). Menurut Lalli dan Lalli (1992), tempat kelahiran menjadi salah satu faktor yang menentukan identitas suatu tempat karena memiliki pengaruh langsung pada pembentukan dan penguatan di tempat tersebut. Becker & Keim (1973) juga menunjukkan bahwa tempat kelahiran tidak secara berkecukupan dengan memiliki suatu tempat yang mempunyai sejarah, perkembangan, nilai, tempat kelahiran seseorang melibatkan seluruh perjalanan hidup dimana di dalamnya seseorang tumbuh, integrasi dengan lingkungan yang kemudian membentuk diri saat menjadi dewasa yang dibuktikan oleh seseorang. Proses pengidentifikasian tempat suatu tempat dapat terjadi secara otomatis secara langsung dan juga melalui kesadaran disadari dengan proses yang tidak sadar yang tidak bisa. Selain faktor tersebut, tempat kelahiran tidak hanya memiliki hubungan dengan pembentukan identitas individu dengan suatu tempat, pembentukan identitas lokal yang kemudian dapat menjadi suatu kesadaran untuk tinggal di suatu kota dimana tempat kelahiran menjadi salah satu faktor pengidentifikasian.

Sebaliknya, Lalli (1988) dan Lalli (1992) menunjukkan bahwa penduduk yang lahir di suatu kota tertentu lebih mengidentifikasi dirinya dengan kota tersebut diindikan dengan orang yang lahir di kota lain, dengan tidak memperhatikan lama tinggal di kota tersebut. Perbedaan antara seseorang yang lahir di kota tersebut dengan yang bukan lahir di kota tersebut hanya berlaku untuk jangka waktu tertentu, untuk kemudian tidak lagi terlihat perbedaannya. Temuan-temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa *place identity* kemungkinan bukanlah satu-satunya produk dari pengalaman sosial (Lalli, 1992).

Studi empiris biasanya mengacu pada faktor-faktor temporal yang signifikan (Lalli, 1992). Hubungan dengan lingkungan fisik dan sosial menjadi lebih kuat sejalan dengan meningkatnya lama tinggal seseorang di suatu tempat (Becker & Keim, 1973; Lalli, 1992). Lama tinggal di suatu tempat juga dipandang sebagai suatu faktor yang menentukan dalam perkembangan pengidentifikasian lokal oleh Treinen (1985), Köhler (1981), Thum (1981) dan Lalli (1988). Menurut Becker dan Keim (1973), intensitas dari

hubungan ini menjadi lebih kuat apabila ada monumen atau artefact yang signifikan sejarahnya dan cukup stabil dalam jangka waktu tertentu, yang merupakan kenangan tertentu bagi penduduk lokal. Bahrdt (1971) juga mengemukakan pendapat yang sama, namun dengan mengkaitkan pengidentifikasian rasa memiliki dengan individualitas dan keunikan suatu kota, yang biasanya keunikan nampak paling menonjol di pusat-pusat kawasan bersejarah kota. Yang penting diperhatikan dalam konteks ini adalah bahwa pengalaman bertahun-tahun yang dialami oleh penduduk kota "disaksikan" oleh bangunan-bangunan bersejarah tersebut, bukan sekedar eksistensi dari bangunan itu sendiri.

Para ahli yang beranggapan pembangunan tingkat kota rendah sebagai tempat tinggal antara lain adalah "pendidikan umum" (Gibson & Form, 1973). Mereka memandang bahwa kualitas lingkungan rumah dari kawasan perumahan bersejarah lingkungan bersejarah merupakan salah satu yang mempengaruhi proses pengidentifikasian diri seseorang. Apabila rumah bersejarah lingkungan bersejarah memiliki nilai

merupakan luaran penelitian ini mencakup dimensi yang berlaku umum untuk semua bangsa maupun yang berlaku spesifik untuk tempat-tempat atau kota-kota khusus di Indonesia. Disamping itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pematapan pembentukan skala pengukuran *place identity* dengan menguji kevalidan penggunaan skala pengukuran tersebut dengan menggunakan sampel penelitian yang lebih banyak sebelumnya (misal Latt, 1993; Linnard, 2003; Bernardi & Palma, 2005).

Luaran penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan terhadap studi-studi lintas budaya (*cross cultural studies*) dalam disiplin ilmu *Environment, Behaviour, and Society* dalam bidang ilmu Psikologi Lingkungan, khususnya konsep *place identity*. Penelitian lintas budaya mempunyai arti yang sangat penting dalam pengembangan bidang ilmu karena dengan penelitian-penelitian yang dilakukan di berbagai bangsa dapat dikembangkan teori yang berlaku umum bagi semua bangsa/ budaya dan pengembangan teori dasar yang spesifik hanya berlaku di lingkungan budaya/ bangsa tertentu.

Meskipun penelitian ini memberikan kontribusi secara mendasar pada bidang ilmu *Environment, Behavior, and Society*, khususnya Psikologi Lingkungan, namun luaran penelitian ini sangat bermanfaat sebagai dasar teoritik bagi bidang ilmu lain yang melibatkan hubungan manusia dengan lingkungan, khususnya bidang ilmu arsitektur serta perencanaan dan perancangan kota.

BAB IV DESAIN DAN METODE PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan untuk **mengetahui** dimensi yang mendasari evaluasi masyarakat terhadap identitas suatu tempat (*place identity*), dalam konteks identitas perkotaan (*urban identity*), dengan menggunakan teknik pengukuran skala Likert.

Penelitian ini merupakan penelitian **kuantitatif** yang menjelaskan gejala/ fenomena dengan metode penelitian survei. Metode penelitian secara detail akan disampaikan pada sub bab-sub bab berikut ini.

4.2 Wilayah Studi

Sebagaimana telah didiskusikan pada sub bab – sub bab terdahulu, untuk mengkaji dimensi yang mendasari evaluasi masyarakat terhadap *place identity* (identitas suatu tempat) di perkotaan diperlukan suatu kota sebagai studi kasus. Mengingat kota Malang, yang merupakan kota kedua terbesar di Jawa Timur setelah Surabaya, memiliki karakteristik sebagai kota hunian masyarakat yang memiliki keanekaragaman hunian dan sekaligus merupakan kota bersejarah yang merupakan hunian peninggalan kolonial sehingga kaya akan artefak dan bangunan bersejarah yang memiliki keunikan tersendiri, maka kota Malang sangat layak untuk dipilih sebagai studi kasus.

Wilayah studi mencakup lima kecamatan yang ada di Kota Malang, yaitu Kecamatan Kedungkandang, Kecamatan Sukun, Kecamatan Klojen, Kecamatan Blimbing, Kecamatan Lowokwaru.

4.3 Metode Pengumpulan Data

4.3.1 Metode Pemilihan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Malang. Agar luaran penelitian ini dapat digeneralisir maka mensyaratkan pemilihan sampel secara acak (*random*) sehingga membutuhkan adanya *sampling frame* berupa daftar name

calon responden. Mengingat luasnya lokus penelitian yang meliputi seluruh area kota Malang, maka populasi menyebar di seluruh wilayah kota. Dengan asumsi adanya kemajuan teknologi informasi memungkinkan semua keluarga atau rumah tangga memiliki telpon rumah, maka diasumsikan daftar nama kepala keluarga di seluruh wilayah kota tercantum dalam buku telpon. Oleh karena itu digunakan buku telpon sebagai *sampling frame*. Dari 807.136 jumlah penduduk di Kota Malang pada tahun 2008, terdapat 111.846 jumlah sambungan nomor telepon. Dalam penelitian ini, jumlah sambungan telepon yang tertera dalam buku telepon merupakan populasi. Perbedaan jumlah populasi berdasarkan daftar sambungan telepon dengan jumlah populasi penduduk secara keseluruhan tidaklah berpengaruh besar pada hasil penelitian, karena jumlah penduduk didasarkan pada jumlah individu sedangkan jumlah sambungan telepon didasarkan pada jumlah rumah tangga sebagai analisis.

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* (Huck, 2000; Hoyle et al., 2002) dengan menggunakan alat bantu *research randomizer* (www.randomizer.org; 2010). Sampel dipilih secara *random* dari buku telepon yang terbaru. Mengingat buku telpon di Indonesia disusun menurut abjad secara keseluruhan untuk satu wilayah kota (berbeda dengan di negara Barat yang susunannya dibagi menurut area dan abjad nama penduduk untuk setiap area), maka secara keseluruhan buku telpon sudah melingkupi seluruh area kota, sehingga sangat memadai sebagai *sampling frame* tanpa harus membaginya dalam area-area.

Dengan bantuan *research randomizer* dipilih 240 sampel (0,215% dari populasi). Jumlah ini sudah sangat memadai karena menurut Alreck & Settle (2000) minimal jumlah sampel untuk penelitian sosial adalah 100. Apabila digunakan rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + d^2 N^2}$$

dengan n = jumlah sampel; N = jumlah populasi; dan d = derajat kesalahan, maka jumlah sampel 240 memenuhi sekitar 6,5 % tingkat kesalahan atau 93,5 % tingkat keyakinan, atau dengan kata lain hasil penelitian dengan jumlah sampel tersebut 93,5 % bisa dipercaya. Jumlah responden yang terpilih untuk setiap kecamatan dapat dilihat pada Tabel 4.1. dan Gambar 4.1.

4.2. Instrumen Penelitian dan Teknik Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang merupakan *self-administered questionnaire*, yaitu kuesioner yang dapat diisi sendiri oleh responden. Kuisisioner hi dimaksudkan untuk menggali evaluasi masyarakat terhadap tingkat intensitas *place identity* dengan menggunakan teknik pengukuran skala Likert yang terdiri dad 7 skala.

Self administered questionnaire dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama dimaksudkan untuk menggali data sosial-demografi masyarakat seperti gender, usia, tingkat sosial-ekonomi, pendidikan, pekerjaan, dan aspek penghunian seperti kota kelahiran, kepemilikan rumah, lama tinggal di Kota yang menjadi studi kasus, dan mobilitas hunian. Aspek manusia tersebut ikut dipertimbangkan dalam penelitian ini karena dari studi-studi terdahulu terungkap relevansi variabel sosial-demografi terhadap pola pandang dalam melakukan evaluasi. Sedangkan aspek penghunian akan dilihat keterkaitannya dengan setiap aspek *place identity* agar dapat diperoleh faktor-faktor apa yang mempengaruhi *place identity*.

Secara terinci variabel **.....** dan penghunian yang digali dari masyarakat pada bagian pertama kuesioner ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2. Variabel Sosio-demografi dan Penghunian

No.	Variabel	Sub Variabel
1.	Sosial-demografi	(1) gender
		(2)
		(3) tingkat sosial-ekonomi
		(4) status pernikahan
		(4) pendidikan
2.	Penghunian	(5) pekerjaan
		(1) tipe kepemilikan rumah
		(2) tempat kelahiran
		(3) lama tinggal di Kota Malang
		(4) mobilitas perpindahan rumah di dalam kota

Sumber: diolah dari hasil penelitian-penelitian terdahulu (Lalli, 1992, Bernardo & Palma,

Bagian kedua kuesioner d i i untuk menggali evaluasi masyarakat terhadap *place identity* di perkotaan. Responden diminta untuk mengevaluasi intensitas *place identify* dalam lingkup perkotaan yang merupakan hunian mereka yang

diukur berdasarkan 5 variabel (Breakwell, 1986, 1981,1983; Lalli, 1981; Bernardo & Palma, 2005), yaitu:

- (1) Continuity.
- (2) Familiarity
- (3) Attachment
- (4) Commitment
- (5) External Evaluation

Kelima variabel tersebut dijabarkan dalam beberapa sub variabel yang terdapat dalam tabel pernyataan-pernyataan (Berkeley dan Lalli, 1981; Bernardo & Palma, 2005). Cara pengukurannya adalah responden diberikan skala Likert bertingkat dari satu pernyataan dengan menggunakan kata "sangat" yang terdiri dari 7 skala, dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju" sebagai berikut:

- 1 = sangat tidak setuju
- 2 = tidak setuju
- 3 = agak tidak setuju
- 4 = netral
- 5 = agak setuju
- 6 = setuju
- 7 = sangat setuju

Responden hanya diminta untuk menuliskan salah satu angka dari skala tersebut untuk setiap pernyataan yang sesuai dengan pendapat mereka. Secara terinci, aspek dan variabel yang akan dievaluasi atau di i oleh masyarakat pada bagian kedua kuesioner ini dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Pernyataan (Pernyataan)

No.	Pernyataan	Kategori Variabel	Skala
1	Pernyataan lingkungan perkotaan bagi keberlanjutan	(1) sangat tidak setuju	7
		(2) tidak setuju	
		(3) sangat setuju	
2	Pernyataan lingkungan perkotaan bagi keberlanjutan	(4) netral	6
		(5) agak setuju	
		(6) setuju	

No	Kategori	Indikator	Skala
1	Kategori 1	Indikator 1.1 Indikator 1.2 Indikator 1.3 Indikator 1.4 Indikator 1.5 Indikator 1.6 Indikator 1.7 Indikator 1.8 Indikator 1.9 Indikator 1.10	1
2	Kategori 2	Indikator 2.1 Indikator 2.2 Indikator 2.3 Indikator 2.4 Indikator 2.5 Indikator 2.6 Indikator 2.7 Indikator 2.8 Indikator 2.9 Indikator 2.10	2
3	Kategori 3	Indikator 3.1 Indikator 3.2 Indikator 3.3 Indikator 3.4 Indikator 3.5 Indikator 3.6 Indikator 3.7 Indikator 3.8 Indikator 3.9 Indikator 3.10	3
4	Kategori 4	Indikator 4.1 Indikator 4.2 Indikator 4.3 Indikator 4.4 Indikator 4.5 Indikator 4.6 Indikator 4.7 Indikator 4.8 Indikator 4.9 Indikator 4.10	4
5	Kategori 5	Indikator 5.1 Indikator 5.2 Indikator 5.3 Indikator 5.4 Indikator 5.5 Indikator 5.6 Indikator 5.7 Indikator 5.8 Indikator 5.9 Indikator 5.10	5
6	(Perbandingan evaluatif antara kota sendiri dengan kota lain)	(2) keberbedaan dengan kota lain (3) karakter khusus	4

3.3.3 Prosedur Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari 2 tahap. Pada tahap 1, responden dipilih dengan menggunakan metode *random sampling* dengan nama Kepala Keluarga yang terdaftar pada buku telepon kota Malang yang terbaru. Dua ratus empat puluh sampel dipilih dengan menggunakan perangkat *research randomizer* sebagai alat bantu.

Setelah responden terpilih dan diketahui alamat responden masing-masing, pengumpulan data memasuki tahap 2, yaitu responden diberi kuesioner. Responden diminta untuk mengisi sendiri data sosial-demografi dan data perumahan sebagaimana dijelaskan dalam Tabel 3.2. Bagian kuesioner untuk penggalan data tersebut relatif sederhana sehingga responden akan dengan mudah mengisinya. Setelah itu responden diminta untuk menilai intensitas *place identity* yang mereka rasakan di wilayah perkotaan tempat mereka tinggal dengan memberikan penilaian terhadap pernyataan-pernyataan tentang variabel-variabel *place identity* dengan hanya

angka 1 ("sangat tidak setuju") sampai dengan angka 7 ("sangat setuju") untuk tiap pernyataan seperti dalam contoh berikut:

Mempilih hotel di Kota Malang mengingatkan saya pada kenangan masa lalu saya

1

Untuk menghindari salah persepsi atau kebingungan responden pada saat mengisi kuesioner, maka meskipun kuesioner diisi sendiri oleh responden, namun peneliti tetap mendampingi responden untuk menjelaskan apabila ada yang dirasa kurang jelas oleh responden. Bagaimanapun, agar tidak terjadi kesalahan interpretasi dalam pengisian kuesioner, maka pada saat kuesioner diberikan responden diberi penjelasan secara rinci mengenai tujuan pengisian kuesioner dan tata cara pengisiannya. Responden diberi kesempatan untuk bertanya apabila ada yang kurang jelas dari penjelasan peneliti. Setelah itu responden mulai mengisi kuesioner.

Setelah seluruh kuesioner terkumpul kemudian masuk ke tahap berikutnya yaitu pemeriksaan data, *coding* atau memberikan kode-kode tertentu untuk setiap variabel (pertanyaan/pernyataan) sebagai persiapan penyusunan data. Kemudian masuk ke tahap *data entry* dan analisis data.

4.1.2. Pemeriksaan Data

Sebelum dilakukan analisis, dilakukan pemeriksaan terhadap data yang masuk. Dari 240 kuesioner kesemuanya terisi dengan sempurna, sehingga keseluruhan data dapat dimasukkan dalam proses analisis. Langkah pertama untuk mengetahui karakteristik responden (variabel *jenis kelamin* dan variabel *pendidikan*), data diolah dengan menggunakan statistik deskriptif. Dari hasil analisis akan diperoleh gambaran karakteristik responden.

Selanjutnya dilakukan *mean score analysis* untuk mengetahui intensitas *place identity* di wilayah perkotaan berdasarkan hasil evaluasi masyarakat. Dari analisis tersebut dapat diketahui tingkat intensitas *place identity* di Kota Malang.

Selanjutnya dilakukan analisis faktor terhadap 20 variabel *place identity*. Dengan analisis faktor tersebut dapat diketahui dimensi yang mendasari evaluasi

masyarakat terhadap *place identity* yang mereka rasakan di kota tempat mereka tinggal dan dapat diketahui berapa varians yang dapat dijelaskan oleh masing-masing dimensi evaluatif tersebut (Hair *et al.*, 1998; Field, 2000).

Telaha penelitian yang terdahulu dalam bidang pariwisata dan wisata telah banyak yang sudah dilakukan mengenai *place identity* di berbagai daerah wisata, dengan masing-masing dimensi evaluatif dipertimbangkan sebagai indikator penting dan optimal terhadap *place identity* sebagai destinasi wisata. Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa ada yang paling berpengaruh dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap *place identity* sebagai destinasi wisata.

Untuk penelitian analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS.

BAB V

GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI

5.1 Gambaran Umum Kota Malang sebagai Wilayah Studi

Kota Malang yang terletak di Jawa Timur merupakan kota kecil yang berdiri sekitar tahun 1400-an (Kotapraja Malang 50 Tahun, 1964:12 dalam Handinoto, 1994:9). Seperti halnya kota-kota lain di Indonesia, Malang di masa lalu juga tidak luput dari kekuasaan Belanda sehingga arsitektur bangunannya juga dipengaruhi oleh arsitektur kolonial Belanda.

Menurut Handinoto (1994), kota Malang secara geografis memiliki letak yang sangat strategis dan sekaligus merupakan daerah yang indah. Hal ini menjadi modal mengapa kota kecil ini sekarang bisa tumbuh menjadi kota kedua terbesar di Jawa Timur setelah Surabaya. Sebelum masa perencanaan, hubungan antara daratan yang subur di pedalaman masih terbatas pada jalan-jalan tembusan yang melewati lembah dan sungai menyebabkan kota kurang berkembang (sebelum tahun 1900).

