

KORELASI ANTARA MAKNA SITUS SEJARAH DENGAN SENSE OF PLACE

Atie Ernawati

Mahasiswa Program Doktorat Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung

Program Studi Arsitektur, Universitas Indraprasta PGRI

atie.ernawati@unindra.ac.id, atie2373@gmail.com

Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel:	Upaya pelestarian Kawasan situs sejarah yang memiliki nilai historis yang cukup kuat banyak dilakukan melalui pendekatan fisik (<i>tangible</i>) maupun pendekatan non fisik (<i>intangible</i>) seperti restorasi, konservasi, preservasi dan lain-lain. Pada penelitian ini, peneliti berupaya melakukan kajian dengan pendekatan non fisik sebagai salah satu upaya pelestarian dengan melakukan analisis korelasi antara makna situs ziarah dengan sense of place. Dengan pendekatan kuantitatif, dilakukan proses analisis melalui dua tahap, tahap pertama adalah analisis konten/isi mulai dari penyebaran kuesioner, analisis <i>open coding</i> , <i>axial coding</i> hingga <i>selektif coding</i> . Tahap berikutnya analisis faktor dan analisis korelasi. Berdasarkan hasil analisis korelasi, didapat hasil bahwa makna religious memiliki hubungan yang kuat dengan rasa terikat pada kategori <i>sense of place</i> dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,64, sedangkan makna social budaya memiliki korelasi yang sedang dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,18. Sebaliknya, peziarah yang memiliki makna negative memiliki korelasi yang tinggi dengan rasa tidak terikat dengan nilai koefisien 0,52. Melalui penelitian ini diharapkan dapat dilakukan pendekatan berbasis perilaku sebagai salah satu upaya pelestarian Kawasan situs ziarah.
Diterima 26 Maret 2021	
Revisi 29 Maret 2021	
Dipublikasikan 30 Maret 2021	
Kata kunci: Korelasi Makna Sense of place Situs ziarah	ABSTRACT <i>Preservation efforts the pilgrimage site area which has a fairly strong historical value is mostly done through physical approaches and visual approaches such as restoration, conservation, preservation and others. In this study, researchers attempted to conduct a study with a non-physical approach as one of the conservation efforts by conducting a correlation analysis between the meaning of pilgrimage sites with a sense of place. With a quantitative approach, the analysis process is carried out through two stages, the first stage is the analysis of content from questionnaires, analysis of open codings, axial coding to selective coding. The next stage is factor analysis and correlation analysis. Based on the results of correlation analysis, the results show that religious meanings have a strong relationship with sense of belonging in the sense of place category with a correlation coefficient of 0.64, while the socio-cultural meaning has a moderate correlation with the correlation coefficient of 0.18. Conversely, pilgrims who have negative meanings have a high correlation with unbound feeling with a coefficient of 0.52. Through this research, it is expected that a behavioral-based approach can be carried out as one of the efforts to preserve the area of the pilgrimage site.</i>
Key word: Correlation Meaning Sense of place Pilgrimage	

PENDAHULUAN

Fenomena ziarah berkembang tidak hanya di negara-negara Timur Tengah maupun di benua India, di Indonesia pun fenomena ini sudah ada sejak lama, khususnya di pulau Jawa. Tradisi ziarah telah ada sebelum masuknya ajaran Islam ke Indonesia. Masyarakat pemeluk agama hindu kerap melakukan ritual ziarah ke tempat-tempat suci seperti pura, candi dan lain-lain. Candi agung dipersepsikan sebagai tempat orang halus yang baik hati dan dapat dijadikan perantara untuk memohon berkah kepada yang maha kuasa (Wasita, 2018). Bagi masyarakat Jawa, makam merupakan tempat yang dianggap suci dan pantas dihormati. Makam sebagai tempat peristirahatan bagi arwah nenek moyang dan keluarga yang telah meninggal. Keberadaan makam dari tokoh tertentu menimbulkan daya tarik bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas ziarah dengan berbagai motivasi. Situs-situs ziarah tersebut selain menjadi tempat sakral bagi mereka yang meyakini, namun juga menjadi obyek pariwisata

yang marak berkembang di masyarakat. Persepsi terhadap tempat yang dianggap suci ini mendorong motivasi untuk melakukan ritual dalam rangka mencari berkah. Motivasi para peziarah dibangun oleh adanya persepsi dan makna yang dirasakan tentang tempat-tempat ziarah yang mereka kunjungi (Wasita, 2018). Makna yang terbentuk inilah yang telah membangun *sense of place* pada masing-masing individu peziarah maupun masyarakat sekitarnya.