Perencanaan pengembangan kota Malang disesuaikan dengan kepentingan kolonial, yang dibagi dalam dua periode yaitu antara 1914-1929 dan 1929-1940 dengan semakin ditingkatkannya fasilitas pendidikan, kesehatan, peribadatan, kebudayaan dan rekreasi, bangunan pemerintahan, ruang terbuka dan makam, transportasi dan sarana perkotaan lain seperti air dan listrik. Perkembangan periode kedua antara tahun 1929-1940 dilakukan oleh Thomas Karsten dan dengan arahan dari pihak kotamadya dengan berkonsep *garden city* sehingga kota Malang adalah kota teratur dan terindah di Hindia Belanda.

5.1.1 Wilayah Administrasi

Wilayah administrasi Kota Malang terdiri dari Kecamatan Kedungkandang, Kecamatan Sukun, Kecamatan Klojen, Kecamatan Blimbing, dan Kecamatan Lowokwaru. Pada saat ini Kota Malang memiliki luas 110,06 Km² dengan batas-batas wilayah, yaitu;

- Utara : Kecamatan Karangploso dan Kecamatan Singosari Kabupaten Malang
- Timur : Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang
- Selatan : Kecamatan Pakisaji dan Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang
- Barat : Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang

1776: UNITED STATES DECLARATION



Source: U.S. State Dept. History
United States Declaration, 1776

1776: Declaration of Independence, 1776

1776

1. Declaration of Independence
2. Declaration of Independence
3. Declaration of Independence
4. Declaration of Independence
5. Declaration of Independence

Tabel 5.1. Luas Wilayah Kota Malang, Tahun 2006

No	Kecamatan	Luas Wilayah (km ²)
1	Kedungkandang	39,69
2	Sukun	20,97
3	Klojen	8,83
4	Blimbing	17,77
5	Lowokwaru	22,6
JUMLAH		110,86

Sumber : Kota Malang dalam Angka Tahun 2006

5.1.2 Jumlah Dan Kepadatan Penduduk

Jumlah penduduk di Kota Malang dalam Kota Malang Dalam Angka Tahun 2006 (Biro Pusat Kota Malang tahun 2008) sebesar 807.136 jiwa, dengan perbandingan jumlah penduduk berkelamin pria sebesar 402.818 jiwa dan wanita sebesar 404.318 jiwa. Dengan demikian rasio jenis kelamin penduduk Kota Malang sebesar 99,63, ini artinya bahwa setiap 100 penduduk perempuan terdapat 99 penduduk laki-laki.

Kecamatan Lowokwaru memiliki kontribusi terbesar pada persebaran penduduk yaitu 180.422 jiwa, kemudian disusul oleh Kecamatan Kedungkandang sebesar 177.530 jiwa, Kecamatan Sukun sebesar 169.017 jiwa, Kecamatan Blimbing sebesar 166.239 jiwa. Sementara jumlah penduduk terkecil terdapat di Kecamatan Klojen yaitu sebesar 103.928 jiwa.

Berdasarkan data tingkat kepadatan penduduk di Kota Malang, tingkat kepadatan tertinggi berada di Kecamatan Klojen dengan tingkat kepadatan mencapai 11.700 Jiwa/km² dan kepadatan penduduk terendah berada di Kecamatan Kedungkandang yang mencapai 4450 jiwa/ km². Lebih jelasnya lihat tabel dibawah ini.

Tabel 5.2 Jumlah Dan Kepadatan Penduduk Kota Malang Tahun 2006

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (jiwa)	Luas Wilayah (km ²)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km ²)
1	Kedungkandang	177.530	39,69	4.450
2	Sukun	169.017	20,97	8.060
3	Klojen	103.928	8,83	11.770
4	Blimbing	166.239	17,77	9.355
5	Lowokwaru	190.422	22,6	8.426
JUMLAH		807.138	110,86	7.334

Sumber : Kota Malang dalam Angka Tahun 2006

4.1.3 Kondisi Fisik Daerah

Wilayah Kota Malang merupakan kota yang memiliki karakteristik wilayah pegunungan. Dengan kondisi udara yang berhawa sejuk dan kering, curah hujan rata-rata tiap tahun 1.833 mm dan kelembaban udara rata-rata 72 %. Ditinjau dari keadaan permukaan tanah Kota Malang, bagian Selatan termasuk dataran tinggi yang luas, dan cocok difungsikan sebagai pusat kegiatan untuk industri; bagian Utara termasuk dataran tinggi yang subur, cocok untuk pertanian; bagian Timur merupakan dataran tinggi dengan keadaan kurang subur, dan bagian Barat merupakan dataran tinggi yang amat luas menjadi daerah pendidikan.

4.1.4 Peninggalan Bersejarah di Kota Malang

Terdapat beberapa peninggalan bersejarah yang masih ada di Kota Malang. Peninggalan bersejarah atau warisan budaya. Bangunan, artefak, dan obyek-obyek budaya yang lain selalu "menceritakan" suatu sejarah tertentu dari suatu tempat/kawasan atau kota yang memberikan kenangan tersendiri bagi masyarakat (Zerubavel, 1996).

Setiap kota memiliki identitasnya masing-masing, yang oleh orang dari luar kota tersebut dievaluasi sebagai *image* kota yang bersangkutan (Lali, 1992). Identitas kota menimbulkan "kebanggaan" bagi penduduknya dan menimbulkan kecintaan dan keterikatan batin dengan kotanya. Salah satu bentuk *image* yang mudah diidentifikasi sebagai bagian dari citra kota adalah produk arsitektur kota, yang memang punya kecenderungan mudah dilihat secara kasat mata dan mudah pula diingat.

Peninggalan arsitektur masa lalu yang masih ada dan menjadi bagian dari citra atau identitas kota sering menjadi obyek kunjungan wisatawan. Kota Malang memiliki obyek wisata buatan yang beranekaragam. Berbagai macam obyek wisata di Kota Malang berdasarkan jenisnya baik obyek wisata budaya dan sejarah (tabel 4.2.), obyek wisata buatan dan taman rekreasi (tabel 4.3.) serta obyek wisata belanja (tabel 4.4.).

Tabel 5.3. Obyek Wisata Budaya dan Sejarah Kota Malang Tahun 2007

No	Nama Obyek	Lokasi
1	Balai Kota dan Alun-Alun Tugu Bunder	Jl. Tugu
2	Monumen Juang	Jl. Kerta Negara (depan Stasiun Kota Baru)
3	Toko Oen	Jl. Basuki Rahmat
4	Kompleks Pertokoan Kayu Tangan	Jl. Basuki Rahmat
5	Kawasan Ijen	5. Ijen
6	Museum Brawijaya	Jl. Ijen
7	Klenteng Eng An Kiong	Jl. Laks. Martadinata

Sumber Data : Dinas Pariwisata dan Informasi Kota Malang Tahun 2007

Tabel 5.4. Obyek Wisata Buatan dan Taman Rekreasi Kota Malang Tahun 2007

No	Nama Obyek	Lokasi
1	Pemandian Tuguwasa	Jl. Sukolilo Purabaya
2	Taman Wisata dan Budaya Sempuyu	Jl. Klateng No. 10, Klateng
3	Taman Mini Mal. Belanda	Jl. Merdeka
4	Taman Wisata Pemandu	Jl. Pemandu
5	Magnum 1000 Malang	Jl. Semeru

Tabel 5.5. Obyek Wisata Belanja Kota Malang Tahun 2007

No	Nama Obyek	Lokasi
1	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. J. H. Agus Salim	J. J. H. Agus Salim
2	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Pahlawan	J. Pahlawan
3	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Terletak di pusat kota dan merupakan kawasan perbelanjaan
4	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Terletak di kawasan perbelanjaan, pusat perbelanjaan di kawasan perbelanjaan (MOG pindah di Jl. Simpang Balapan)
5	Pasar Burung, Pasar Ikan dan Pasar Bunga	Jl. Kahuripan dan Jl. Brawijaya
6	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Jl. Veteran
7	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Jl. Veteran
8	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Jl. Veteran
9	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Jl. Veteran
10	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Jl. Veteran
11	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Jl. Veteran
12	Pusat Perbelanjaan di Kawasan J. Veteran	Jl. Veteran
13	Malang Town Square	Jl. Veteran
14	Plasa Araya	Terletak di Arjosari, di kawasan perumahan Araya
15	Kawasan Pulosari	Jl. Pulosari
16	MOG (Mall Olympic Garden)	Jl. Semeru

Sumber Data : Dinas Pariwisata dan Informasi Kota Malang Tahun 2007

5.1.1 Ruang Terbuka Hijau

Salah satu ciri khas penataan ruang kota Malang adalah keberadaan ruang terbuka/ taman kota, dimulai dari perencanaan Thomas Karsten (1933); tata taman/ ruang terbuka yang representatif di: Jln. Trunojoyo; Kertanegara; Tugu; Gajahmada, Merbabu, Ijen, dan Jl. Suropati. Disamping sebagai ruang terbuka yang mendukung keberadaan bangunan pemerintahan, taman-taman tersebut juga bagi kepentingan orang-orang Belanda yang tinggal di daerah perumahan elit Jalan Ijen dan sekitarnya. Kawasan pusat pemerintahan dan kawasan perumahan tersebut, sampai sekarang tetap dipertahankan sebagai kawasan yang dilestarikan yang dapat menjadi salah satu monumen sejarah awal berdirinya Kota Malang.

Ruang Terbuka Hijau yang ada meliputi: RTH pada jalur tengah jalan; RTH lapangan olahraga; RTH pada monumen kota; RTH taman lingkungan; kebun bibit dan hutan kota yang dikelompokkan di tiap kecamatan. Luasan RTH di masing-masing kecamatan dapat dilihat pada Tabel 5.6. berikut ini:

Tabel 5.6 Luasan Ruang Terbuka Hijau di Kota Malang

No	Kecamatan	Luas RTH Perumahan	Luas RTH Lain			Luas RTH	Luas Kota
			Lapangan Olahraga	Taman Lingkungan	Kebun Bibit dan Hutan Kota		
1	Blitar	141.000	10.000	100.000	251.000	100.000	351.000
2	Blimbing	1.100.000	10.000	100.000	1.210.000	100.000	1.310.000
3	Kabupaten	1.000.000	10.000	100.000	1.110.000	100.000	1.210.000
4	Karas	1.000.000	10.000	100.000	1.110.000	100.000	1.210.000
5	Kulungreng	1.000.000	10.000	100.000	1.110.000	100.000	1.210.000
		11.005,66	79.069	366.036	131.433	726.654	1.303.192

Sumber Data : Dinas Pertamanan Kota Malang

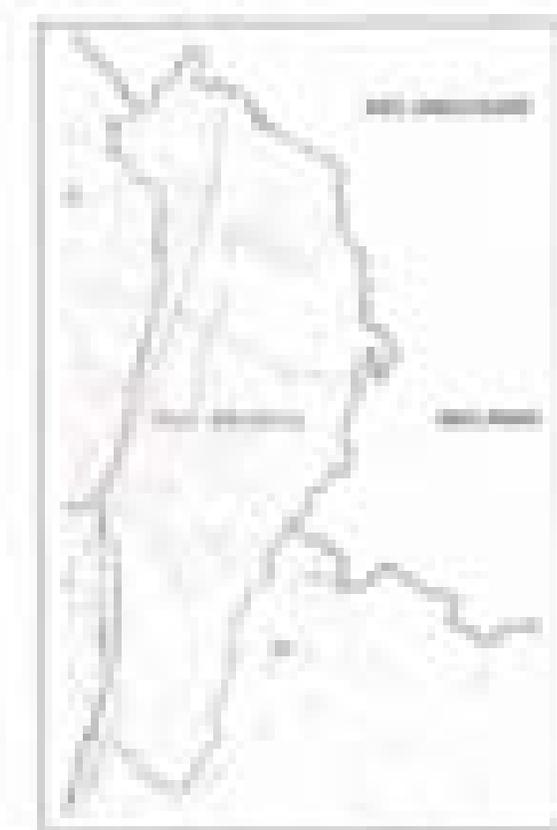
5.1.2 Kawasan Perumahan

5.1.2.1 Kawasan Perumahan Blimbing

Kawasan Perumahan Blimbing terdapat di bagian utara Kota Malang. Berikut adalah lokasi:

5.1.2.1.1

- 1. Kawasan Perumahan Blimbing
- 2. Kawasan Perumahan Blimbing
- 3. Kawasan Perumahan Blimbing
- 4. Kawasan Perumahan Blimbing



Gambar 5.2. Peta Kecamatan Blimbing
 Sumber: Buletin BPPM Kota Malang tahun 2007

Tabel 5.7. Penggunaan Lahan Kecamatan Blimbing Kota Malang Tahun 2006

No	Penggunaan	Luas (Ha)
1	Pemukiman	1.290,27
2	Sawah	197,81
3	Tegalan	101,88
4	Tanah Kosong	187,69
Jumlah		1.777,65

Sumber : Kota Malang dalam Angka Tahun 2006

Luas wilayah Kecamatan Blimbing adalah 1.777,65 Ha yang terdiri dari dengan perincian lahan luasan peruntukan lahan permukiman 1.290,27 Ha, lahan sawah 197,81 Ha, lahan tegalan 101,88 Ha, dan luasan lahan tanah kosong sebesar 187.69

Ha. Terlihat bahwa mayoritas lahan di Kecamatan Blimbing difungsikan sebagai lahan permukiman (72.58 %).

Di wilayah Kecamatan Blimbing terdapat wisata belanja produk unggulan Kota Malang berupa kripik tempe di daerah Sanan dan Jalan Ciliwung..



Gambar 5.3. Lingkungan Kecamatan Blimbing
Sumber: Survey Lapangan, 2010

5.2.2 Kecamatan Kedungkandang

Kecamatan Kedungkandang terletak di bagian Selatan Kota Malang dengan batas-batas wilayahnya:

- Sebelah Utara : Kecamatan Blimbing Kota Malang dan Kecamatan Pakis Kabupaten Malang
- Sebelah Timur : Kecamatan Tumpang dan Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang
- Sebelah Selatan : Kecamatan Sukun dan Kecamatan Klojen Kota Malang
- Sebelah Barat : Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang



(Gambar 3.4) - Peta Kawasan Kuala Lumpur
 Sumber: Evaluean RTM di Kuala Lumpur Tahun 2009

Tabel 3.5 Penggunaan Lahan Kawasan Kuala Lumpur Kuala Lumpur Tahun 2009

No	Penggunaan	Luas (Ha)
1	Perumahan	1,200.00
2	Green	870.00
3	Tanah	2,000.00
4	Kawasan	0.00
5	Tanah pertanian/tepa	0.00
6	Tanah kosong	0.00
	Jumlah	4,070.00

(Sumber: Kuala Lumpur (Wilayah Persekutuan) Tahun 2009)

Luas wilayah Kuala Lumpur Kuala Lumpur adalah 2,000.00 Ha merupakan kawasan dengan luas wilayah terbesar di Kuala Lumpur (50.20 % dari luas wilayah

Kota Malang seluruhnya). Pemanfaatan  secara terperinci pada Kecamatan Kedungkandang sebagai berikut: lahan permukiman 1.328,26 Ha, lahan sawah 621,19 Ha, lahan tegalan 2.003,32 Ha, kebun 0,28 Ha, Tanah perikanan / tambak 0,28 Ha, dan luasan lahan tanah kosong sebesar 36,12 Ha. Sebagian besar lahan yang ada dimanfaatkan sebagai lahan tegalan (50,22 %)



Gambar 5.5. Lingkungan Kecamatan Kedungkandang
Sumber: Evaluasi RTRW Kota Malang Tahun 2007

5.3.3 Kecamatan Klojen

Kecamatan Klojen terletak di bagian tengah pusat Kota Malang dengan batas-batas wilayahnya:

- Sebelah Utara : Kecamatan Lowokwaru dan Kecamatan Blimbing Kota Malang
- Sebelah Timur : Kecamatan Kedungkandang Kota Malang
- Sebelah Selatan : Kecamatan Sukun Kota Malang
- Sebelah Barat : Kecamatan Sukun dan Kecamatan Lowokwaru Kota Malang

Tabel 5.9. Penggunaan Lahan Kecamatan Klojen Kota Malang Tahun 2006

No	Penggunaan	Luas (Ha)
1	Permukiman	839,64
2	Tanah Kosong	42,86
Jumlah		882,50

Sumber : Kota Malang dalam Angka Tahun 2006

Luas wilayah Kecamatan Klojen adalah 882,50 Ha merupakan kecamatan dengan luas wilayah terkecil di Kota Malang (8,02 % dari luas wilayah Kota Malang seluruhnya). Hampir seluruh lahan yang ada di wilayah kecamatan ini dimanfaatkan sebagai permukiman (95,14 %).



Gambar 5.6. Peta Kecamatan Klojen
Sumber: Evaluasi RTRW Kota Malang Tahun 2007

Sebagian besar obyek wisata baik wisata budaya, sejarah, buatan, maupun belanja berada pada wilayah Kecamatan Klojen. Hal ini dikarenakan Kecamatan Klojen merupakan pusat wilayah Kota Malang sejak jaman dulu.

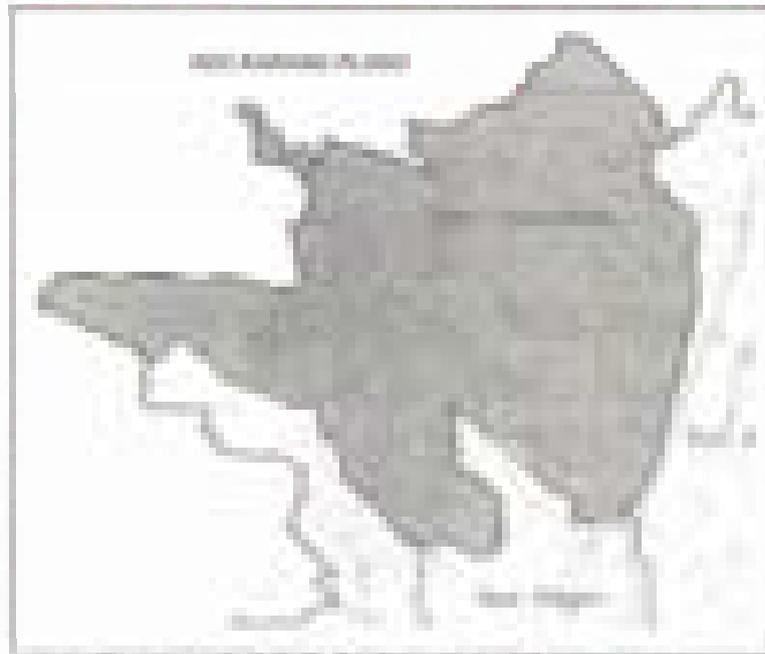


Gambar 3.11. Benda-benda di tepi sungai Kecamatan Kojen, Kabupaten Malang (Sumber: Survey Lapangan, 2020)

3.3.4 Kecamatan Lowokwaru

Kecamatan Lowokwaru berada di bagian Utara Kota Malang dengan batas-batas wilayahnya:

- **Sebelah Utara** : Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang
- **Sebelah Timur** : Kecamatan Blimbing Kota Malang
- **Sebelah Selatan** : Kecamatan Klojen Kota Malang
- **Sebelah Barat** : Kecamatan Sukun Kota Malang



Gambar 5.8. Pola Pemukiman Kecamatan Lowokwaru Kabupaten Malang (Skala 1:10000) pada Tahun 2008

Tabel 5.10. Penggunaan Lahan Kecamatan Kecamatan Kecamatan Kabupaten Malang Tahun 2008

No	Penggunaan	Luas (Ha)
1	Perumahan	1513,41
2	Sawah	336,59
3	Tegalan	261,77
4	Tanah Kosong	148,70
Jumlah		2.260,48

Sumber: Data Statistik (Buku Sensus) Tahun 2008

Luas wilayah Kecamatan Lowokwaru adalah 2.260,48 Ha. Pemanfaatan lahan secara terperinci pada kecamatan Lowokwaru sebagai berikut: lahan permukiman 1.513,41 Ha, lahan sawah 336,59 Ha, lahan tegalan 261,77 Ha, dan luasan lahan tanah kosong sebesar 148,70 Ha. Pemanfaatan terbesar adalah sebagai lahan permukiman (66,95 %)

1. **Identify the main components of the system.**
 2. **Describe the function of each component.**
 3. **Explain how the components interact.**
 4. **Discuss the advantages and disadvantages.**
 5. **Provide a conclusion and recommendations.**

Figure 1.1: A diagram illustrating the components of a system.





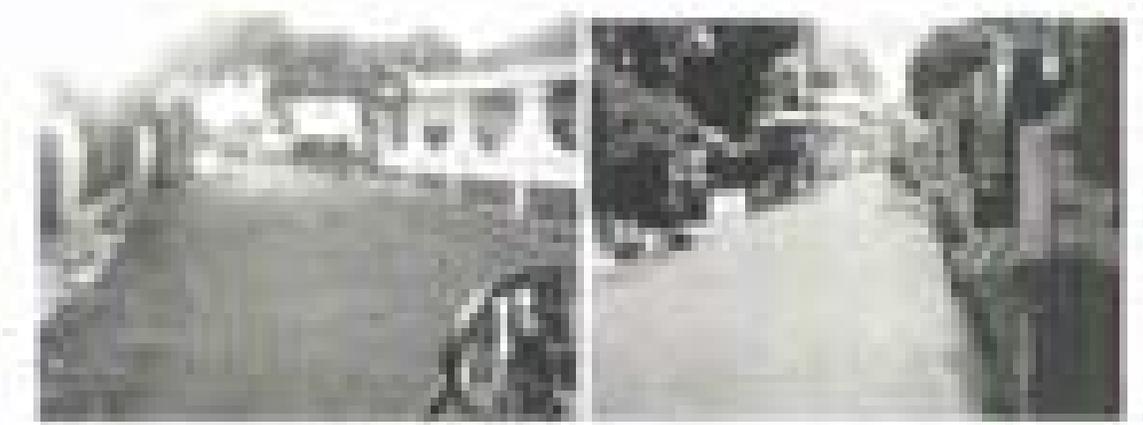
Gambar 3.10. Peta Administrasi Sektor
Sumber: Evaluasi RTRM Kota Malang Tahun 2006

Tabel 3.11. Pengapungan (Jalan Administrasi Sektor Kota Malang Tahun 2006)

No	Pengapungan	Jumlah (Pd)
1	Perumahan	1.200,00
2	Religi	100,00
3	Tempat	200,00
4	Tanah Pertukaran/ Transisi	100,00
5	Tanah kosong	100,00
Jumlah		1.700,00

Sumber: Kota Malang dalam Angka Tahun 2006

Luas wilayah Kecamatan Sukun adalah 2.096,57 Ha. Pemanfaatan lahan secara terperinci pada kecamatan Sukun sebagai berikut: lahan permukiman 1.328,26 Ha, lahan sawah 342,36 Ha, lahan tegalan 342,36 Ha, lahan tanah perikanan/tambak 1,04 Ha, dan luasan lahan tanah kosong sebesar 85,21 Ha. Pemanfaatan terbesar adalah sebagai lahan permukiman (63,35 %).



Gambar 5.11. Kondisi Lingkungan Kecamatan Sukun

Sumber: Survey Lapangan, 2010

BAB VI

HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Karakteristik Responden

6.1.1 Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini yang dipilih secara *simple random sampling* sebagaimana dijelaskan pada Sub Bab 4.3 berjumlah 240 orang, terdiri dari 61,67 % laki-laki dan 38,33 % perempuan.

Tabel 6.1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	148	61,67
Perempuan	82	38,33
Total	240	100,00



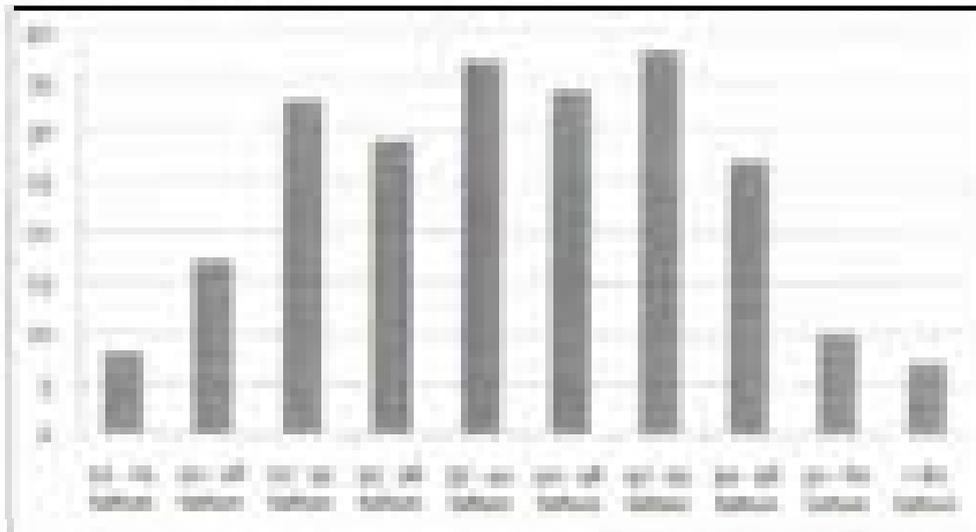
Gambar 6.1. Prosentase Jenis Kelamin Responden

6.1.2 Usia Responden

Sebagian terbesar responden berada pada rentang usia 27-56 tahun (82,5%). Rentang usia responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden relatif memiliki usia yang sudah matang sehingga diharapkan telah memiliki pengalaman yang cukup di lingkungan huniannya, dan telah memiliki kestabilan emosi dalam mengevaluasi keterikatan batinnya dengan lingkungan tempat tinggalnya. Gambaran usia responden secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 6.2. dan Gambar 6.2.

Tabel 6.2. Usia
Usia

Rentang Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17 - 21 tahun	8	3,33
22 - 26 tahun	17	7,08
27 - 31 tahun	33	13,75
32 - 36 tahun	29	12,08
37 - 41 tahun	37	15,42
42 - 46 tahun	34	14,17
47 - 51 tahun	38	15,83
52 - 56 tahun	27	11,25
57 - 51 tahun	10	4,17
> 61 tahun	7	2,92
Total	240	100,00



Gambar 6.2. Grafik Rentang Usia Responden

6.1.3 Tingkat Penghasilan

Dilihat dari jumlah penghasilannya, lebih dari separuh jumlah responden bekerja dengan penghasilan pada rentang 1-2 Juta (70,83%). Namun demikian hampir seluruh responden memiliki penghasilan 3 juta rupiah ke bawah (90%). Kondisi tersebut memberikan gambaran bahwa dari tingkat sosial ekonominya, responden cenderung homogen, yaitu merupakan masyarakat menengah ke bawah. Secara keseluruhan jumlah penghasilan responden dapat dilihat pada Tabel 6.3. dan Gambar 6.3.

Tabel 4.3. Tingkat Penghasilan

Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
< 1 juta	20	9,80
1 - 2 juta	28	13,80
2 - 3 juta	14	6,80
3 - 4 juta	14	6,80
4 - 5 juta	1	0,40
> 5 juta	1	0,40
Total	208	100,00



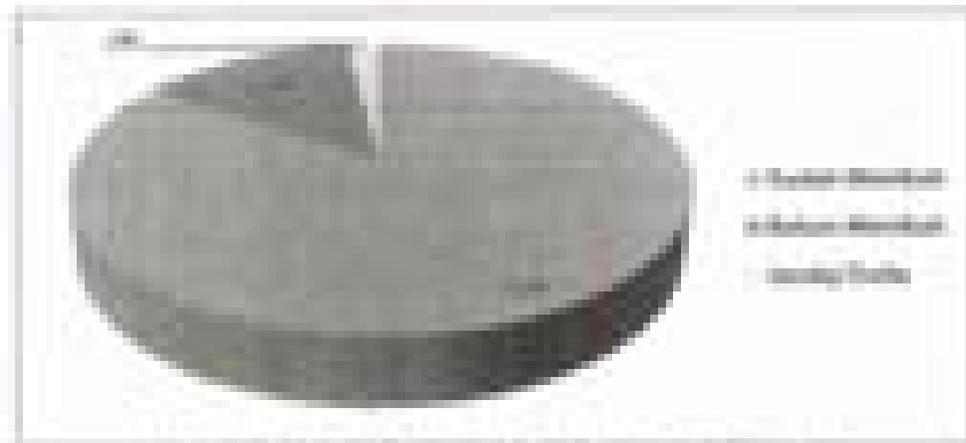
Gambar 4.3. Grafik Tingkat Penghasilan Responden

4.3.6. Status Pernikahan

Efektif dari status pernikahan responden, sebagian besar responden sudah menikah (84,58%). Hal tersebut berarti 84,58% partisipan merasa sudah mempunyai pertanggung jawaban yang matang dalam menanggapi tingkat untuk menanggapi. Secara keseluruhan status pernikahan responden dapat dilihat pada Tabel 4.4 dan Gambar 4.4.

Tabel 4.4. Status Pernikahan

Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
Sudah Menikah	203	84,58
Belum Menikah	32	13,33
Jumlah Total	235	100,00
Total	235	100,00



Gambar 6.4. Grafik Distribusi Pendidikan Responden

6.1.1 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan responden yang terlibat dalam penelitian ini cukup beragam mulai dari SD hingga Sarjana. Namun demikian, sebagian terbesar responden memiliki tingkat pendidikan yang cukup baik yaitu SMU/SMK ke atas (87,92%), bahkan 31.25% berpendidikan sarjana. Secara detail gambaran tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 6.5. dan Gambar 6.5.

Tabel 6.5. Tingkat Pendidikan

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
SD	8	3,33
SMP	13	5,42
SMU	73	30,42
SMK	28	11,67
Diploma	35	14,58
Sarjana	75	31,25
Pasca Sarjana	7	2,92
Lainnya	1	0,42
Total	240	100,00



Gambar 6.5. Grafik Tingkat Pendidikan Responden

6.1.6 Jenis Pekerjaan

Dilihat dari jenis pekerjaan responden, sebagian besar memiliki pekerjaan (81,25%). Bahkan hanya sebagian kecil saja responden yang tidak bekerja (0,83%). Secara detail gambaran tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 6.6- dan Gambar 6.6.

Tabel 6.6. Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pegawai Bank	60	25.00
PNS	41	17.08
Pelajar	10	4.17
Tidak bekerja	2	0,83
Ibu rumah tangga	22	9.17
Pensiunan	11	4.58
Total	240	100,00



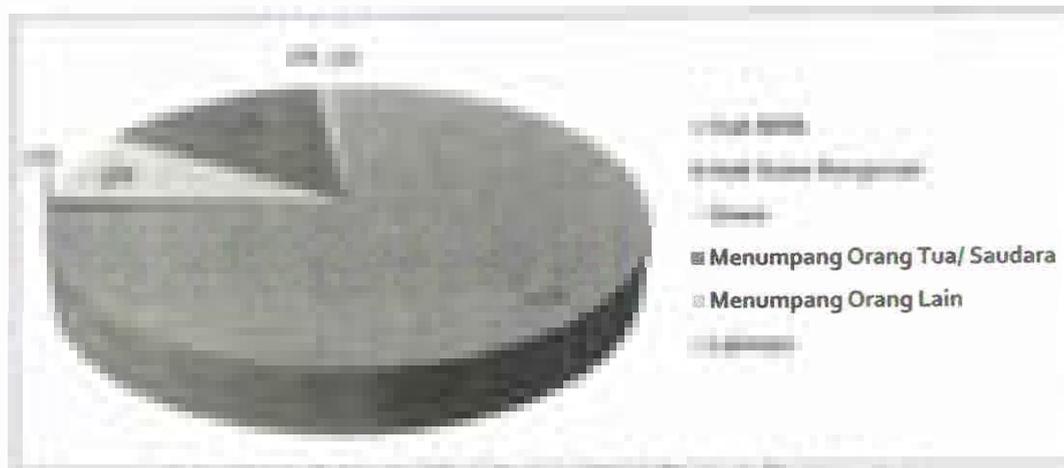
Gambar 6.6. Grafik Jenis Pekerjaan Responden

6.1.7 Tipe Kepemilikan Rumah

Melihat tipe kepemilikan rumah responden, sebagian besar responden mempunyai Hak Milik (74.17%). Secara detail gambaran tipe kepemilikan rumah responden dapat dilihat pada Tabel 6.7. dan Gambar 6.7.

Tabel 6.7. Tipe Kepemilikan Rumah

Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
Hak Milik	178	74,17
Hak Guna Bangunan	3	1,25
Sewa	20	8,33
Menumpang Orang Tua/ Saudara	34	14,17
Menumpang Orang Lain	3	1,25
Lainnya	2	0,83
Total	240	100,00



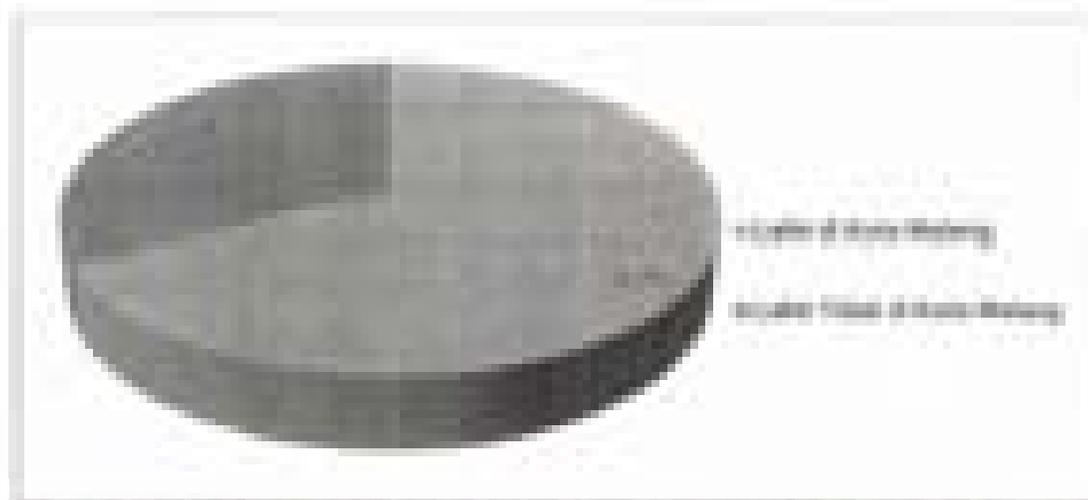
Gambar 6.7. Distribusi Tipe Kepemilikan Rumah Responden

6.1.3. Tempat Kelahiran

Sebagian besar responden dilahirkan di Kota Malang (67,50%). Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden mengenal Kota Malang dilahirkan. Secara detail gambaran tipe kepemilikan rumah responden dapat dilihat pada Tabel 6.8. dan Gambar 6.8.

Tabel 6.8. Tempat Kelahiran

Tempat	Frekuensi	Persentase (%)
Lahir di Kota Malang	162	67,50
Lahir Tidak di Kota Malang	78	32,50
Total	240	100,00



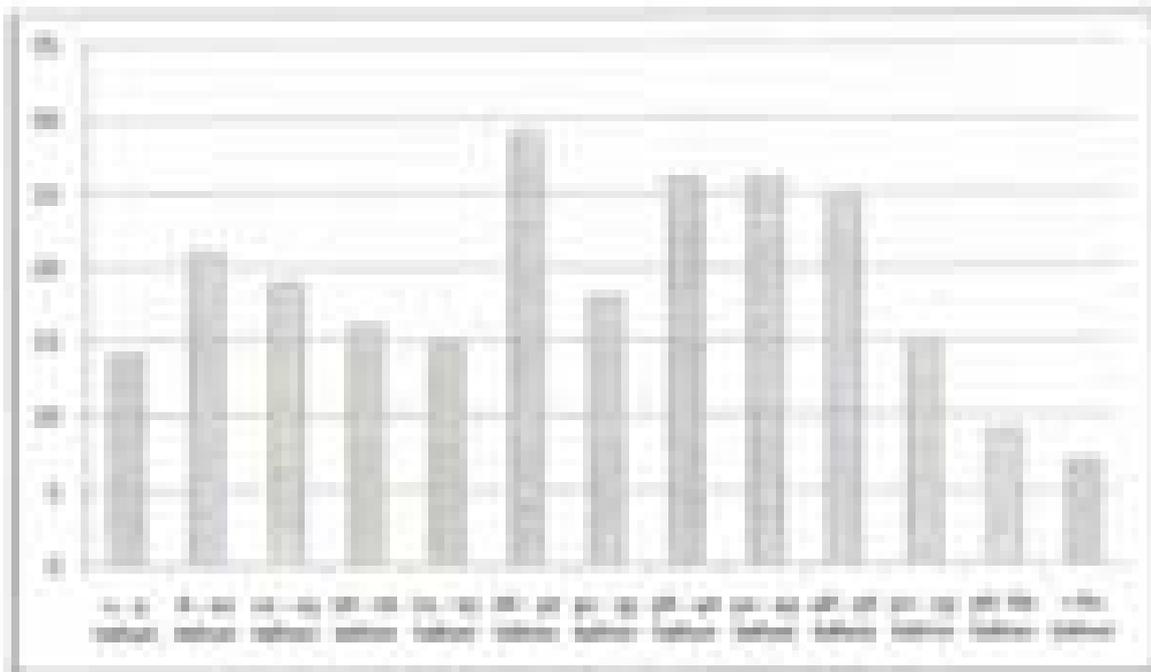
Gambar 6.8. Grafik Tempat Kelahiran Responden

6.1.9 Lama Tinggal di Kota Malang

Responden pada penelitian ini meliputi masyarakat yang cukup beragam dilihat dari lama tinggalnya di Kota Malang, dari yang baru pindah sampai dengan yang telah tinggal lebih dari 60 tahun. Namun demikian, sebagian terbesar responden (64,58%) telah tinggal di Kota Malang lebih dari 25 tahun, bahkan 45% sudah tinggal di Kota Malang lebih dari 35 tahun. Kondisi tersebut memberikan gambaran bahwa dilihat dari lama tinggal responden di Kota Malang, masyarakat sudah cukup lama tinggal di Kota Malang sehingga evaluasi mereka dan ikatan batinnya terhadap Kota Malang sudah cukup memadai.