Tradisi ziarah secara turun temurun telah dilestarikan oleh masyarakat dan para komunitas peziarah dengan berbagai motivasi dan tujuan. Hal ini tidak terlepas dari konsepsi masyarakat dan pandangan mereka terhadap aktivitas ziarah. Menurut Koenjaraningrat (1984:185), orang yang meninggal, arwahnya tetap memiliki daya sakti, yaitu dapat memberikan pertolongan kepada orang yang masih hidup sehingga anak cucu yang masih hidup senantiasa berusaha untuk tetap berhubungan dan memujanya. Hal ini disebabkan karena dalam pandangan masyarakat Jawa bahwa roh yang meninggal itu bersifat abadi. Untuk itu, aktivitas berziarah dianggap sebagai bentuk manifestasi seseorang atau kelompok terhadap sebuah keyakinan. Menurut Abdullah, dkk (2008:3) keyakinan-keyakinan keagamaan tiada lain merupakan refleksi dari masyarakat itu sendiri, dengan ritual keagamaan yang diperkuat melalui solidaritas kelompok dan kepercayaan pada tatanan moral.

Makna Situs Sejarah

Dalam agama Islam sendiri sebenarnya kegiatan ziarah marak dilakukan pada saat melaksanakan rukun Islam yang kelima Haji ataupun Umroh ke tanah suci Mekah dan Madinah, dimana terdapat makam Rasulullah dan para nabi serta para sahabat Rasulullah SAW. Dalam rangkaian aktivitas ibadah haji, mereka dianjurkan untuk mengunjungi makam Rasulullah di dalam lingkungan masjid Nabawi di Kota Madinah dan para sahabat guna mengenang dan mengambil ibrah dari perjuangan Mereka. Ziarah juga sebenarnya dianjurkan seperti yang tercantum dalam hadist Rasulullah yang berbunyi: “berziarah kuburlah, sesungguhnya hal itu akan mengingatkan kalian terhadap akhira.”(HR.Muslim)

Tujuan dari ziarah tersebut selain untuk mendoakan ahli kubur agar dilapangkan kuburnya dan diampuni segala dosa-dosanya dari siksa kubur, melembutkan hati dan memadamkan kesombongan, meneteskan air mata, serta agar manusia banyak mengingat kematian dan bahwa ada kehidupan lain sesudah mati sehingga dalam tidak lanjutnya tidak ujub dunia. Namun pada aktivitasnya, para peziarah ini memiliki motivasi yang beragam. Dalam berziarah, setiap muslim berkewajiban berpegang dengan syariat dan waspada terhadap bid'ah dalam berziarah kubur. Ziarah kubur yang disyariatkan bagi kubur kaum muslimin semuanya itu sama, baik kubur itu milik wali atau bukan. Karena setiap mukmin baik laki-laki maupun perempuan, semuanya adalah wali Allah. Namun secara umum, para peziarah yang berkunjung ke situs-situs peziarahan didorong oleh motivasi agama dan dorongan keyakinan untuk menghormati tokoh yang akan dikunjungi.

Kehadiran para peziarah tidak hanya mendapatkan sorotan positif sebagai obyek wisata, namun juga pandangan negatif dari sebagian masyarakat yang menganggap aktifitas ini sebagai kegiatan yang menyimpang bahkan dianggap syirik oleh sebagian ahli agama. Terlepas dari persoalan yang menyimpang, keberadaan situs ziarah ini telah menjadi saksi bagi sejarah perjuangan bangsa, dan figur para tokoh dalam situs ziarah tersebut yang memiliki peran yang sangat besar dalam memperjuangkan kemerdekaan Indonesia dengan agama dan ilmu yang mereka miliki, dan karomah serta kesaktian yang mereka miliki masih dipercaya sebagian masyarakat sehingga mereka dengan keimanan dan keyakinan yang dimiliki datang untuk sekedar berziarah mendoakan para ahli kubur tersebut ataupun sekedar mengharapkan karomah dari sang tokoh yang diyakini tetap ada meski mereka telah tiada. Aktivitas para peziarah yang datang dengan berbagai macam tujuan dan motivasi,

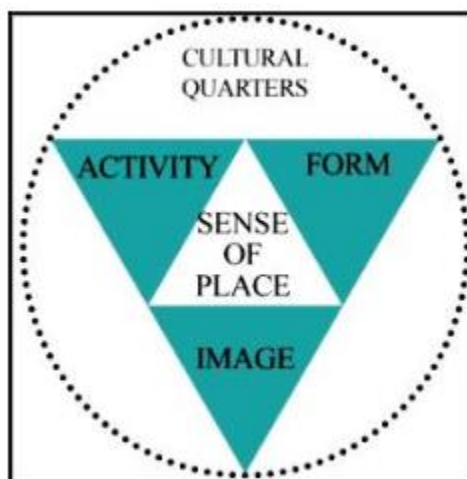
seringkali memperlihatkan sikap spiritual yang kuat, hal ini didorong oleh konsepsi peziarah terhadap keberadaan situs.