Tabel 6.9. Lama Tinggal di Kota Malang

Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
1 - 5 tahun	14	5,83
6 - 10 tahun	21	8,75
11 - 15 tahun	18	7,50
16 - 20 tahun	26	10,83
26 - 30 tahun	29	12,08
31 - 35 tahun	18	7,50
36 - 40 tahun	26	10,83
41 - 45 tahun	26	10,83
46 - 50 tahun	25	10,42
51 - 55 tahun	15	6,25
56- 60 tahun	9	3,75
Total	238	100



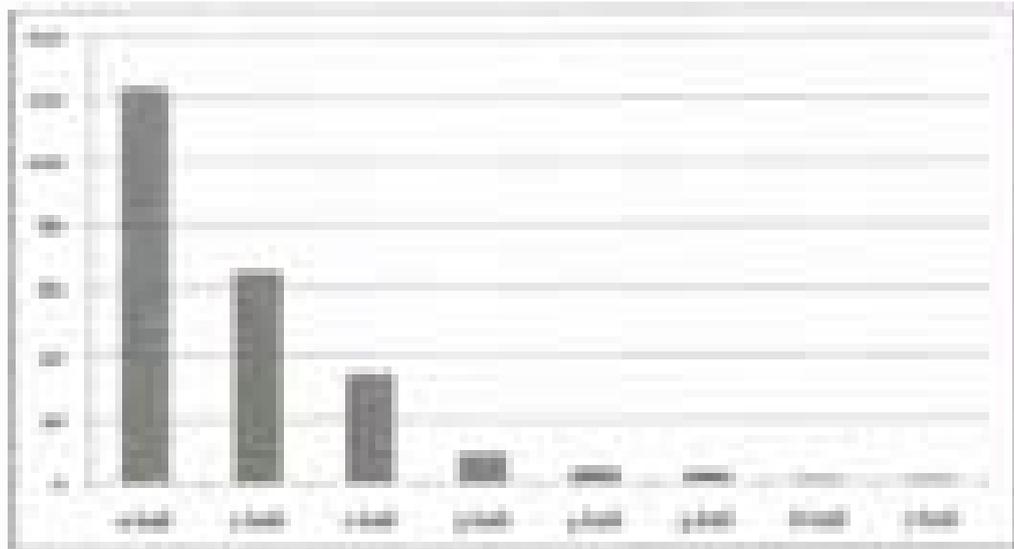
Gambar 4.8. Grafik Lama Tinggal di Kota Malang

4.1.10 Maksud Perpindahan Rumah di Kota Malang

Responden pada penelitian memiliki intention perpindahan rumah di Kota Malang beragam, ada yang tidak pernah berpindah hingga yang berpindah hingga 7 kali. Sebagian besar responden berpindah rumah hingga 2 kali (92,5%), bahkan 51,25% tidak pernah berpindah rumah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dalam evaluasi mereka dan ikatan batinnya terhadap Kota Malang sudah cukup memadai.

Tabel 4.10. Maksud Perpindahan Rumah

Maksud Perpindahan Rumah	Jumlah	Persentase (%)
1 kali	65	27,08
2 kali	34	14,17
3 kali	9	3,75
4 kali	4	1,67
5 kali	3	1,25
6 kali	1	0,42
7 kali	1	0,42
Total	117	100,00



Gambar 1.10. Grafik Mean Hasil Persepsi Identitas Tempat di Dalam Kota

2.1.1. Identitas Berbasis Place Identity

Konsep *place identity* yang mengacu pada hubungan antara *place* dengan *identity* menekankan pada makna dan signifikansi "tempat" bagi para penghuni dan pengguna tempat tersebut. Secara implisit makna dan signifikansi "tempat" tersebut menjadi dasar bagi masyarakat dalam mengidentifikasi dirinya dengan suatu tempat.

Sebagai manusia, kita mempunyai keinginan untuk merasa "termasuk" dalam suatu komunitas sosial atau budaya tertentu dan rasa keterikatan secara psikologis terhadap suatu tempat tertentu, serta rasa memiliki terhadap sesuatu yang signifikan dalam hidup kita. Apabila seseorang memiliki perasaan-perasaan tersebut dalam berhubungan dengan suatu tempat (*place*), maka dapat tercermin dari adanya rasa kebanggaan dan kebahagiaan terhadap lingkungan tempat tinggalnya, baik terhadap komunitas sosial budaya maupun terhadap lingkungan fisiknya. Pada penelitian ini, intensitas *place identity* yang dimiliki oleh masyarakat penghuni kota diukur melalui rasa kebanggaan sebagai bagian dari komunitas sosial setempat (sebagai warga Kota Malang) dan rasa kebanggaan bertempat tinggal di Kota Malang. Berdasarkan hasil *mean square* analysis, masyarakat Kota Malang mengidentifikasi dirinya sebagai warga komunitas Kota Malang dengan baik. Maksudnya, masyarakat memiliki kebanggaan sebagai warga komunitas Kota Malang. Bahkan untuk identifikasi diri terhadap Kota Malang sebagai suatu "tempat" atau lingkungan fisik, masyarakat memiliki rasa kebanggaan yang boleh dibilang sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa baik

lingkungan fisik maupun lingkungan sosial Kota Malang mereka nilai sebagai suatu tempat dan komunitas yang membanggakan.

Tabel 6.11 Intensitas **Place Identity**

Intensitas <i>Place Identity</i>	Mean Score	Std Deviasi
Merasa bangga sebagai Arema (Arek Malang)	5.97	.080
Merasa bangga tinggal di Kota Malang	6.29	.058

Dimensi evaluatif *place identity* dalam penelitian ini dikaji dengan mengukur evaluasi masyarakat terhadap *place identity* di lingkungan perkotaan, yaitu indikator-indikator subyektif kualitas *place identity* di lingkungan hunian mereka yang diukur berdasarkan 5 aspek (Breakwell, 1986, 1992, 1993; Lalli, 1992; Bernardo & Palma, 2005), yaitu *continuity*, *familiarity*, *attachment*, *commitment*, dan *external evaluation*. Kelima aspek tersebut dijabarkan dalam beberapa variabel (diolah dari Lalli, 1992; Bernardo & Palma, 2005), yaitu:

1. Continuity (peran penting lingkungan perkotaan bagi keberlanjutan dengan masa lalu seseorang) :
 - (1) Memori terhadap lingkungan kota
 - (2) Alternatif tinggal di kota lain
 - (3) Pengalaman
 - (4) *recognition*
2. Familiarity (pengaruh pengalaman sehari-hari di perkotaan) :
 - (1) Tingkat pengenalan terhadap lingkungan kota
 - (2) **Persepsi** kepentingan
 - (3) Intensitas penjelajahan kota
 - (4) Tingkat kekuatan hubungan dengan tata ruang kota
3. Attachment (rasa keterikatan secara umum terhadap kota sebagai lingkungan tempat tinggalnya) :
 - (1) Personal attachment
 - (2) Behavioral attachment
 - (3) Social attachment
 - (4) Sense of belonging
4. Commitment (peran penting kota bagi masa depan seseorang) :
 - (1) Intensitas keinginan untuk tetap tinggal di kota tsb
 - (2) Perhatian pada perkembangan kota di masa depan

Tabel 8.12. Dimensi (Latent) Place Identity (Factor Model)

	Dimensi		
	I	II	III
Tingkat pengabdian lingkungan kota (Commitment)	.888	.104	-.079
Memori terhadap lingkungan kota (Continuity)	.817	-.092	.077
Kepercayaan attachment (Attachment)	.888	.088	-.022
Tingkat familiaritas lingkungan dengan kota yang baru (Familiarity)	.716	-.208	.278
Tidak ada alternatif tinggal di kota lain (Continuity)	.848	.079	-.088
Pengalaman (Continuity)	.804	-.162	.104
Keputusan tinggal (Attachment)	.827	-.088	.077
Tingkat kepentingan (Familiarity)	.817	.208	.242
Keterbukaan dengan kota lain (External evaluation)	-.024	.878	.022
Kepuasan pribadi (Internal evaluation)	.100	.777	-.088
Keunikan (External evaluation)	.162	.827	.044
Perhatian bagi perkembangan (External evaluation)	.100	.888	.022
Kepercayaan pengabdian kota (Familiarity)	.100	.888	.178
Kepercayaan (Continuity)	.100	.888	.178
Keputusan tinggal untuk masa tinggal di kota baru (Attachment)	.817	-.100	.278
Tingkat kepedulian masa depan (Commitment)	.888	.079	-.088
Peran kota terhadap kehidupan pribadi (Commitment)	.888	.088	-.077
Perhatian pada perkembangan kota di masa depan (Commitment)	.888	.100	-.077

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 11 iterations.

Untuk mengetahui peran atau urutan kontribusi masing-masing dimensi evaluatif *place identity* dalam pembentukan *place identity* di perkotaan dilakukan analisis regresi berganda. Tujuan suatu analisis regresi adalah untuk melihat hubungan antara satu kelompok variabel (dalam kasus ini adalah dimensi evaluatif *place identity*) dan prediksinya terhadap pembentukan *place identity*. Dalam konteks penelitian ini, dapat dilihat seberapa pengaruh masing-masing dimensi evaluatif *place identity* dalam memprediksi pembentukan identitas suatu tempat. Analisis regresi dilakukan dengan prediktor 3 aspek *place identity* yang diperoleh dari hasil analisis faktor, yaitu (1) Evaluasi Internal; (2) Evaluasi Eksternal dan (3) Komitmen (untuk “tetap tinggal di kota tersebut”). Mengingat bahwa aspek-aspek tersebut merupakan hasil reduksi dari sejumlah variabel, maka analisis regresi dilakukan terhadap *factor score* dari dimensi-dimensi yang telah terbentuk tersebut. Untuk setiap faktor (dimensi), indikator yang digunakan didasarkan pada koefisien regresi atau nilai β (Bonaiuto *et al.*, 1999; Field, 2009), yang signifikan sebagai prediktor ($p < .05$) (Hair *et al.*, 1999; Field, 2009).

Dari hasil analisis regresi dengan intensitas *place identity* (yang mencakup identifikasi diri terhadap komunitas masyarakat Malang dan identifikasi diri terhadap lingkungan fisik Kota Malang) sebagai variabel terikat (*dependent variabel*) dan ketiga dimensi *place identity* sebagai variabel bebas (*independent variabel*), maka ditemukan bahwa model prediksi yang terbentuk adalah signifikan dengan $p < .001$ (lihat lampiran hasil analisis regresi). Maksudnya, dari hasil analisis tersebut diketahui bahwa aspek Evaluasi Internal; Evaluasi Eksternal; dan Komitmen merupakan prediktor yang baik bagi terbentuknya *place identity* (identitas suatu tempat). Ketiga dimensi tersebut dapat memprediksi 51,6% dari terbentuknya *place identity*. Sedangkan 48,4% dari terbentuknya *place identity* ditentukan oleh faktor lain yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini. Dengan kata lain 51,6% intensitas *place identity* ditentukan oleh faktor Evaluasi Internal, Evaluasi Eksternal, dan Komitmen. Namun demikian, dari ketiga faktor tersebut, Evaluasi Internal memberikan kontribusi yang terbesar sebagai prediktor *place identity*, yaitu 44,5% (lihat nilai Adjusted R Square pada Tabel 6.14), sedangkan penambahan “variabel” Evaluasi Eksternal dan Komitmen hanya menambah kontribusi 7,1% ketika dimasukkan ke dalam model regresi.

Table 6.14 Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Mean Square Error
1	.807 ^a	.651	.643	1.04197	1.08571
2	.847 ^b	.728	.719	.84744	.71800
3	.877 ^c	.794	.785	.70000	.49000

- a. Predictors: (Constant), Evaluasi internal
- b. Predictors: (Constant), Evaluasi internal dan Evaluasi Eksternal
- c. Predictors: (Constant), Evaluasi internal, Evaluasi Eksternal dan Komitmen

Selanjutnya Tabel 8.15 menunjukkan bahwa model yang terbentuk antara ketiga prediktor dari dimensi evaluatif *place identity* dengan intensitas *place identity* adalah signifikan ($p < 0.001$), yang berarti bahwa ketiga faktor Evaluasi Internal, Evaluasi Eksternal, dan Komitmen tersebut memang signifikan sebagai prediktor bagi terbentuknya *place identity*.

Table 6.15 ANOVA^a Evaluasi Internal, Evaluasi Eksternal

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	198.499	14	14.179	10.887	.000 ^b
Residual	124.338	228	.545		
Total	322.837	242			

- a. Predictors: (Constant), Evaluasi internal, Evaluasi Eksternal, Komitmen
- b. Dependent Variable: Place Identity

Sebagai salah satu dimensi *place identity* yang terbentuk dari ketiga faktor dari dimensi evaluatif yang mencakup Evaluasi Internal, Evaluasi Eksternal dan Komitmen, maka digunakan uji koefisien β yang signifikan ($p < 0.05$). Uji koefisien tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel signifikan sebagai prediktor *place identity*.

Tabel 6.16 menunjukkan bahwa ketiga faktor yang terdiri dari Evaluasi Internal, Evaluasi Eksternal dan Komitmen signifikan sebagai prediktor *place identity* sebagaimana telah diindikasikan pada Model Summary pada Tabel 6.14.

Tabel 6.16. Koefisien Regresi Jalur Model

Model	Variabel	Koefisien Regresi	
		B	Standar Error
1	Evaluasi Eksternal	0,254	0,009
	Evaluasi Internal	0,453	0,010
2	Evaluasi Eksternal	0,254	0,009
	Evaluasi Internal	0,453	0,010
	Komitmen	0,155	0,009
3	Evaluasi Eksternal	0,254	0,009
	Evaluasi Internal	0,453	0,010
	Evaluasi Eksistensi	0,000	0,000
	Komitmen	0,155	0,009

a. Regresi Jalur Terarah: Intensitas Place Identity

Dari nilai β pada Tabel 6.16 terlihat bahwa kontribusi faktor Komitmen terhadap pembentukan *Place Identity* relatif kecil dibanding 2 faktor yang lain ($\beta = 0,155$). Meskipun demikian, kontribusinya tetaplah signifikan ($p < .05$). Penelitian ini menemukan bahwa apabila dilihat dari kontribusi ~~masing-masing~~ faktor dalam penilaian masyarakat terhadap *place identity* (nilai β pada Tabel 6.16), maka setiap 1 unit perubahan pada nilai Evaluasi Internal oleh masyarakat akan merubah 0,453 unit nilai evaluasi terhadap intensitas *place identity*. Sedangkan setiap 1 unit perubahan pada nilai Evaluasi Eksternal akan merubah 0,254 unit penilaian masyarakat terhadap *place identity*. Faktor Komitmen, meskipun signifikan, hanya memberikan kontribusi yang relatif kecil, untuk setiap perubahan nilai Komitmen 1 unit hanya akan merubah 0,155 unit penilaian masyarakat terhadap *place identity*.

6.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas *Place Identity*

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi evaluasi masyarakat terhadap intensitas *place identity* dilakukan analisis chi-square antara variable penghunian dengan masing-masing *place identity*. Secara detail dari hasil analisis tersebut dapat diketahui variable-variabel penghunian apa saja yang berpengaruh terhadap penilaian masyarakat terhadap intensitas *place identity*.

Sebagaimana dijelaskan pada Bab II (Tinjauan Pustaka), variable-variabel penghunian seperti tempat kelahiran dan lama tinggal di suatu tempat merupakan faktor yang menentukan intensitas *place identity*. Dalam penelitian ini variabel penghunian yang akan dilihat pengaruhnya terhadap intensitas *place identity* adalah status rumah, tempat kelahiran, lama tinggal di Kota Malang, frekuensi berpindah rumah, dan tingkat kecintaan terhadap Kota Malang.

Sebagaimana dijelaskan pada Bab II (Tinjauan Pustaka), variable-variabel penghunian seperti tempat kelahiran dan lama tinggal di suatu tempat, status kepemilikan rumah dan sebagainya merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya *place identity*. Dalam penelitian ini variabel penghunian yang akan dilihat pengaruhnya terhadap terbentuknya *place identity* adalah status kepemilikan rumah, tempat kelahiran, lama tinggal di Kota Malang, frekuensi berpindah rumah, dan tingkat kecintaan terhadap Kota Malang.

6.1.1 Pengaruh Status Kepemilikan Rumah Terhadap *Place Identity*

Kepemilikan rumah merupakan salah satu faktor yang kemungkinan mempengaruhi terbentuknya *place identity* (Becker & Keim, 1973). "Kepemilikan rumah" yang mereka maksud marujuk pada kualitas lingkungan hunianrya. Namun demikian, dalam masyarakat Indonesia, status kepemilikan rumah, apakah hak milik atau hanya sekedar menyewa (bukan hak milik) kemungkinan juga akan menentukan terbentuknya *place identity*. Oleh karena itu, dilakukan analisis dengan chi-square untuk melihat kemungkinan hubungan antara status kepemilikan rumah dengan terbentuknya *place identity*.

Dari Tabel 6.17 dapat dilihat bahwa secara keseluruhan, 82,4% masyarakat Malang merasa bangga sebagai "orang" Malang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Malang ~~menunjukkan~~ dirinya terhadap lingkungan sosial Kota Malang. Dari jumlah masyarakat yang merasa bangga mengidentifikasi dirinya sebagai "orang Malang" tersebut, 73,8% dari mereka memiliki rumah dengan status hak milik, dan hanya 26,2% di antara mereka yang memiliki status rumah bukan hak milik. Hanya ada 3,3% dari jumlah masyarakat yang tidak merasa bangga sebagai warga Kota Malang, jumlah yang relatif sangat kecil dibandingkan dengan prosentase masyarakat yang bangga mengidentifikasi dirinya ~~sebagai~~ "orang Malang", yang terdiri dari 2,5% adalah mereka yang memiliki status rumah bukan hak milik dan hanya 0,8% yang memiliki rumah dengan status hak milik. Kondisi tersebut merupakan

memiliki dan berada merupakan yang memiliki status rumah tidak ada, sedangkan sebagai merupakan yang merasa bangga dan mengidentifikasikan dirinya sebagai 'orang Malang' memiliki rumah dengan status tidak ada, sedangkan sebagai merasa merupakan yang tidak merasa bangga dan tidak mengidentifikasikan dirinya sebagai 'orang Malang' memiliki rumah dengan status tidak ada.

Tabel 6.17 Tabulasi Silang Rasa Bangga Sebagai Anggota Komunitas Malang dengan Status Rumah

			Status Rumah		Total
			Tidak Ada	Ada	
Rasa Bangga Sebagai Anggota Komunitas Malang	Tidak	Tidak	100	0	100
		Memiliki	0	100	100
		Ya, saya merasa bangga sebagai orang Malang	100	0	100
		Ya, saya merasa bangga	100	0	100
		Tidak	0	100	100
Rasa Bangga Sebagai Anggota Komunitas Malang	Ada	Tidak	100	0	100
		Memiliki	0	100	100
		Ya, saya merasa bangga sebagai orang Malang	100	0	100
		Ya, saya merasa bangga	100	0	100
		Tidak	0	100	100
Rasa Bangga Sebagai Anggota Komunitas Malang	Tidak	Tidak	100	0	100
		Memiliki	0	100	100
		Ya, saya merasa bangga sebagai orang Malang	100	0	100
		Ya, saya merasa bangga	100	0	100
		Tidak	0	100	100
Rasa Bangga Sebagai Anggota Komunitas Malang	Ada	Tidak	100	0	100
		Memiliki	0	100	100
		Ya, saya merasa bangga sebagai orang Malang	100	0	100
		Ya, saya merasa bangga	100	0	100
		Tidak	0	100	100

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara identitas suatu tempat (dalam konteks lingkungan sosial masyarakat) dilakukan analisis lebih lanjut yaitu *chi-square* test (lihat Tabel 6.18). Nilai Pearson *chi-square* menunjukkan bahwa ada hubungan antara *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan) dengan status rumah ($p < 0.01$). Hasil test tersebut menunjukkan bahwa status rumah memiliki pengaruh terhadap terbentuknya *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan). Namun

demikian, hubungan antara status rumah dan *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan) tidaklah terlalu kuat ($r = 0,242$) sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi Cramer's V pada Tabel 6.19.

Tabel 6.18 (a) Hubungan Status Rumah dengan *Place Identity* (dalam Konteks Sosial Kemasyarakatan) dengan Status Rumah

	Ya	Tidak	Jumlah
Memiliki Rumah	100	100	200
Tidak Memiliki Rumah	100	100	200
Jumlah	200	200	400

Source: Data Primary Research, 2022. Data from the survey conducted in Malang City, 2022.

Tabel 6.18 (b) Hubungan Status Rumah dengan *Place Identity* (dalam Konteks Sosial Kemasyarakatan)

	Ya	Tidak	Jumlah
Memiliki Rumah	100	100	200
Tidak Memiliki Rumah	100	100	200
Jumlah	200	200	400

Apabila status rumah dilihat pengaruhnya terhadap *place identity* (dalam konteks lingkungan fisik), maka hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, 92,2% masyarakat Malang merasa bangga tinggal di Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Malang mengidentifikasi dirinya terhadap lingkungan fisik Kota Malang. Dari jumlah masyarakat yang merasa bangga mengidentifikasi dirinya sebagai 'orang Malang' tersebut, 70,8% dari mereka memiliki rumah dengan status hak milik, dan hanya 21,7% di antara mereka yang memiliki rumah bukan hak milik. Lebih jauh hasil penelitian menunjukkan bahwa

hanya ada 0,8 % masyarakat yang tidak merasa bangga sebagai warga Kota Malang, dengan prosentase yang berimbang antara yang memiliki rumah dengan status hak milik dan yang bukan hak milik (masing-masing hanya 0,4%). Jumlah tersebut sangat kecil dibandingkan dengan prosentase masyarakat yang mengidentifikasi dirinya sebagai “orang Malang” yang berarti boleh dibilang hampir seluruh masyarakat bangga tinggal di Kota Malang. Dengan kata lain terbesar masyarakat mengidentifikasi dirinya “orang Malang”.

Tabel 8.201 Persepsi Orang Asing Tentang Kota Malang (Program 8 Kota Malang dengan Status Rumah)

Kategori	Sub-kategori	Jenis	Masyarakat Asing		Total
			Orang Asing	Masyarakat Asing	
Masyarakat Asing	Kota Malang	Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
Masyarakat Asing	Masyarakat Asing	Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
Masyarakat Asing	Masyarakat Asing	Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
Masyarakat Asing	Masyarakat Asing	Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%
		Orang Asing	100%	100%	100%

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara identitas suatu tempat (*place identity*) dengan status rumah dilakukan analisis lebih lanjut yaitu chi-square test (lihat Tabel 8.21). Nilai Pearson chi-square menunjukkan bahwa ada hubungan antara *place*

identitas dengan status rumah ($p < 0.05$). Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa status rumah memiliki pengaruh signifikan terhadap terbentuknya *place identity*.

Tabel 6.21 Hubungan antara Status Rumah Dengan *Place Identity*

	rumah	χ^2	signif. (p < 0.05)
rumah tidak layak	tidak	0.000	0.999
rumah layak	tidak	0.000	0.999
rumah layak (sangat layak)	tidak	0.000	0.999
rumah layak	ya	0.000	0.999

Namun demikian, meskipun ada hubungan antara status rumah dan *place identity* namun hubungannya sangatlah lemah. Nilai koefisien korelasi Cramer's V sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 6.22 sebesar 0,194, meskipun hubungan antara status rumah dan *place identity* signifikan ($p < 0.05$).

Tabel 6.22 Korelasi antara Status Rumah dan *Place Identity*

	rumah	signif. (p < 0.05)
rumah tidak layak	tidak	0.999
rumah layak	tidak	0.999
rumah layak (sangat layak)	tidak	0.999
rumah layak	ya	0.999
rumah layak (sangat layak)	ya	0.999
rumah layak	ya	0.999
rumah layak (sangat layak)	ya	0.999

Hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa status rumah memiliki pengaruh signifikan terhadap terbentuknya *place identity* di perkotaan, meskipun pengaruh tersebut relatif kecil.

3.1.3 Pengaruh Tempat Kelahiran Dengan *Place Identity*

Berdasarkan literatur empiris, salah satu factor yang mempengaruhi terbentuknya *place identity* adalah pengalaman lokal dan memainkan peran penting dalam intensitas *place identity*.

adalah tempat kelahiran (Lalli, 1992). Meskipun sebagian orang menyatakan bahwa tempat kelahiran tidak terlalu berhubungan dengan identitas suatu tempat bagi [REDACTED] & Keim, 1973). [REDACTED] Lalli (1988) dan Lalli (1992) menunjukkan bahwa penduduk yang lahir di suatu kota tertentu lebih mengidentifikasi dirinya dengan kota tersebut dibandingkan dengan orang yang lahir di kota lain. Oleh karena itu penelitian ini mengkaji pula pengaruh tempat kelahiran terhadap terbentuknya *place identity*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kaitannya dengan tempat kelahiran secara keseluruhan 84,2% masyarakat Malang merasa bangga sebagai "orang Malang". Dari jumlah masyarakat yang merasa [REDACTED] mengidentifikasi dirinya sebagai "orang Malang" tersebut, 65,4% lahir di Kota Malang, sementara hanya 18,8% yang lahir di kota lain. Sementara itu, hanya ada 3,3 % dari jumlah masyarakat yang tidak merasa bangga sebagai warga Kota Malang, yang terdiri dari 25% adalah mereka yang lahir di kota lain dan 0,8% adalah mereka yang lahir di Kota Malang. Apabila dilihat prosentasenya, nampak bahwa sebagian terbesar masyarakat yang merasa bangga sebagai "arema" (arek Malang atau warga Kota Malang) lahir di Kota Malang, sementara sebagian terbesar dari mereka yang merasa tidak bangga mengidentifikasi dirinya sebagai warga Kota Malang lahir di kota lain.

Tabel 6.23 Hubungan Antara Tempat Asal Dengan Tempat Mula Mula Melayu Dengan Tempat Kelahiran

			Tempat Kelahiran		Total
			Melayu	Non Melayu	
Tempat Asal	Kuala Lumpur	Kuala Lumpur	100	100	200
		Ipoh	100	100	200
		Kuala Lumpur	100	100	200
		Kuala Lumpur	100	100	200
		Kuala Lumpur	100	100	200
	Kuala Lumpur	Kuala Lumpur	100	100	200
		Ipoh	100	100	200
		Kuala Lumpur	100	100	200
		Kuala Lumpur	100	100	200
		Kuala Lumpur	100	100	200
	Kuala Lumpur	Kuala Lumpur	100	100	200
		Kuala Lumpur	100	100	200
		Kuala Lumpur	100	100	200
Kuala Lumpur	Kuala Lumpur	100	100	200	
	Ipoh	100	100	200	
	Kuala Lumpur	100	100	200	
	Kuala Lumpur	100	100	200	
	Kuala Lumpur	100	100	200	

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara identitas suatu tempat (dalam konteks lingkungan sosial masyarakat) dilakukan analisis lebih lanjut yaitu chi-square test. Nilai Pearson chi-square pada Tabel 6.24 menunjukkan bahwa ada hubungan antara *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan) dengan tempat kelahiran ($p < 0.001$). Hasil test tersebut menunjukkan bahwa tempat kelahiran memiliki pengaruh terhadap terbentuknya *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan). Lebih jauh hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara tempat kelahiran dengan *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan)

berdasarkan tabel hasil uji χ^2 (0,007) menunjukkan hubungan yang signifikan antara *place identity* dengan *place attachment* (lihat Tabel 6.26).

Tabel 6.26 Distribusi Tempat Kelahiran dan *Place Identity* (dalam Rangka Hasil *Contingency Chi-Square Test*)

	Ya	Tidak	Jumlah Baris
Tempat lahir Malang	66,3%	0,8%	67,1%
Tempat lahir selain Malang	26,3%	0,8%	27,1%
Jumlah Kolom	92,5%	1,6%	94,1%

Chi-Square = 14,776, df = 1, p = 0,000. Expected counts are given below the cells. Cells with expected counts less than 5 are marked with *.

Tabel 6.27 Distribusi Tempat Kelahiran dan *Place Identity* (dalam Rangka Hasil *Contingency Chi-Square Test*)

	Ya	Tidak	Jumlah Baris
Tempat lahir Malang	66,3%	0,8%	67,1%
Tempat lahir selain Malang	26,3%	0,8%	27,1%
Jumlah Kolom	92,5%	1,6%	94,1%

Apabila tempat kelahiran **■** pengaruhnya terhadap *place identity* (dalam konteks lingkungan fisik), maka hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan 92,5% masyarakat Malang merasa bangga tinggal di Kota Malang, yang terdiri dari 66,3% masyarakat yang lahir di Kota Malang dan 26,3% lahir di kota lain (lihat Tabel 6.26). Lebih jauh hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya ada 0,8 % masyarakat yang tidak merasa bangga sebagai warga Kota Malang dan seluruhnya lahir di kota lain. Meskipun jumlah tersebut sangat kecil dibandingkan dengan prosentase **■** yang bangga mengidentifikasi dirinya sebagai “orang Malang” namun memberikan gambaran yang jelas bahwa semua masyarakat yang **t i i** bangga tinggal di Kota Malang adalah mereka yang lahir di luar Kota Malang. Dengan kata lain sebagian terbesar masyarakat yang merasa bangga mengidentifikasi dirinya sebagai “orang Malang” adalah masyarakat yang lahir di Kota Malang, sedangkan seluruh masyarakat yang tidak bangga tinggal di Kota Malang lahir di kota selain Kota Malang.

Tabel 6.26 Tabulasi silang antara Place Identity dengan Tempat Kelahiran dengan Tempat Kelahiran

			Tempat Kelahiran		Total
			Tempat	Tempat	
Tempat Kelahiran	Tempat	Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
	Tempat	Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
	Tempat	Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
		Tempat	100	100	200
Tempat	Tempat	100	100	200	
	Tempat	100	100	200	
	Tempat	100	100	200	
	Tempat	100	100	200	

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara identitas suatu tempat (*place identity*) dengan tempat kelahiran dilakukan analisis chi-square. Nilai Pearson chi-square pada Tabel 6.27 menunjukkan bahwa ada hubungan, yang signifikan antara *place identity* dengan tempat kelahiran ($p = 0.01$). Hasil test tersebut menunjukkan bahwa tempat kelahiran memiliki pengaruh terhadap terbentuknya *place identity*.

Tabel 6.27 Hubungan antara Tempat Kelahiran dengan Place Identity

	Tempat	Tempat	Total
Tempat	100	100	200
Tempat	100	100	200
Tempat	100	100	200

Lalli dan dua peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk menguji hubungan dan *place identity* dalam konteks lingkungan fisik melalui sebuah studi. Hal ini dilakukan oleh uji koefisien korelasi (Pearson's r) menggunakan sampel acak pada tahun 1994 yang hanya 1.204, termasuk lingkungan urban tempat penelitian dan *place identity* tersebut signifikan ($p < 0,001$). Hasil tersebut bahwa dengan lingkungan urban tempat penelitian dengan *place identity* (dalam konteks sosial-komunitarian) yang cukup kuat.

Tabel 4.20 Korelasi antara Tempat Kelahiran dan *Place Identity*

		Urban	Non-Urban
Kategori Tempat Kelahiran	Urban	0,41	0,37
	Suburban	0,39	0,37
	Rural	0,39	0,37
Kategori <i>Place Identity</i>	Urban	0,41	0,37
	Non-Urban	0,39	0,37

Penelitian penelitian ini dapat menunjukkan bahwa tempat kelahiran berpengaruh terhadap terbentuknya *place identity* di lingkungan urban signifikan. Temuan tersebut, tempat kelahiran telah berpengaruh terhadap terbentuknya *place identity* dalam arti pengembalian nilai-nilai sosial budaya sebagai identitas masyarakat lingkungan tersebut lingkungan lingkungan fisik perkotaannya. Temuan tersebut dengan hasil empiris, maka hasil penelitian ini secara *place identity* telah yang dilakukan oleh Lalli (1992, 1993).

4.1.3 Pengaruh Lama Tinggal Terhadap *Place Identity*

Sebagaimana diungkapkan oleh Lalli (1992), studi empiris biasanya mengacu pada faktor-faktor temporal yang signifikan. Becker & Keim (1973) serta Lalli (1992) menemukan bahwa hubungan dengan lingkungan fisik dan sosial menjadi lebih kuat sejalan dengan meningkatnya lama tinggal seseorang di suatu tempat. Oleh karena itu, lama tinggal dipandang sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam pengidentifikasian lokal atau *place identity* (Treinen, 1965; Köhler, 1981; Thum, 1981; Lalli, 1992). Oleh karena itu pada penelitian ini lama tinggal juga dikaji pengaruhnya terhadap terbentuknya *place identity*.

Dari Tabel 6.29 dapat dilihat bahwa 84,2% masyarakat Malang merasa bangga sebagai "orang" Malang, yang terdiri dari 34,2% masyarakat yang tinggal di Kota Malang kurang dari 30 tahun dan 50% masyarakat yang tinggal di Kota Malang lebih dari 30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Malang yang mengidentifikasi dirinya terhadap lingkungan sosial Kota Malang telah tinggal di Kota Malang lebih dari 30 tahun. Sedangkan masyarakat Kota [redacted] yang tidak memiliki rasa kebanggaan sebagai warga Kota Malang (dengan jumlah yang relatif sangat kecil, hanya 39%) seluruhnya tinggal di Kota Malang kurang dari 30 tahun, dan tidak ada yang tinggal di Kota Malang lebih dari 30 tahun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian terbesar masyarakat yang merasa bangga atau mengidentifikasi dirinya sebagai "[redacted] Malang" telah [redacted] di Kota Malang lebih dari 30 tahun dan sebaliknya, masyarakat yang tidak merasa bangga [redacted] tidak mengidentifikasi dirinya sebagai "orang Malang" tinggal di Kota Malang kurang dari 30 tahun.

Tabel 6.30. Hubungan Antara Lama Tinggal Dengan Identitas Masyarakat Kota Malang dengan Lama Tinggal di Kota Malang

		Lama Tinggal di Kota Malang			
		Orang Asli	Orang Baru	Total	
Orang Asli	Orang Asli	100	0	100	
	Orang Baru	0	0	0	
	Expected Count	100	0	100	
	% within Lama Tinggal di Kota Malang	100%	0%	100%	
	Orang Baru	Orang Asli	0	0	0
		Orang Baru	0	0	0
		Expected Count	0	0	0
		% within Lama Tinggal di Kota Malang	0%	0%	0%
	Total	Orang Asli	100	0	100
		Orang Baru	0	0	0
Expected Count		100	0	100	
% within Lama Tinggal di Kota Malang		100%	0%	100%	

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara lama tinggal dengan identitas suatu tempat (dalam konteks lingkungan sosial masyarakat) dilakukan analisis *chi-square test* dengan hasil sebagaimana terlihat pada Tabel 6.30. Nilai Pearson *chi-square* menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan) dengan lama tinggal ($p < 0.001$). Hasil test tersebut menunjukkan bahwa lama tinggal memiliki pengaruh terhadap terbentuknya *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan).

Tabel 6.30 (Konteks Sosial) Hubungan Antara Lama Tinggal (Dalam Konteks Sosial Masyarakat) dengan Lama Tinggal

	lama	si	Asymp. Sig. (2x2)
Merasa bangga tinggal di Kota Malang	100	100	.000
Merasa tidak bangga tinggal di Kota Malang	100	100	.000
Total	200	200	

a. Berdasarkan uji chi-square. b. Berdasarkan uji Fisher's Exact Test. c. Berdasarkan uji Likelihood Ratio.

Lebih jauh hasil penelitian menunjukkan hubungan antara lama tinggal dengan *place identity* (dalam konteks sosial kemasyarakatan) yang cukup kuat ($r = 0,325$) sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi Cramer's V pada Tabel 6.31.