Pendekatan *Sense of Place* dalam Upaya Pelestarian Situs Ziarah

Gagasan terkini tentang pelestarian lingkungan perkotaan tidak lagi sekedar pada upaya mempertahankan keaslian sejarah kota, namun juga membahas penciptaan pengalaman urban yang khas serta tetap memiliki identitas kesejarahan. Upaya mewujudkan *sense of place* dinilai lebih penting ketimbang hanya melakukan restorasi elemen fisik urban (Martokusumo, 2014). Ditegaskan lagi oleh Martokusumo, salah satu focus dari kegiatan pelestarian lingkungan perkotaan adalah penerapan *sense of place* pada Kawasan urban tertentu. *Sense of place* juga berhubungan dengan upaya peningkatan kualitas.

Pendekatan konsep *sense of place* dapat digunakan untuk menjelaskan fungsi-fungsi persepsi manusia dan lingkungannya, termasuk perilaku masyarakat. konsep *sense of place* mencirikan hubungan kompleks manusia/masyarakat dengan lingkungan yang mereka hadapi. *Sense of place* banyak diterima sebagai sebuah konsep untuk menelusuri isu-isu seperti preferensi, akses control sumber daya alam, makna dan budaya serta partisipasi masyarakat lokal.

Menurut Montgomery (2003), Upaya konservasi Kawasan menerapkan konsep *sense of place* diperoleh diperoleh dari jalinan setting fisik (form), kegiatan yang terjadi, dan citra (image).



Gambar 1. Diagram *Sense of Place*
Oleh John Montgomery
Sumber: Carmona, 2003

Menurut Nielsen-Pincus, Hall, Force dan Wulfhorst (2010), *sense of place* melibatkan interaksi pengaruh dan emosi, pengetahuan dan kepercayaan, dan perilaku dan tindakan yang mengacu pada tempat. *Sense of place* adalah seperangkat ikatan antara individu dan tempat yang mencakup komponen afektif, kognitif dan perilaku, yang dianggap sebagai payung dari tiga konstruksi: (1) *Place attachment*, yang didefinisikan sebagai "ikatan positif yang berkembang antara suatu orang dan lingkungannya", (2) Identitas tempat, yang merupakan "identitas seseorang yang berkaitan dengan lingkungan fisik", dan (3) Ketergantungan tempat, yang dianggap sebagai "kekuatan yang dirasakan dari hubungan antara seseorang dan seorang tempat" (Jorgensen dan Stedman, 2001). Williams, Patterson, Roggenbuck dan Watson (1992) menyatakan bahwa *sense of place* sering dikaitkan dengan ikatan emosional atau afektif antara individu dan tempat tertentu, yang sangat mirip dengan definisi *attachment place* oleh Jorgensen en Stedman (2001). Williams et al. (1992) menggambarkan bahwa

Place attachment terdiri dari dua konseptualisasi utama, place dependence dan place identity. Selain itu, Shamsuddin dan Ujang (2008) menggunakan place attachment sebagai elemen sense of place dan mendefinisikan place attachment sebagai ikatan yang dibangun antara individu dan tempat. Place attachment tercermin dalam identitas pengguna dan ketergantungan pada pengaturan mereka. Shamsuddin dan Ujang (2008) menemukan dalam penelitian mereka bahwa *place attachment* sangat dibentuk oleh atribut sosial-budaya yang fungsional, emosional, menghasilkan keterikatan emosional dan fungsional pada tempat. Jorgensen dan Stedman (2001) mengukur *sense of place* melalui 12 item dari place attachment, place identity dan place dependence.

Tabel 1. *Question Relaxing to Sense of Place*

Factor	Item description
Place attachment	I feel relaxed when I am at my lake property
	I feel happiest when I am at my lake property
	My lake property is my favorite place to be
	I really miss my lake property when I am away from it for too long
Place identity	Everything about my lake property is a reflection of me
	My lake property says very little about who I am
	I feel that I can really be myself at my lake property
	My lake property reflects the type of person I am
Place dependence	My lake property is the best place for doing the things that I enjoy most
	For doing the things I enjoy most, no other place can compare to my lake property
	My lake property is not a good place to do the things I most like to do
	As far as I am concerned, there are better places to be than at my lake property

Sumber: J.J. Boerebach (2012)

Berdasarkan sumber tersebut, pada penelitian ini digunakan beberapa pertanyaan untuk mengetahui tingkatan *sense of place* pada situs ziarah.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan mengetahui hubungan atau korelasi antara makna situs ziarah dengan *sense of place*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden secara random. Data dianalisis secara tekstual.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan survei berbentuk kuesioner online, dengan pertanyaan terbuka (*open-ended*) yang berupa teks, dibagikan secara bebas (*snowball-non-random-sampling*) lewat media social mulai dari keluarga, teman, ataupun rekan sejawat. Pertanyaan dijawab dalam bentuk teks, dimana responden menulis konsepsinya tentang makna yang dirasakan pada situs ziarah. Jumlah responden yang terkumpul adalah 121 orang.

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, jumlah responden terdiri dari 121 responden dimana 45,5% adalah perempuan dan 54,5% Penyebaran kuesioner dilakukan secara acak (*random sampling*) kepada 121 responden. Secara umum data memperlihatkan bahwa yg banyak melakukan ziarah adalah usia 22-25 tahun, dan usia di atas 40 tahun adalah laki-laki.

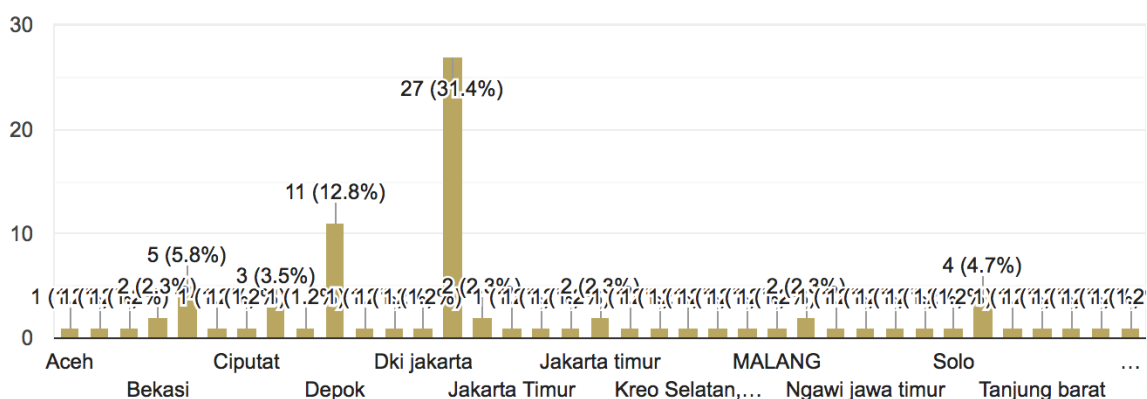


Diagram 1. Karakteristik Asal Responden

Berdasarkan asal tempat tinggal diperoleh data sebesar 31,4% berasal dari Jakarta, 12,8% berasal dari Bekasi, selebihnya dari luar jabodetabek.

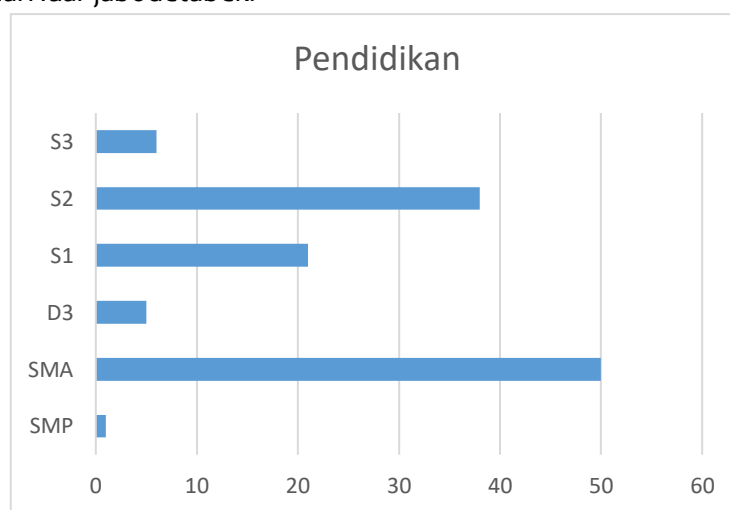


Diagram 2. Distribusi Tingkat Pendidikan Responden

Sebagian besar responden memiliki Pendidikan S2 dengan jumlah 38 orang, S3 6, S1 21, D3 5, SMA 50 dan SMP 1 orang.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tersebut, data dianalisis melalui 2 tahap yakni analisis konten dan analisis Isi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dan Interpretasi

Analisis Konten (*content Analysis*)

Pada penelitian analisis konten/analisis isi dilaksanakan melalui beberapa tahap, yakni :

1. Penyebaran kuesioner
2. *Open coding*
3. *Axial coding*
4. *Selective coding*

Tahapan analisis awal yang dilakukan oleh peneliti berupa analisis konten (*content analysis*) diperoleh beberapa kata kunci (berupa data teks) dari beberapa pertanyaan yang diberikan secara terbuka