Tabel 6.31 Hubungan antara Lama Tinggal dan *Place Identity* (dalam Konteks Sosial Masyarakat)

	lama	Asymp. Sig.
Merasa bangga tinggal di Kota Malang	100	.000
	100	.000
	100	.000
Merasa tidak bangga tinggal di Kota Malang	100	.000
	100	.000
	100	.000
Total	200	

a. Berdasarkan uji chi-square.

b. using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Apabila lama tinggal dilihat pengaruhnya terhadap *place identity* (dalam konteks lingkungan fisik), maka hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan 92,2% masyarakat Malang merasa bangga tinggal di Kota Malang dengan komposisi 40,8% tinggal di Kota Malang kurang dari 30 tahun dan 51,7% tinggal di Kota Malang lebih dari 30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Malang yang mengidentifikasi dirinya terhadap lingkungan fisik Kota Malang telah tinggal di Kota Malang cukup lama, lebih dari 30 tahun. Namun demikian, perbedaan jumlah masyarakat yang tinggal di Kota Malang selama lebih dari 30 tahun dengan yang kurang dari 30 tahun tidak terlalu jauh perbedaannya. Sedangkan masyarakat Kota Malang yang tidak merasa bangga dengan lingkungan fisik Kota

Malang tahun 2018, dan jumlah responden dari masing-masing tingkat pendidikan yang tinggal di Kota Malang tahun 2018 adalah:

Tabel 6.32 Tabulasi Silang Antara Rasa Bangga Tinggal di Kota Malang dengan Lama Tinggal di Kota Malang

			Lama Tinggal di Kota Malang		Total
			1-5 tahun	6-10 tahun	
Rasa Bangga Tinggal di Kota Malang	Sangat Tidak Bangga	Tidak	1	0	1
		Kurang Bangga	1	0	1
		Berimbang	1	0	1
		Berbangga	1	0	1
		Sangat Bangga	1	0	1
Sedang	Tidak	Tidak	1	0	1
		Kurang Bangga	1	0	1
		Berimbang	1	0	1
		Berbangga	1	0	1
		Sangat Bangga	1	0	1
Tidak Bangga	Tidak	Tidak	1	0	1
		Kurang Bangga	1	0	1
		Berimbang	1	0	1
		Berbangga	1	0	1
		Sangat Bangga	1	0	1
Sangat Bangga	Tidak	Tidak	1	0	1
		Kurang Bangga	1	0	1
		Berimbang	1	0	1
		Berbangga	1	0	1
		Sangat Bangga	1	0	1
Total	Tidak	Tidak	5	0	5
		Kurang Bangga	5	0	5
		Berimbang	5	0	5
		Berbangga	5	0	5
		Sangat Bangga	5	0	5
Total	6-10 tahun	Tidak	0	0	0
		Kurang Bangga	0	0	0
		Berimbang	0	0	0
		Berbangga	0	0	0
		Sangat Bangga	0	0	0
Total	Total	Tidak	5	0	5
		Kurang Bangga	5	0	5
		Berimbang	5	0	5
		Berbangga	5	0	5
		Sangat Bangga	5	0	5

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara identitas suatu tempat (*place identity*) dengan lama tinggal dilakukan analisis chi-square test (lihat Tabel 6.33). Nilai Pearson chi-square menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan ($p < 0.01$) antara *place identity* dengan lama tinggal. Dengan kata lain hasil tersebut menunjukkan bahwa lama tinggal memiliki pengaruh terhadap terbentuknya *place identity*.

Tabel 6.33 Hubungan Antara Lama Tinggal Dengan Place Identity

	lama	SI	Signif. Sig. (2-tailed)
tempat kelahiran	0,417 ^a	0,000	0,000
tempat tinggal saat ini	0,310 ^a	0,000	0,000
tempat tinggal sebelumnya	0,202 ^a	0,000	0,000
umur	0,000	0,999	0,999

a. R Square = 0,277. Predictors: (Constant), lama tinggal saat ini, lama tinggal sebelumnya, umur

Hasil penelitian, menunjuk ada hubungan antara lama tinggal dengan place identity, tempat tinggalnya saat ini yang kuat. Hal tersebut terdapat di tabel 6.33 sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 6.34 tersebut. Uji SPSS menunjuk hubungan antara lama tinggal dengan place identity sangat signifikan ($p = 0,000$).

Tabel 6.34 Korelasi Antara Lama Tinggal dengan Place Identity

	lama	Signif. Sig.
tempat tinggal saat ini	0,417 ^a	0,000
tempat tinggal sebelumnya	0,310 ^a	0,000
umur	0,000	0,999

- a. R Square = 0,277. Predictors: (Constant), lama tinggal saat ini, lama tinggal sebelumnya
- b. Based on total correlations

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan lama tinggal berpengaruh terhadap terbentuknya *place identity* di perkotaan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan [penelitian empiris](#) sebagaimana dikemukakan oleh Treinen (1965), Becker & Keim (1973), Kohler (1981), Thum (1981) dan Lalli (1988; 1992). Namun demikian, apabila dibandingkan, maka pengaruh lama tinggal lebih kuat pada pembentukan *place identity* dalam konteks lingkungan sosial [dari pada lingkungan fisik](#).

Secara keseluruhan dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada tiga faktor utama yang mempengaruhi terbentuknya *place identity* di perkotaan, [yaitu](#) identitas tempat dalam lingkungan sosial maupun lingkungan fisik, yaitu faktor status kepemilikan rumah, tempat kelahiran, dan lama tinggal di kota yang bersangkutan. Ketiga faktor tersebut secara bersama-sama mempunyai peran penting dalam

pembentukan *place identity*. Temuan hasil penelitian ini sejalan dengan literatur empiris dan mendukung penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya seperti antara lain Lalli (1988, 1992). Namun demikian, perlu dikaji kestabilan faktor-faktor tersebut dan kemungkinan faktor-faktor pengaruh lain yang belum dapat teridentifikasi dalam penelitian ini, yang akan dilakukan pada penelitian tahap lanjutan dari penelitian ini. Disamping itu, perlu pula digali faktor-faktor yang mempengaruhi masing-masing dari ketiga dimensi evaluatif *place identity* yang ditemukan dalam penelitian ini, agar dapat diperoleh gambaran fenomena secara lebih detail tentang dimensi evaluatif *place identity* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kajian-kajian lanjutan tersebut akan dilakukan pada penelitian tahap lanjutan dari penelitian ini.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Temuan tiga dimensi evaluatif *place identity* (dimensi atau kelas yang menunjukkan perilaku masyarakat terhadap identitas *place identity*) pada lingkungan internal, Eksternal, dan Perantara.
2. Ketiga dimensi evaluatif *place identity* menjelaskan 60,34% dari keberagaman yang ada di masyarakat.
3. Temuan penelitian ketiga dimensi evaluatif *place identity* memberikan kontribusi 81,07% bagi terbentuknya *place identity* lokal dan 88,17% faktor lain yang mempengaruhi terbentuknya *place identity* di perkotaan yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
4. Ada tiga faktor utama yang mempengaruhi pembentukan *place identity* di perkotaan baik identitas tempat dalam konteks lingkungan sosial maupun lingkungan fisik, yaitu status kepemilikan rumah, tempat kelahiran, dan lama tinggal di kota yang bersangkutan, dan tidak dipengaruhi oleh frekuensi pindah rumah dan kecintaan kepada kota tersebut. Temuan penelitian ini sejalan dengan literatur empiris. Namun demikian, temuan ini belum menunjukkan hasil yang stabil. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengungkapkan lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya *place identity*.
5. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengembangkan ketiga dimensi evaluatif tersebut dan menggali lebih jauh permasalahan dan penelitian dimensi evaluatif *place identity* pada lingkungan fisik dengan menggunakan metode.
6. Dalam penelitian ini belum terungkap aspek-aspek lokal perkotaan yang menjadi predictor terbentuknya *place identity*. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengungkapkan aspek-aspek lokal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Altman, I. & Low, S.M. (1992). *Place Attachment*. New York: Plenum Press.
- Bernardo, F. & Palma, J. M. (2005). Place Change and Identity Processes. *Ambiente y Comportamiento Humano*, 6 (1), 71-87.
- Canter, D. (1977). *The Psychology of Place*. London: The Architectural Press Ltd.
- Dave (2006). *Saving-our-town's-character*. <http://www.helensville.co.nz/blog/2006/07/saving-our-town-character.html> retrieved 30 July 2007.
- Dixon, J. & Durrheim, K. (2000). Displacing Place-Identity: A Discursive Approach to Locating Self and Other, *British Journal of Social Psychology*, 39, 27-44.
- Ernawati, J. (1992). *Studi Pendekatan Penanganan Permukiman di Kawasan Bersejarah Kota yang Merupakan Aset Wisata*. Bandung: ITB.
- Ernawati, J. (2005). *Impressions and Cognitive Evaluations of an Historic District by Tourists and the Local Community*. Sydney: The University of Sydney.
- Ernawati, J. & Amiuza, C. H. (2006). *Karakteristik Kota Dalam Persepsi Masyarakat Penghuninya*, Malang: Lemlit Universitas Brawijaya. Laporan Hasil Penelitian.
- Fried, M. (2001). Continuities and Discontinuities of Place. *Journal of Environmental Psychology*, 20, 193-205.
- Green, R. (1995). *Community perception of town character: A case study in Byron Bay, New South Wales*. *People and Physical Environment Research*
- Green, R. (1999). *Meaning and form in community perception of town character*. *Journal of Environmental Psychology*, 19, 311-329.
- Habe, R. (1989). Public design controls in American communities. *Town and Country Review*, 60, 195-219.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hoyle, R. H., Harris, M. J. & Judd, C. M. (2002). *Research Methods In Social Relations*. Wadsworth: Thomson Learning.
- Huck, S. W. (2000). *Reading Statistics and Research*. New York: Longman.
- Fisher, J. J. (2006). *Creating Place Identity: It's Part of Human Nature*. Course Description of Place, Identity and Difference. Built Environment Geography.
- Kennie, C. D. (2006). *The growing town of Wells seeks input on preserving town character and natural assets*. *The Wells Gateway Community Design Workshop*.
- Lalli, M. (1992). *Urban-Related Identity: Theory, Measurement, and Empirical Findings*. *Journal of Environmental Psychology*, 12, 285-303.
- Lynch, K. (1990). *The city as environment*. Cambridge: MIT Press.
- Mazumdar, S., Mazumdar, S., Docuyan, F., McLaughlin, C. M. (2000). Creating a Sense of Place: The Vietnamese-Americans and Little Saigon. *Journal of Environmental Psychology*, 20, 318-333.
- Moore, T. Gary, S. (1985) *Environmental Design Research Directions*. Printed in United State of America. by Praeger Publisher.
- Moore, G. T. (1987). Environment and Behaviour Research in North America: History, Developments, and Unresolved Issues. In D. Stokols & I. Altman (Eds.). *Handbook of Environmental Psychology*, Vol. 2. New York: Wiley, pp. 1359-1410.
- Pamungkas Tri Sigmawan, ST, MT. (2005) *Tipologi, Topologi dan Morfologi Arsitektur Kolonial Belanda di Komplek PG. Kebon Agung Malang*. jurusan Arsitektur F.T.Unibraw .Malang: Laporan Hasil Penelitian

- Proshansky, H., Fabian, A. K & Kaminoff, R. (1983). Place Identity: ~~Physical~~ World Socialization of the Self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Rapoport, A (1977). *Human Aspects of Urban Form*. Oxford: Pergamon Press.
- Rapoport, A (1982). *The Meaning of the Built Environment*. Beverly Hills, CA: Sage.
- R i i . M. C. A *History of Modern Indonesia*.(1981), Bloomington Indiana University Press.
- Russell, J. A. & Ward, L. M. (1982). Environmental Psychology. *Annual Review of Psychology*, 33, 651-688.
- Schulz, Christian Nobert,(1988). *Architecture Meaning and Place*, New York.Electa/Rizzoli,
- Snyder James C .(1984). *Architectural research*. New York. by Van Nostrand Reinhold Company Inc.
- Southworth, M. (1989). Theory and practice of contemporary urban design. *Town Planning Review*, 60, 369-402.
- Stokols, D. & Shumaker, S. A. (1981). People in Places: A Transactional View of Settings. In J. H. Harvey (Ed), *Cognition, Social Behavior and Environment*. Hillsdale, NJ: Lawrence, pp. 441-485.
- Sumalyo, Yulianto.(1993). *Arsitektur Kolonial Belanda di Indonesia*. Yogyakarta Gajah Mada University Press.
- Sumalyo, Yulianto.(1996). *Arsitektur Modern akhir abad XIX dan abad XX*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press.
- Sundstrom, E., Bell, P.A., Busby, P.L. & Asmus, C. (1996). Environmental Psychology 1989-1994. *Annual review of Psychology*, 47, 485-512.
- The Macquarie Dictionary (1982). *The Concise Macquarie Dictionary*. Sydney, Australia: Doubleday.
- The Oxford Dictionary (1994). ~~Oxford Dictionary~~ Learner's Dictionary. Oxford: Oxford University Press.
- Tjipto Atmodjo Sutjipto. (1983). Kota-kota pantai di sekitar Selat madura (Abad XVII sampai Medio abad XIX) .Yogyakarta. Universitas Gajah Mada .
- Tuan, Yi-Fu. (1976). *Topophilia*. Copyright. Minnesota Press.
- Tuan. Yi-Fu, (1977). *Space and Place*. Copyright. Minnesota Press.
- Twigger-Ross, C. L & Uzzel, D. L. (1996). Place and Identity Processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16, 205-220.
- Werner, C. M. (1987). Home Interiors: A T i e and Place for Interpersonal Relationship. *Environment and Behavior*, 19. 169-179.
- Wikipedia (2009). The free encyclopedia. *Place Identity*. Retrieved from: http://en.wikipedia.org/wiki/Place_identity 27 Maret 2009.
- Zeisel. John. (1984). *Inqiry by Design, Tool for Environment-Behavior Research*. Cambridge University Press.

RIWAYAT HIDUP PENELITI

1. Nama : Dr. Ir. Jenny Ernawati, MSP
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Purwokerto, 23 Desember 1962
3. Program Studi : Teknik Arsitektur
Fakultas : Teknik
Perguruan Tinggi : Universitas Brawijaya
4. Alamat Kantor : Fakultas Teknik Universitas Brawijaya
Jl. May Jen. MT Haryono 167, Malang 65145
Telepon / HP : (0341) 567486 / (0341) 551430
E-mail : jny23em@yahoo.com
Alamat Rumah : Perumahan Pondok Mangrove Blok 02 No 02
Jl. Mangrove Kompleks, Malang 65145
Telepon / HP : (0341) 551430
E-mail : jny23em@yahoo.com
5. Status : Tidak Menikah
6. Pangkat/ Gol. / Jabatan : NIP : 1962122301001001001
7. Jabatan Terakhir : -
8. Pendidikan Terakhir : Doktor, 2005,
(Perencanaan & Perancangan Kota /
Environment, Behaviour, and Society)
The University of Sydney, Sydney - Australia
9. Pengalaman Penelitian dan Pengajaran : -

A. Pengalaman Penelitian dalam bidang keahlian pokok (major) yang relevan dengan penelitian yang diusulkan

No.	Judul Penelitian / Artikel / Buku	Tahun
1.	Studi Perencanaan, Perancangan, Pengembangan & Analisis Berencana Kota yang Berorientasi pada Manusia (2005) - (2006)	2005
2.	Perencanaan and Regional Development of an Island Based by Tourism and the Local Community (2005)	2005
3.	Konsep-konsep Kota dalam Perencanaan Berencana Berorientasi pada Manusia Kota Malang	2007
4.	Model dan Model Perencanaan Kota Berorientasi Perencanaan Berencana Berorientasi pada Manusia Kota Malang	2008
5.	Model Teknik Perencanaan Perencanaan Berencana Berorientasi pada Manusia & Perencanaan	2008

B. Pengalaman Mengajar / Pemberian Mata Kuliah yang relevan dengan penelitian yang diusulkan

No.	Mata Kuliah	Tahun
1.	Urban Form	Universitas Brawijaya, FT UJUM
2.	Perencanaan Kota Perkotaan	Universitas Brawijaya, FT UJUM

1.	Visi	Menjadi Universitas IT terdepan
2.	Misi	Menjadi Universitas terdepan dan berkualitas di Indonesia
3.	Strategi	Menjadi Universitas terdepan dan berkualitas di Indonesia
4.	Struktur Organisasi	IT Telkom yang akan dilaksanakan melalui dan oleh Program Penunjang Utama

Makassar, 21 Desember 2019



(Dr. Ir. Jenny Ernawati, MSP)
NIP: 19621223 198802 2 0012001

APLIKASI HUBUN PENELITI

1. Nama : Triandriani Mustikawati, ST, MT
 2. Tempat dan Tanggal Lahir : Surabaya, 30 April 1974
 3. Program Studi : Teknik Arsitektur
 4. Fakultas : Teknik
 5. Universitas : Universitas Brawijaya
 6. Alamat Kantor : Fakultas Teknik Universitas Brawijaya

7. Telepon Kantor

8. E-mail

9. Alamat Rumah

- Telepon/ HP

- E-mail

5. Status
 6. Pangkat/ Gol. / Jabatan
 NIP
 Jabatan Struktural
 7. Pendidikan Terakhir

8. Pengalaman Penelitian dan Pengajaran

A. Pengalaman Penelitian dalam bidang keahlian pokok (major) yang relevan dengan penelitian yang diusulkan

No.	Judul Penelitian / Sumber Dana	Tahun
1.	Seting Aktifitas Pengguna Jalur Pedestrian pada Penggal Jl. Riset Komunitas, Malang (DPP Unibraw)	2003
2.	Identifikasi Sistem Perencanaan Tata Ruang Kabupaten Malang Pengenalan Identitas Kota (DPP Unibraw)	2004
3.	Studi Besaran Ruang Sebagai Panduan Perancangan Rumah Riset Komunitas, Malang (DPP Unibraw)	2005

B. Pengalaman Mengajar / Pemberian Mata Kuliah

No.	Mata Kuliah	Tempat
1.	Perencanaan Kota Perkotaan	Universitas Brawijaya, FT Teknik
2.	Teknik Arsitektur	Universitas Brawijaya, FT Teknik

Malang, 22 Oktober 2010

(Triandriani Mustikawati, ST, MT)
 NIP? 19740430 200012 2 001

LAMPYRAN 1 | METODE PENELITIAN

**KAJIAN TENTANG *PLACE IDENTITY* DI
KOTA MALANG**

NO. Responden :

Nama

Kelurahan

RT / RW

No Urut Sampel :

Hari/ Tgl

Surveyor

7. Status rumah yang ditempati saat ini:

- a. Hak Milik
- b. Hak Guna bangunan
- c. Sewa
- d. Menumpang pada Orang Tua/Saudara
- e. Menumpang pada orang lain
- f. Lainnya, sebutkan.....