(open coding) tentang konsepsi responden terhadap makna ziarah. Berikut contoh komentar responden (open coding) sehingga dapat dikelompokkan menjadi kata kunci dan kategori pada tahap axial coding:

Tabel 2. Axial Coding tentang Makna Ziarah

Komentar tentang Makna Situs Ziarah	Kata Kunci	Sub Kategori	Kategori
memberikan ketenangan dan kedekatan dengan sang pencipta karena situs ziarah tersebut merupakan tempat yang penuh barokah karena ada banyak masyarakat yang datang untuk beribadah (sholat, zikir, mengaji, dll) dan Sesama wali Allah yang dmakamkan di tempat tersebut memberikan barokah dan mashlahat kepada masyarakat meski telah tiada	Ketenangan	Memberikan ketenangan	Makna religi
	Kedekatan dengan sang pencipta	Tempat yang mendekatkan diri dengan Allah	Makna religi
	Tempat yang penuh barokah	Tempat penuh barokah	Makna religi
	Banyak masyarakat beribadah	Tempat ibadah	Makna religi
	Sesama wali Allah	kharismatik	ketauladanan
	Memberikan kemaslahatan	Memberikan mashlahat	Makna religi
Untuk mengingat kematian dan melestarikan salah satu kebudayaan pada makam tsb.	Mengingat kematian	Tempat yang mengingatkan kematian	Makna Religi
	Melestarikan kebudayaan	Tempat yng memiliki nilai budaya	Makna budaya

Tabel 3. Kerangka Pikir Makna Situs Ziarah

Variabel Utama	Kategori	Subkategori	Variabel Operasional
Makna Ziarah	Ketauladanan	Karismatik	Bentuk ketauladanan karena kekaguman terhadap para wali Allah karena keistiqomahannya dan perjuangannya
	Makna Budaya	Nilai Budaya	Sebagai tempat yang memiliki warisan budaya yang kuat
	Makna sejarah dan edukasi	Tempat yang memiliki nilai sejarah	sebagai tempat yang memiliki nilai sejarah yang tinggi
		Tempat yang memiliki nilai edukasi	sebagai tempat yang memiliki nilai edukasi
	Makna religi	Makna sakral/suci	situs ziarah merupakan tempat yang sakral dan suci
		Tempat wisata religi	situs ziarah merupakan tempat wisata religi
		Tempat untuk mendekatkan diri kepada Allah	suasana situs mendorong kita untuk mendekatkan diri kepada Allah
		Tempat penuh barokah	situs ziarah merupakan tempat yang penuh barokah
		Tempat religius	tempat untuk beribadah
		Tempat yang mengingatkan pada kematian	situs ziarah merupakan tempat yang dapat mengingatkan kita pada kematian dan akhirat
		Tempat yang memberikan ketenangan	suasana situs ziarah mampu memberikan ketenangan
		Tempat yang dapat meningkatkan keimanan	suasana situs dapat meningkatkan keimanan
	Tempat untuk refleksi diri	suasana situs mendorong saya untuk melakukan refleksi diri	
	Makna sosial	Tempat bersilaturahmi	situs ziarah sebagai tempat bertemu dan bersilaturahmi dengan 70esame komunitas
	Tidak bermakna	Tidak bermakna	situs ziarah hanya sebuah makam, tidak bermakna
		Tempat syirik	situs ziarah tempat yang sarat akan kesyirikan dan bid'ah

Analisis data teks dilakukan untuk mencari kesamaan persepsi tentang makna situs ziarah, mengelompokkannya menjadi kata kunci untuk mencari kesamaan dan kemiripan sehingga dapat dikelompokkan menjadi kategori. Berdasarkan hasil pengumpulan data, makna situs ziarah dapat dikelompokkan menjadi 9 kategori yakni ketauladanan, makna budaya, makna sejarah dan edukasi, makna religi, makna social dan tidak bermakna.

Tabel 4. Kerangka tentang *Sense of Place* berdasarkan Teori Jorgensen dan Stedman (2001) dalam JJ Boerebach (2012)

Variabel Utama	Kategori	Sub Kategori	Variabel Operasional
Sense of Place	Place Attachment	Saya merasa relax ketika saya berada di situs ziarah	Situs ziarah membuat saya merasa relax
		Saya merasa bahagia ketika saya berada di situs ziarah	Situs ziarah membuat saya merasa bahagia
		Situs ziarah merupakan tempat favorit saya	Situs ziarah merupakan satu-satunya tempat favorit saya
		Saya akan rindu ketika saya jauh dari situs ziarah	Saya tidak akan merindukan tempat ini jika tidak ada situs ziarah
	Place identity	Segala sesuatu tentang situs ziarah merupakan refleksi dari diri saya	Situs ziarah mencerminkan tipe seperti apa saya
		Situs ziarah mengatakan sangat sedikit siapa saya	Tempat ini mengatakan sangat sedikit tentang saya (negative)
		Saya merasa bahwa saya benar-benar bisa menjadi diri saya sendiri di tempat ini	Saya merasa bahwa saya benar-benar menjadi diri sendiri di tempat ini
		Situs ziarah memperlihatkan type saya seperti apa	Situs ziarah adalah cerminan saya
	Place dependence	Situs ziarah adalah tempat terbaik untuk saya melakukan sesuatu sehingga saya enjoy disana	Tempat ini memenuhi kebutuhan saya lebih baik daripada tempat lain
		Untuk melakukan sesuatu, saya sangat menikmati, tidak ada tempat yang lain yang bisa dibandingkan dengan situs itu	Tempat ini adalah tempat terbaik untuk melakukan sesuatu sehingga saya paling menikmati
		Ini bukan tempat yang baik untuk melakukan hal-hal yang paling saya sukai	Tempat ini adalah tempat yang baik untuk melakukan hal-hal yang paling saya sukai
		Sejauh yang saya ketahui, ada tempat yang lebih baik daripada tempat ini	Sejauh yang saya ketahui, ada tempat yang lebih baik (negative)

Tahap terakhir dari analisis konten adalah selectif coding untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari beberapa dengan melakukan analisis korespondensi. Untuk itu akan dilihat beberapa hubungan dari beberapa factor dengan menggunakan *warb hierechical clustering* yang dapat dilihat melalui diagram dendogram.

Analisis Korelasi

Korelasi merupakan salah satu Teknik analisis statistic yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variable yang bersifat kuantitatif. Hubungan dua variable tersebut dapat terjadi karena adanya hubungan sebab akibat atau dapat pula terjadi karena kebetulan saja. Dua variable dikatakan berkorelasi apabila perubahan pada variable yang satu akan diikuti perubahan pada variable yang lain secara teratur dengan arah yang sama (korelasi positif) atau berlawanan (korelasi *negative*). Dalam kaitannya dengan tahapan sebelumnya (analisis Isi), analisis korelasi dalam penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa langkah:

1. Membuat kerangka kuesioner
2. Penyebaran Kuesioner
3. *Factor Analyze* (FA)
4. *Correlation Analysis* (CA)

Penentuan Komponen Prinsip/Faktor Analisis

Penelitian ini melakukan 2 (dua) analisis factor, yakni berkaitan dengan makna situs ziarah dan *sense of place*. Pada analisis factor makna ziarah terdiri dari 6 kategori. Berdasarkan grafik eigenvalue terdapat 3 faktor yang nilainya di atas 1 dari 12 faktor, untuk itu dari 3 faktor tersebut dianalisis menjadi 3 kategori yakni makna religious, makna social budaya dan makna *negative*.