8. Tempat kelahiran:.....

9. Lama tinggal di Kota Malang : tahun

10. Sudah berapa lama tinggal di lingkungan hunian saat ini:tahunbulan

11. Sudah berapa kali bapak/ibu/sdr pindah rumah selama ini : kali

12. Apakah bapak/ibu/sdr merasa mencintai/menyukai Kota Malang:

- a. Sama sekali tidak
- b. Agak mencintai/menyukai
- c. Mencintai/menyukai
- d. Sangat mencintai/menyukai

No		1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
11	Ada lebih dari dua orang (lebih dari jumlah di bawah)	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
12	Kita hanya sudah sangat sangat dan itu saja sudah	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
13	Kita ingin yang banyak di kita hanya untuk	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
14	Kita berharap dapat mendapatkan penghasilan di	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
15	Kita hanya mempunyai aset sendiri dan semua	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
16	Kita dapat melakukan usaha yang sangat untuk	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
17	Di samping itu, kita hanya mempunyai usaha yang	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
18	Kita hanya memiliki aset kekayaan kita yang	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
19	Merupakan sumber utama yang menghasilkan di	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
20	Kita hanya dengan melakukan usaha yang	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
21	Kita hanya dengan usaha sendiri (Kerja Pribadi)	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100
22	Kita hanya dengan usaha di kita hanya	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100	100-100

LAMPIRAN 2 : HASIL RESEARCH RANDOMIZER



Home | Download to Excel | Print

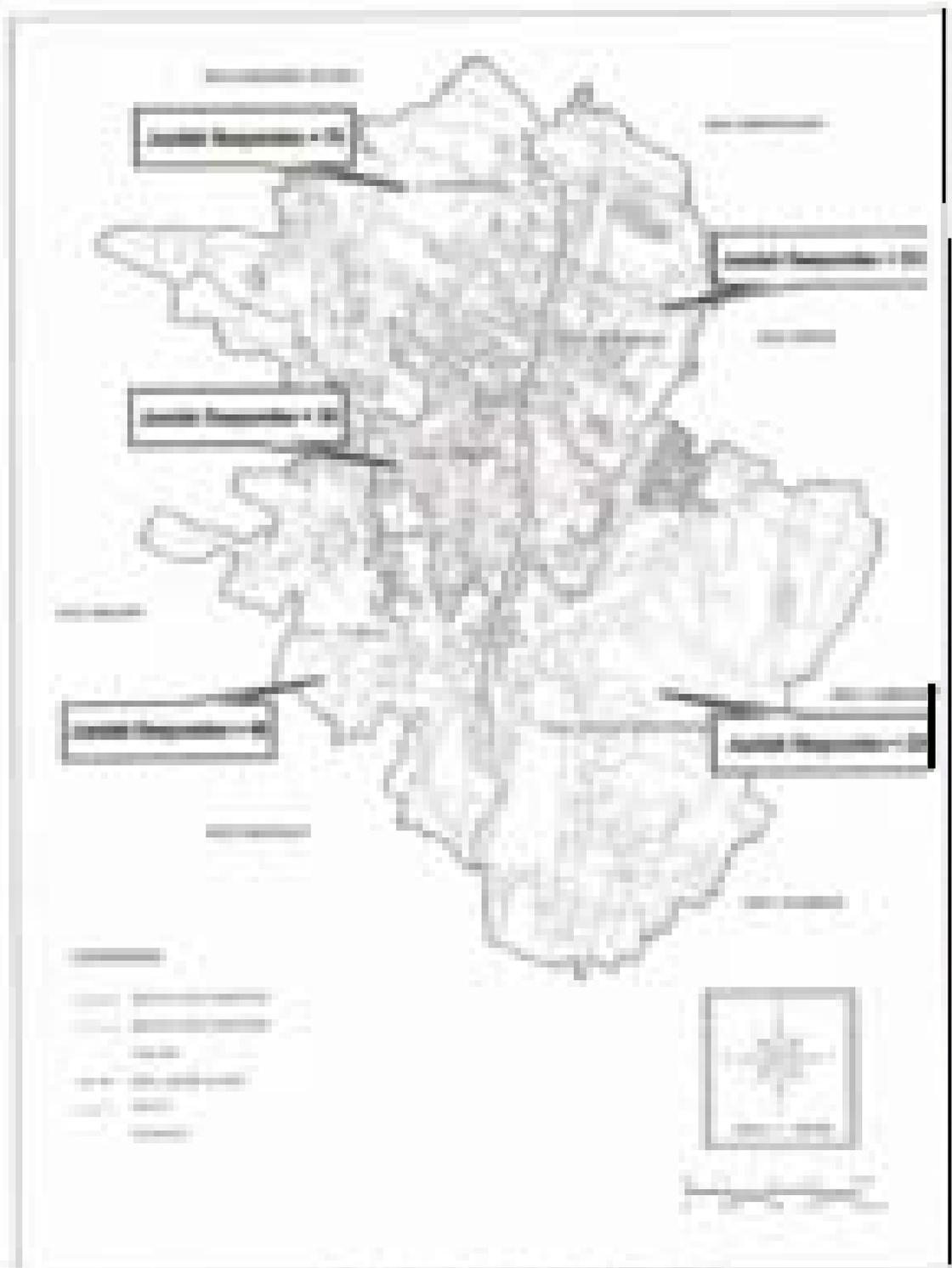
Research Randomizer Results (Place Identity)

1 Set of 240 Unique Numbers Per Set
Range: From 1 to 111846 --Sorted from Least to Greatest

Job Status: Finished

Set 1:

100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1009	1010	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	1019	1020	1021	1022	1023	1024	1025	1026	1027	1028	1029	1030	1031	1032	1033	1034	1035	1036	1037	1038	1039	1040	1041	1042	1043	1044	1045	1046	1047	1048	1049	1050	1051	1052	1053	1054	1055	1056	1057	1058	1059	1060	1061	1062	1063	1064	1065	1066	1067	1068	1069	1070	1071	1072	1073	1074	1075	1076	1077	1078	1079	1080	1081	1082	1083	1084	1085	1086	1087	1088	1089	1090	1091	1092	1093	1094	1095	1096	1097	1098	1099	1100	1101	1102	1103	1104	1105	1106	1107	1108	1109	1110	1111	1112	1113	1114	1115	1116	1117	1118	1119	1120	1121	1122	1123	1124	1125	1126	1127	1128	1129	1130	1131	1132	1133	1134	1135	1136	1137	1138	1139	1140	1141	1142	1143	1144	1145	1146	1147	1148	1149	1150	1151	1152	1153	1154	1155	1156	1157	1158	1159	1160	1161	1162	1163	1164	1165	1166	1167	1168	1169	1170	1171	1172	1173	1174	1175	1176	1177	1178	1179	1180	1181	1182	1183	1184	1185	1186	1187	1188	1189	1190	1191	1192	1193	1194	1195	1196	1197	1198	1199	1200	1201	1202	1203	1204	1205	1206	1207	1208	1209	1210	1211	1212	1213	1214	1215	1216	1217	1218	1219	1220	1221	1222	1223	1224	1225	1226	1227	1228	1229	1230	1231	1232	1233	1234	1235	1236	1237	1238	1239	1240	1241	1242	1243	1244	1245	1246	1247	1248	1249	1250	1251	1252	1253	1254	1255	1256	1257	1258	1259	1260	1261	1262	1263	1264	1265	1266	1267	1268	1269	1270	1271	1272	1273	1274	1275	1276	1277	1278	1279	1280	1281	1282	1283	1284	1285	1286	1287	1288	1289	1290	1291	1292	1293	1294	1295	1296	1297	1298	1299	1300	1301	1302	1303	1304	1305	1306	1307	1308	1309	1310	1311	1312	1313	1314	1315	1316	1317	1318	1319	1320	1321	1322	1323	1324	1325	1326	1327	1328	1329	1330	1331	1332	1333	1334	1335	1336	1337	1338	1339	1340	1341	1342	1343	1344	1345	1346	1347	1348	1349	1350	1351	1352	1353	1354	1355	1356	1357	1358	1359	1360	1361	1362	1363	1364	1365	1366	1367	1368	1369	1370	1371	1372	1373	1374	1375	1376	1377	1378	1379	1380	1381	1382	1383	1384	1385	1386	1387	1388	1389	1390	1391	1392	1393	1394	1395	1396	1397	1398	1399	1400	1401	1402	1403	1404	1405	1406	1407	1408	1409	1410	1411	1412	1413	1414	1415	1416	1417	1418	1419	1420	1421	1422	1423	1424	1425	1426	1427	1428	1429	1430	1431	1432	1433	1434	1435	1436	1437	1438	1439	1440	1441	1442	1443	1444	1445	1446	1447	1448	1449	1450	1451	1452	1453	1454	1455	1456	1457	1458	1459	1460	1461	1462	1463	1464	1465	1466	1467	1468	1469	1470	1471	1472	1473	1474	1475	1476	1477	1478	1479	1480	1481	1482	1483	1484	1485	1486	1487	1488	1489	1490	1491	1492	1493	1494	1495	1496	1497	1498	1499	1500	1501	1502	1503	1504	1505	1506	1507	1508	1509	1510	1511	1512	1513	1514	1515	1516	1517	1518	1519	1520	1521	1522	1523	1524	1525	1526	1527	1528	1529	1530	1531



Map of the United Kingdom showing major cities and geographical features.

LAMPFRAN J : GREAT LINE

LAMPIRAN 4 : HASIL ANALISA FAKTOR

```

FACTOR /VARIABLES x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 x10 x12 x13 x14 x15 x16 x17 x18 x19
x20 /MISSING LISTWISE /ANALYSIS x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 x10 x12 x13 x14 x15
x16 x17 x18 x19 x20 /PRINT UNIVARIATE INITIAL CORRELATION SIG DET  AIC
ROTATION FSCORE /FORMAT SORT /PLOT EIGEN ROTATION /CRITERIA MINEIGEN(1)
ITERATE(50) /EXTRACTION  /CRITERIA ITERATE(50) DELTA(0) /ROTATION
OBLIMIN /SAVE AR(ALL) /METHOD=CORRELATION.

```

Factor Analysis

Variable	Initial Factor Loadings	Initial Squared Multiple R	Initial Eigenvalue	Initial Variance	Initial Cumulative Variance
x1	.85	.72	1.00	100%	100%
x2	.78	.61	.64	64%	64%
x3	.72	.52	.52	52%	52%
x4	.65	.42	.42	42%	42%
x5	.58	.34	.34	34%	34%
x6	.52	.27	.27	27%	27%
x7	.45	.20	.20	20%	20%
x8	.38	.15	.15	15%	15%
x10	.32	.10	.10	10%	10%
x12	.25	.06	.06	6%	6%
x13	.18	.03	.03	3%	3%
x14	.12	.01	.01	1%	1%
x15	.05	.00	.00	0%	0%
x16	.02	.00	.00	0%	0%
x17	.01	.00	.00	0%	0%
x18	.00	.00	.00	0%	0%
x19	.00	.00	.00	0%	0%
x20	.00	.00	.00	0%	0%

[DataSet1] C:\Documents and Settings\Jenny Ernawati\My Documents\Penelitian Place Identity 2010\Hasil analisis\Factor 5 November 2010.sav

	Descriptive Statistics		
	Mean	Std. Deviation	Minimum
1. I have a strong sense of purpose in my life	4.25	1.00	1.00
2. I feel that my life is meaningful	4.10	1.05	1.00
3. I have a clear sense of direction in my life	4.30	1.00	1.00
4. I feel that my life is worth living	4.20	1.05	1.00
5. I have a strong sense of accomplishment	4.15	1.00	1.00
6. I feel that my life is full of meaning	4.25	1.05	1.00
7. I have a clear sense of purpose in my life	4.30	1.00	1.00
8. I feel that my life is meaningful	4.10	1.05	1.00
9. I have a strong sense of direction in my life	4.20	1.00	1.00
10. I feel that my life is worth living	4.15	1.05	1.00
11. I have a strong sense of accomplishment	4.25	1.00	1.00
12. I feel that my life is full of meaning	4.30	1.05	1.00
13. I have a clear sense of purpose in my life	4.10	1.00	1.00
14. I feel that my life is meaningful	4.20	1.05	1.00
15. I have a strong sense of direction in my life	4.25	1.00	1.00
16. I feel that my life is worth living	4.15	1.05	1.00
17. I have a strong sense of accomplishment	4.20	1.00	1.00
18. I feel that my life is full of meaning	4.30	1.05	1.00
19. I have a clear sense of purpose in my life	4.10	1.00	1.00
20. I feel that my life is meaningful	4.25	1.05	1.00
21. I have a strong sense of direction in my life	4.20	1.00	1.00
22. I feel that my life is worth living	4.15	1.05	1.00
23. I have a strong sense of accomplishment	4.25	1.00	1.00
24. I feel that my life is full of meaning	4.30	1.05	1.00
25. I have a clear sense of purpose in my life	4.10	1.00	1.00
26. I feel that my life is meaningful	4.20	1.05	1.00
27. I have a strong sense of direction in my life	4.25	1.00	1.00
28. I feel that my life is worth living	4.15	1.05	1.00
29. I have a strong sense of accomplishment	4.20	1.00	1.00
30. I feel that my life is full of meaning	4.30	1.05	1.00

KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test	KMO	.800
	Bartlett's Test of Sphericity	240.000
Approximate Significance Level	Chi-Square	.000
	Df	30
	Sig.	.000

Total Values Reported

Year	Total Expenses			Total
	Travel	Food/Entertainment	Transportation	
2010	10,000	10,000	10,000	30,000
2011	10,000	10,000	10,000	30,000
2012	10,000	10,000	10,000	30,000
2013	10,000	10,000	10,000	30,000
2014	10,000	10,000	10,000	30,000
2015	10,000	10,000	10,000	30,000
2016	10,000	10,000	10,000	30,000
2017	10,000	10,000	10,000	30,000
2018	10,000	10,000	10,000	30,000
2019	10,000	10,000	10,000	30,000
2020	10,000	10,000	10,000	30,000
2021	10,000	10,000	10,000	30,000
2022	10,000	10,000	10,000	30,000
2023	10,000	10,000	10,000	30,000
2024	10,000	10,000	10,000	30,000
2025	10,000	10,000	10,000	30,000
2026	10,000	10,000	10,000	30,000
2027	10,000	10,000	10,000	30,000
2028	10,000	10,000	10,000	30,000
2029	10,000	10,000	10,000	30,000
2030	10,000	10,000	10,000	30,000
2031	10,000	10,000	10,000	30,000
2032	10,000	10,000	10,000	30,000
2033	10,000	10,000	10,000	30,000
2034	10,000	10,000	10,000	30,000
2035	10,000	10,000	10,000	30,000
2036	10,000	10,000	10,000	30,000
2037	10,000	10,000	10,000	30,000
2038	10,000	10,000	10,000	30,000
2039	10,000	10,000	10,000	30,000
2040	10,000	10,000	10,000	30,000
2041	10,000	10,000	10,000	30,000
2042	10,000	10,000	10,000	30,000
2043	10,000	10,000	10,000	30,000
2044	10,000	10,000	10,000	30,000
2045	10,000	10,000	10,000	30,000
2046	10,000	10,000	10,000	30,000
2047	10,000	10,000	10,000	30,000
2048	10,000	10,000	10,000	30,000
2049	10,000	10,000	10,000	30,000
2050	10,000	10,000	10,000	30,000
2051	10,000	10,000	10,000	30,000
2052	10,000	10,000	10,000	30,000
2053	10,000	10,000	10,000	30,000
2054	10,000	10,000	10,000	30,000
2055	10,000	10,000	10,000	30,000
2056	10,000	10,000	10,000	30,000
2057	10,000	10,000	10,000	30,000
2058	10,000	10,000	10,000	30,000
2059	10,000	10,000	10,000	30,000
2060	10,000	10,000	10,000	30,000
2061	10,000	10,000	10,000	30,000
2062	10,000	10,000	10,000	30,000
2063	10,000	10,000	10,000	30,000
2064	10,000	10,000	10,000	30,000
2065	10,000	10,000	10,000	30,000
2066	10,000	10,000	10,000	30,000
2067	10,000	10,000	10,000	30,000
2068	10,000	10,000	10,000	30,000
2069	10,000	10,000	10,000	30,000
2070	10,000	10,000	10,000	30,000
2071	10,000	10,000	10,000	30,000
2072	10,000	10,000	10,000	30,000
2073	10,000	10,000	10,000	30,000
2074	10,000	10,000	10,000	30,000
2075	10,000	10,000	10,000	30,000
2076	10,000	10,000	10,000	30,000
2077	10,000	10,000	10,000	30,000
2078	10,000	10,000	10,000	30,000
2079	10,000	10,000	10,000	30,000
2080	10,000	10,000	10,000	30,000
2081	10,000	10,000	10,000	30,000
2082	10,000	10,000	10,000	30,000
2083	10,000	10,000	10,000	30,000
2084	10,000	10,000	10,000	30,000
2085	10,000	10,000	10,000	30,000
2086	10,000	10,000	10,000	30,000
2087	10,000	10,000	10,000	30,000
2088	10,000	10,000	10,000	30,000
2089	10,000	10,000	10,000	30,000
2090	10,000	10,000	10,000	30,000
2091	10,000	10,000	10,000	30,000
2092	10,000	10,000	10,000	30,000
2093	10,000	10,000	10,000	30,000
2094	10,000	10,000	10,000	30,000
2095	10,000	10,000	10,000	30,000
2096	10,000	10,000	10,000	30,000
2097	10,000	10,000	10,000	30,000
2098	10,000	10,000	10,000	30,000
2099	10,000	10,000	10,000	30,000
2100	10,000	10,000	10,000	30,000

1. This information is provided for informational purposes only and is not intended to be used as a financial statement.

Consolidated Income Statement

	2018	2017	2016
Revenue	100	100	100
Cost of Sales	(40)	(40)	(40)
Gross Profit	60	60	60
Operating Expenses	(20)	(20)	(20)
Operating Income	40	40	40
Other Income	0	0	0
Income Before Tax	40	40	40
Tax Expense	(10)	(10)	(10)
Net Income	30	30	30

Consolidated Balance Sheet

Assets

Current Assets

Accounts Receivable

Consolidated Cash Flows Statement

	2018		
	Operating	Investing	Financing
Net Income	30	0	0
Depreciation	10	0	0
Amortization	10	0	0
Change in Accounts Receivable	(10)	0	0
Change in Inventory	(10)	0	0
Change in Accounts Payable	10	0	0
Change in Other Current Assets	0	0	0
Change in Other Current Liabilities	0	0	0
Change in Property, Plant, and Equipment	0	(10)	0
Change in Intangible Assets	0	(10)	0
Change in Debt	0	0	10
Change in Equity	0	0	10
Change in Cash	30	(20)	20
Cash at Beginning of Year	10	10	10
Cash at End of Year	40	0	30

LAPORAN 11 HASIL REVISI

Dependent Variable

Analysis	Variable	Mean Score (100)	Standard Deviation (10)
Analysis 10	A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 10	100	10
	A-R factor score (10 variables) 1 for analysis 10	100	10
	A-R factor score 2 for analysis 10	100	10
	A-R factor score 3 for analysis 10	100	10
Analysis 11	A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11	100	10
	A-R factor score (10 variables) 1 for analysis 11	100	10
	A-R factor score 2 for analysis 11	100	10
	A-R factor score 3 for analysis 11	100	10
Analysis 12	A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 12	100	10
	A-R factor score (10 variables) 1 for analysis 12	100	10
	A-R factor score 2 for analysis 12	100	10
	A-R factor score 3 for analysis 12	100	10