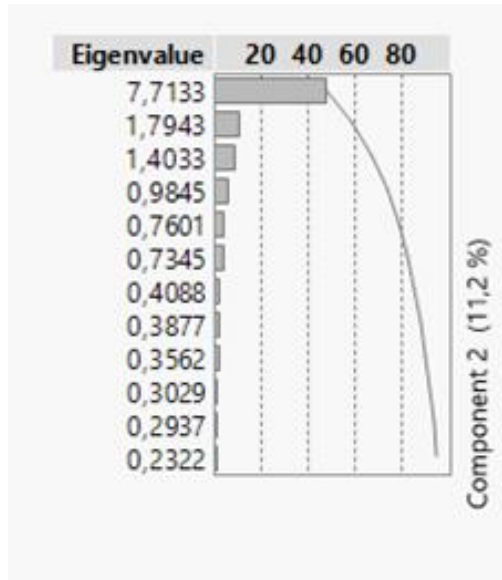


Diagram 3. Nilai Eigenvalue

Tabel 5. Analisis Faktor Makna Ziarah

Variabel Operasional	Makna Religius	makna sosial budaya	makna negaif
Situs ziarah merupakan tempat yang penuh barokah	0,82	0,30	-0,06
Suasana situs dapat meningkatkan keimanan kita	0,81	0,27	-0,07
Suasana situs ziarah mampu memberikan ketenangan	0,77	0,36	0,04
Situs ziarah merupakan tempat untuk beribadah	0,77	0,17	0,18
Suasana situs ziarah mendorong kita untuk mendekati diri kepada Allah	0,72	0,23	-0,05
Suasana situs ziarah mengingatkan saya pada kematian dan akhirat	0,70	0,09	-0,07
Situs ziarah merupakan tempat bertemu dan bersilaturahmi dengan 72esame komunitas	0,65	0,35	0,18
Suasana situs mendorong saya untuk melakukan refleksi diri	0,63	0,41	0,21
Situs ziarah merupakan tempat sakral dan suci	0,62	0,40	-0,18
Situs ziarah memiliki nilai edukasi	0,24	0,83	0,03
Situs ziarah sebagai tempat yang memiliki nilai sejarah yang tinggi	0,25	0,83	0,02
Situs ziarah sebagai tempat yang memiliki warisan budaya yang kuat	0,30	0,82	-0,03
Situs ziarah merupakan tempat wisata religi	0,36	0,68	0,03
Situs ziarah tempat yang sarat akan kesyirikan dan bid'ah	-0,07	0,04	0,89
Situs ziarah hanya sebuah makam, tidak bermakna	0,07	-0,02	0,90

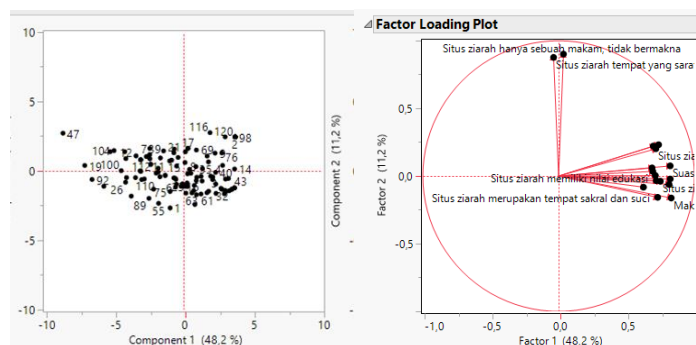


Diagram 4. Korelasi Prinsip Component pada Sub-kategori Makna Situs Ziarah

Pada analisis factor kedua (*Sense of Place*) terdapat 3 kategori yang terdiri dari 12 faktor. Jumlah komponen prinsip yang digunakan adalah dengan melihat nilai cumulative percent di bawah 95% sehingga didapat 2 komponent dari *sense of place* yakni rasa terikat dan tidak terikat.

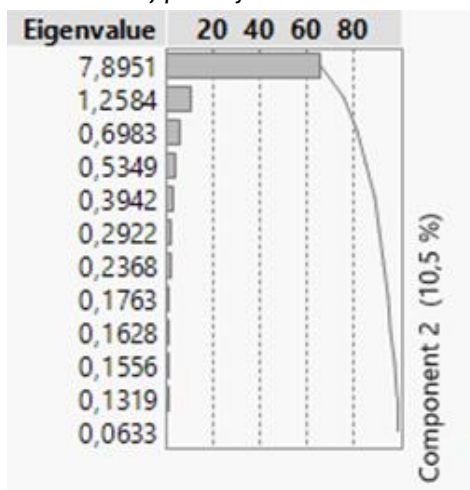


Diagram 5. Nilai Eigenvalue Sense of Place

Tabel 6. Hasil Analisis Faktor Sense of Place

Variabel Operasional	terikat	tidak terikat
Situs ziarah ini memenuhi kebutuhan saya lebih baik dari tempat lain	0,89	0,13
Tempat ini adalah tempat terbaik untuk melakukan sesuatu sehingga saya paling menikmati	0,89	0,22
Situs ziarah adalah cerminan saya	0,88	0,22
Situs ziarah merupakan satu-satunya tempat favorit saya	0,88	0,12
Saya merasa bahwa saya benar-benar menjadi diri sendiri di tempat ini	0,86	0,25
Situs ziarah mencerminkan type seperti apa saya	0,85	0,24
Situs ziarah membuat Saya merasa relax	0,82	0,18
Tempat ini adalah tempat yang baik untuk melakukan hal-hal yang paling saya sukai	0,80	0,33
Situs ziarah membuat Saya merasa bahagia	0,78	0,10
Saya tidak akan merindukan tempat ini jika tidak ada situs ziarah nya	0,77	0,20
Tempat ini mengatakan sangat sedikit tentang saya (negatif)	0,32	0,82
sejauh yang Saya ketahui, ada tempat lain yang lebih baik (negatif)	0,08	0,91