Dependent Variable

Analysis	Variable	Mean Score (100)	Standard Deviation (10)
Analysis 10	A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 10	100	10
	A-R factor score 2 for analysis 10	100	10
Analysis 11	A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11	100	10
	A-R factor score 3 for analysis 11	100	10

a. Dependent Variable: A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.447	.445	.74515371

a. Predictors: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10

b. Predictors: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10

c. Predictors: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10, A-R factor score 3 for analysis 10

d. Dependent Variable: A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10

Model Summary						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change in R Square	Change in Adjusted R Square
1	.669	.447	.445	.745	.447	.445
2	.700	.492	.488	.720	.045	.043
3	.710	.500	.496	.715	.010	.001

a. Dependent Variable: A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10

Model Summary						
Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change in R Square
1	Dependent Variable	.669	.447	.445	.745	.447
	Constant					
	A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10					
2	Dependent Variable	.700	.492	.488	.720	.492
	Constant					
	A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10					
3	Dependent Variable	.710	.500	.496	.715	.500
	Constant					
	A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10, A-R factor score 3 for analysis 10					

a. Predictors: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10

b. Predictors: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10

c. Predictors: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10, A-R factor score 3 for analysis 10

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. (Constant)	100.000	1	100.000	100.000	.000
2. A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10	100.000	1	100.000	100.000	.000
3. A-R factor score 2 for analysis 10	100.000	1	100.000	100.000	.000
4. A-R factor score 3 for analysis 10	100.000	1	100.000	100.000	.000

b. Predictors: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10

c. Predictors: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10, A-R factor score 3 for analysis 10

d. Dependent Variable: A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11

Model	Sum of Squares	Adjusted R Square		Sig.
		1	2	
1. (Constant)	100.000	.000	.000	.000
2. A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10	100.000	.000	.000	.000
3. A-R factor score 2 for analysis 10	100.000	.000	.000	.000
4. A-R factor score 3 for analysis 10	100.000	.000	.000	.000
5. A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10	100.000	.000	.000	.000
6. A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10, A-R factor score 3 for analysis 10	100.000	.000	.000	.000

a. Dependent Variable: A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11

Model	Predictors	R Squared			
		Adjusted	Change in	Adjusted	Change in
1	(Constant)	.000	.000	.000	.000
2	A-R factor score 1 for analysis 10	.000	.000	.000	.000
3	A-R factor score 2 for analysis 10	.000	.000	.000	.000
4	A-R factor score 3 for analysis 10	.000	.000	.000	.000
5	A-R factor score 2 for analysis 10	4.696	.000	.148	.361
6	A-R factor score 3 for analysis 10	2.895	.004	.050	.261

a. Dependent Variable: A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11

Model	Predictors	R Squared			
		Adjusted	Change in	Adjusted	Change in
1	(Constant)	.000	.000	.000	.000
2	A-R factor score 1 for analysis 10	.000	.000	.000	.000
3	A-R factor score 2 for analysis 10	.000	.000	.000	.000
4	A-R factor score 3 for analysis 10	.000	.000	.000	.000
5	A-R factor score 1 for analysis 10	.000	.000	.000	.000
6	A-R factor score 2 for analysis 10	.000	.000	.000	.000
7	A-R factor score 3 for analysis 10	.000	.000	.000	.000

a. Dependent Variable: A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11

Unstandardized Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients			
		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation
1	A-R factor score 2 for analysis 10	.284 ^a	5.253	.000	.323
	A-R factor score 3 for analysis 10	.203 ^a	3.684	.000	.233
2	A-R factor score 3 for analysis 10	.155 ^b	2.885	.004	.185

a. Predictors in the Model: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10

b. Predictors in the Model: (Constant), A-R factor score (18 variabel) 1 for analysis 10, A-R factor score 2 for analysis 10

c. Dependent Variable: A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11

Collinearity Statistics

Model		Collinearity Statistics		
		Tolerance	VIF	Minimum Tolerance
1	A-R factor score 2 for analysis 10	.717	1.395	.717
	A-R factor score 3 for analysis 10	.717	1.395	.717
2	A-R factor score 3 for analysis 10	.717	1.395	.717
	A-R factor score 2 for analysis 10	.717	1.395	.717

a. Dependent Variable: A-R factor score (var 21 & 22 intensitas place identity) 1 for analysis 11

Unstandardized Regression

Model	Predictor	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Tolerance Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.000			
	A-R factor score 2 for analysis 10	.284	.323	.717	1.395
2	(Constant)	1.000			
	A-R factor score 3 for analysis 10	.155	.185	.717	1.395
3	(Constant)	1.000			
	A-R factor score 2 for analysis 10	.284	.323	.717	1.395
4	(Constant)	1.000			
	A-R factor score 3 for analysis 10	.155	.185	.717	1.395
5	(Constant)	1.000			
	A-R factor score 2 for analysis 10	.284	.323	.717	1.395
6	(Constant)	1.000			
	A-R factor score 3 for analysis 10	.155	.185	.717	1.395

Indahnya Sengaja!

No	Kategori	Indahnya Sengaja!			No	Kategori
		Indahnya Sengaja!	Indahnya Sengaja!	Indahnya Sengaja!		
1	1	1	1	1	1	
2	2	2	2	2	2	
3	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	
6	6	6	6	6	6	
7	7	7	7	7	7	
8	8	8	8	8	8	
9	9	9	9	9	9	
10	10	10	10	10	10	
11	11	11	11	11	11	
12	12	12	12	12	12	
13	13	13	13	13	13	
14	14	14	14	14	14	
15	15	15	15	15	15	
16	16	16	16	16	16	
17	17	17	17	17	17	
18	18	18	18	18	18	
19	19	19	19	19	19	
20	20	20	20	20	20	
21	21	21	21	21	21	
22	22	22	22	22	22	
23	23	23	23	23	23	
24	24	24	24	24	24	
25	25	25	25	25	25	
26	26	26	26	26	26	
27	27	27	27	27	27	
28	28	28	28	28	28	
29	29	29	29	29	29	
30	30	30	30	30	30	
31	31	31	31	31	31	
32	32	32	32	32	32	
33	33	33	33	33	33	
34	34	34	34	34	34	
35	35	35	35	35	35	
36	36	36	36	36	36	
37	37	37	37	37	37	
38	38	38	38	38	38	
39	39	39	39	39	39	
40	40	40	40	40	40	
41	41	41	41	41	41	
42	42	42	42	42	42	
43	43	43	43	43	43	
44	44	44	44	44	44	
45	45	45	45	45	45	
46	46	46	46	46	46	
47	47	47	47	47	47	
48	48	48	48	48	48	
49	49	49	49	49	49	
50	50	50	50	50	50	

© Copyright 2010 by [Name], All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Indahnya Sengaja!

No	Kategori	Indahnya Sengaja!	
		Indahnya Sengaja!	Indahnya Sengaja!
1	1	1	1
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
6	6	6	6
7	7	7	7
8	8	8	8
9	9	9	9
10	10	10	10
11	11	11	11
12	12	12	12
13	13	13	13
14	14	14	14
15	15	15	15
16	16	16	16
17	17	17	17
18	18	18	18
19	19	19	19
20	20	20	20
21	21	21	21
22	22	22	22
23	23	23	23
24	24	24	24
25	25	25	25
26	26	26	26
27	27	27	27
28	28	28	28
29	29	29	29
30	30	30	30
31	31	31	31
32	32	32	32
33	33	33	33
34	34	34	34
35	35	35	35
36	36	36	36
37	37	37	37
38	38	38	38
39	39	39	39
40	40	40	40
41	41	41	41
42	42	42	42
43	43	43	43
44	44	44	44
45	45	45	45
46	46	46	46
47	47	47	47
48	48	48	48
49	49	49	49
50	50	50	50

© Copyright 2010 by [Name], All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Financial Statement

	2019	2018	2017	2016	2015
Revenue	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Cost of Sales	(40.00)	(40.00)	(40.00)	(40.00)	(40.00)
Gross Profit	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Operating Expenses	(20.00)	(20.00)	(20.00)	(20.00)	(20.00)
Operating Income	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Other Income	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Income Before Tax	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Tax Expense	(10.00)	(10.00)	(10.00)	(10.00)	(10.00)
Net Income	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Other Comprehensive Income	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Comprehensive Income	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Dividends	(10.00)	(10.00)	(10.00)	(10.00)	(10.00)
Retained Earnings	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00

© Copyright 2019. All rights reserved. This document is confidential and intended solely for the individual named.

LAMPIRAN 6 : HASIL *CHI-SQUARE*

Crosstabs:

[DataSet1] C:\Documents and Settings\Jenny Ernawati\My Documents\Penelitian Place Identity 2010\hasil analisis\data crosstab 17 Nov 2010.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	%	N	%	N	%
Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Status Rumah	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Total	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Status Rumah

			Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting)		Total
			Valid	Missing	
Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting)	Valid	Total	100	0	100
		Expected Total	100	0	100
		10 within Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Valid	100.0%	0.0%	100.0%
		10 within Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Missing	0.0%	0.0%	0.0%
		10 within Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Total	100.0%	0.0%	100.0%
	Missing	Total	0	0	0
		Expected Total	0	0	0
		10 within Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Valid	0.0%	0.0%	0.0%
		10 within Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Missing	0.0%	0.0%	0.0%
		10 within Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Total	0.0%	0.0%	0.0%
	Total	Total	100	0	100
		Expected Total	100	0	100
		10 within Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Valid	100.0%	0.0%	100.0%
Total	Total	100	0	100	
	Expected Total	100	0	100	
	10 within Merata sebagai lokasi arena (Jarak Melting) * Valid	100.0%	0.0%	100.0%	

Pre Budget Table

	2014	2015	Change (by \$)
Revenue (by Source)	10,000	10,000	0
Expenditures	10,000	10,000	0
Change (by Source)	0	0	0

a. Is there a net change in revenue? **no** (The revenue remained the same.)
 b. Is there a net change in expenditures? **no**

Post Budget Table

	2014	Change (by \$)	2015	Change (by \$)
Revenue (by Source)	10,000	0	10,000	0
Expenditures	10,000	0	10,000	0
Change (by Source)	0	0	0	0

- a. Is there a net change in revenue? **no**
- b. Is there a net change in expenditures? **no**
- c. Is there a net change in revenue? **no**
- d. Is there a net change in expenditures? **no**
- e. Is there a net change in revenue? **no**
- f. Is there a net change in expenditures? **no**

		Count	Count (%)	Count (%)	Count (%)
Merasa bangga tinggal di Kota Malang	Yes	178	74.2%		74.2%
	No	62	25.6%		25.6%
	Missing (System)	0	0.0%		0.0%
Status Rumah	Merasa bangga	178	74.2%	100.0%	74.2%
	Merasa bangga	62	25.6%	100.0%	25.6%
Total		240	100.0%		100.0%

* All missing values are coded as 999.
 * Using the appropriate weights when generating the column totals.
 * Based on the following assumptions:

Merasa bangga tinggal di Kota Malang - Status Rumah

		Status Rumah		Total
		Count (%)	Count (%)	Count (%)
Merasa bangga tinggal di Kota Malang	Expected Count	178	62	240
	% within Merasa bangga tinggal di Kota Malang	74.2%	25.6%	100.0%
	% within Status Rumah	87.5%	14.5%	87.5%
	% of Total	74.2%	25.6%	100.0%
	Count	178	62	240
Merasa bangga tinggal di Kota Malang	Expected Count	178	62	240
	% within Merasa bangga tinggal di Kota Malang	74.2%	25.6%	100.0%
	% within Status Rumah	87.5%	14.5%	87.5%
	% of Total	74.2%	25.6%	100.0%
	Count	178	62	240
Total	Expected Count	178	62	240
	% within Merasa bangga tinggal di Kota Malang	74.2%	25.6%	100.0%
	% within Status Rumah	3.9%	14.5%	8.7%
	% of Total	2.9%	3.8%	8.7%
	Count	178	62	240
Total	Count	178	62	240
	% within Merasa bangga tinggal di Kota Malang	74.2%	25.6%	100.0%
	% within Status Rumah	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	74.2%	25.8%	100.0%
	Count	178	62	240

Nominal by Nominal			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Chi-Square	1.000 ^a	1	.317
Fisher's Exact Test	.000		.317
Linear-by-Linear Association	1.000	1	.317
N of Valid Cases	240		

Directional Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Asymp. Sig. (2-sided)
Nominal by Nominal	Lambda Symmetric	.025	.049	.500	.617
	Lambda Asymmetric	.000	.000	.000	.999
	Lambda for Nominally Scaled Variables	.000	.000	.000	.999
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.000	.000	.000	.999
	Spearman's rho	.000	.000	.000	.999
	Pearson's R	.000	.000	.000	.999
Interval by Interval	Pearson's R	.000	.000	.000	.999
	Spearman's rho	.000	.000	.000	.999
	Kendall's tau-b	.000	.000	.000	.999

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
- c. Based on normal approximation.
- d. Based on the exact distribution.
- e. Continuity correction applied.

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Asymp. Sig. (2-sided)
Nominal by Interval	Cramer's V	.194			.011
	Contingency Coefficient	.190			.011
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.157	.079	1.879	.060
	Spearman Correlation	.158	.079	2.470	.014 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.173	.076	2.708	.007 ^c
N of Valid Cases		240			

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
- c. Based on normal approximation.

Crosstabs

[DataSet1] C:\Documents and Settings\Jenny Ernawati\My Documents\Penelitian Place Identity 2010\Hasil analisis\data crosstab 17 Nov 2010.sav

Tempat Rekreasi

	Tempat Rekreasi					
	Tidak		Sangat		Tidak	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berlibur	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berolahraga	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Manusia sebagai obyek (bukan Malang) * Tempat Rekreasi

Tempat Rekreasi

			Tempat Rekreasi		Total
			Tidak	Sangat	
Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berlibur	Tidak	Tidak	100	0	100
		Sangat	0	0	0
		Total	100	0	100
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berolahraga	100	0	100
		Total	100	0	100
Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berolahraga	Tidak	Tidak	100	0	100
		Sangat	0	0	0
		Total	100	0	100
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berlibur	100	0	100
		Total	100	0	100
Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berlibur	Sangat	Tidak	0	0	0
		Sangat	0	0	0
		Total	0	0	0
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berolahraga	0	0	0
		Total	0	0	0
Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berolahraga	Sangat	Tidak	0	0	0
		Sangat	0	0	0
		Total	0	0	0
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berlibur	0	0	0
		Total	0	0	0
Total	Tidak	Tidak	200	0	200
		Sangat	0	0	0
		Total	200	0	200
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berlibur	200	0	200
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berolahraga	200	0	200
Total	Sangat	Tidak	0	0	0
		Sangat	0	0	0
		Total	0	0	0
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berlibur	0	0	0
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berolahraga	0	0	0
Total	Total	Tidak	200	0	200
		Sangat	0	0	0
		Total	200	0	200
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berlibur	200	0	200
		Tempat Rekreasi sebagai tempat untuk berolahraga	200	0	200

Merasa bangga tinggal di Kota Malang ° Tempat Kelahiran

		Merasa bangga tinggal di Kota Malang		Total
		Ya	Tidak	
Total	Ya	120	120	240
	Tidak	0	0	0
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	120	120	240
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	120	120	240
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	120	120	240
Laki-laki	Ya	60	60	120
	Tidak	0	0	0
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	60	60	120
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	60	60	120
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	60	60	120
Perempuan	Ya	60	60	120
	Tidak	0	0	0
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	60	60	120
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	60	60	120
	Merasa bangga tinggal di Kota Malang	60	60	120

	Merasa bangga tinggal di Kota Malang		Total
	Ya	Tidak	
of Valid Cases	120	120	240

of 1 cases. The expected count for cell (1, 2) is .62.

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Chi-Square	Chi-Square	.000	.000	.000	.000
		Likelihood Ratio	.000	.000	.000	.000
		Fisher's Exact Test	.000	.000	.000	.000
Nominal by Ordinal	Chi-Square	Chi-Square	.000	.000	.000	.000
		Likelihood Ratio	.000	.000	.000	.000
		Fisher's Exact Test	.000	.000	.000	.000
Ordinal by Ordinal	Chi-Square	Chi-Square	.000	.000	.000	.000
		Likelihood Ratio	.000	.000	.000	.000
		Fisher's Exact Test	.000	.000	.000	.000

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
- c. Correlation statistics are available for numeric data only.
- d. Based on the exact test procedure.
- e. Continuity correction applied.

Symmetric Measures^c

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.204			.007
	Cramer's V	.204			.007
	Contingency Coefficient	.200			.007
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	.094	.078	1.171	.242
N of Valid Cases		240			

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
- c. Correlation statistics are available for numeric data only.

Merasa bangga sebagai Arema (Arek Malang) * Lama Tinggal di Kota Malang

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia	Lama Tinggal di Kota Malang		Total
				1-5 Tahun	6-10 Tahun	
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50

REKAPITULASI DATA			
Kategori	1-5 Tahun	6-10 Tahun	Total
Merasa bangga sebagai Arema (Arek Malang)
...
...
...

Financial Statement

			2016	2015	2014	2013
Income Statement	Revenue	Revenue	100	100	100	100
	Cost of Sales	Cost of Sales	60	60	60	60
	Gross Profit	Gross Profit	40	40	40	40
	Operating Expenses	Operating Expenses	20	20	20	20
	Operating Income	Operating Income	20	20	20	20
	Interest Expense	Interest Expense	5	5	5	5
	Income Before Tax	Income Before Tax	15	15	15	15
	Income Tax Expense	Income Tax Expense	3	3	3	3
	Net Income	Net Income	12	12	12	12
	Other Income	Other Income	0	0	0	0

- a. All currency in US dollars
- b. Using the appropriate method and currency for all numbers
- c. Cannot be reported because the appropriate method was not used
- d. Based on the given information
- e. All figures are in US dollars

Financial Statement

		2016	2015	2014	2013
Balance Sheet	Assets	100	100	100	100
	Liabilities	60	60	60	60
	Equity	40	40	40	40
	Total	100	100	100	100

- a. All currency in US dollars
- b. Using the appropriate method and currency for all numbers
- c. Based on the given information

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Asymp. Sig. ^c
Nominal by Nominal	Phi	Phi	.237			.000 ^c
		Linear-by-Linear Association	.237			.000 ^c
		Nominal Likelihood Ratio	1.100	.000	1.100	.000 ^c
Nominal by Ordinal	Linear-by-Linear Association	Linear-by-Linear Association	.237			.000 ^c
		Nominal Likelihood Ratio	1.100	.000	1.100	.000 ^c
		Linear-by-Linear Association	.237			.000 ^c
Interval by Interval	Pearson Chi-Square	Pearson Chi-Square	1.100	.000	1.100	.000 ^c
		Linear-by-Linear Association	.237			.000 ^c
		Nominal Likelihood Ratio	1.100	.000	1.100	.000 ^c

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
c. Based on normal approximation.

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Asymp. Sig. ^c
Nominal by Nominal	Phi	.237			.000 ^c
	Linear-by-Linear Association	.237			.000 ^c
	Nominal Likelihood Ratio	1.100	.000	1.100	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-.169	.060	-2.538	.008 ^c
	Spearman Correlation	-.170	.060	-2.661	.003 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.193	.054	-3.026	.003 ^c
N of Valid Cases		240			

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
c. Based on normal approximation.