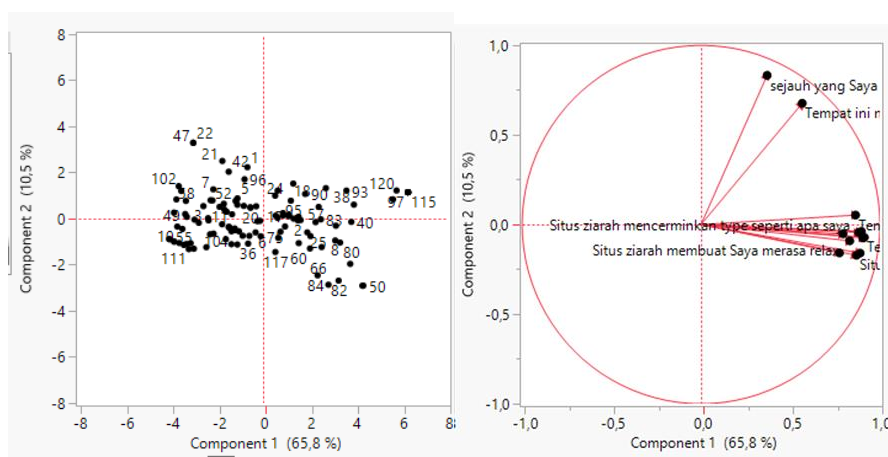


Diagram 6. Korelasi Principal Component pada Sub-kategori Sense of Place

Correlation Analysis (CA)

Kedua factor yang telah dilakukan sebelumnya dianalisis kembali menggunakan metode analisis korelasi multivariate untuk mengetahui hubungan antara makna situs ziarah dengan *sense of place*. Hasil dari analisis korelasi multivariate menunjukkan hubungan antara kelompok factor makna ziarah dan kelompok factor *sense of place*.

Tabel 7. Analisis Faktor

	makna religius	makna sosial budaya	makna negatif	terikat	tidak terikat
makna religius	1,00	0,00	0,00	0,64	0,01
makna sosial budaya	0,00	1,00	0,00	0,18	0,02
makna negatif	0,00	0,00	1,00	0,16	0,52
terikat	0,64	0,18	0,16	1,00	0,00
tidak terikat	0,01	0,02	0,52	0,00	1,00

Tabel 8. Analisis Korelasi antara Makna Ziarah dan *Sense of Place*

X \ Y	terikat	tidak terikat
	makna religius	0,64
makna sosial budaya	0,18	0,02
makna negatif	0,16	0,52

Berdasarkan hasil analisis korelasi bivariate di atas memperlihatkan bahwa makna religious memiliki korelasi yang tinggi dengan rasa terikat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,68, sedangkan makna social budaya memiliki korelasi yang sedang dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,18. Sebaliknya, makna negative memiliki korelasi yang rendah dengan rasa terikat dibandingkan dengan tidak terikat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,52. Pada matrix scatterplot menunjukkan bahwa setiap sebaran menunjukkan hubungan antara sepasang variable. Dari hasil tersebut, nilai-nilai korelasi multivariate antar variable kemudian diolah dalam analisis korelasi.

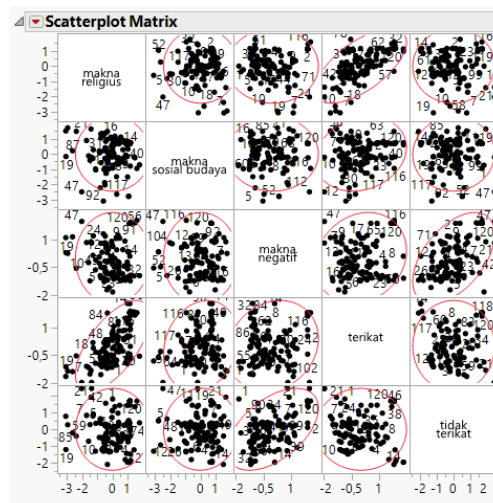


Diagram 7. Scatterplot Matrix antara Makna Ziarah dan *Sense of Place*

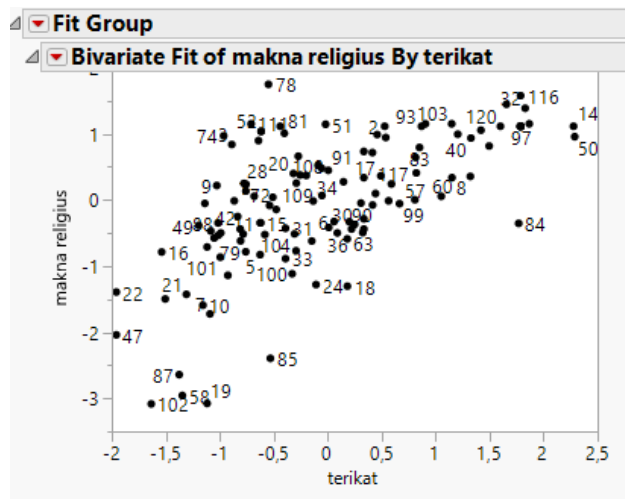


Diagram 8. Tingkat Kepadatan antara Makna Religius dengan Sense of Place

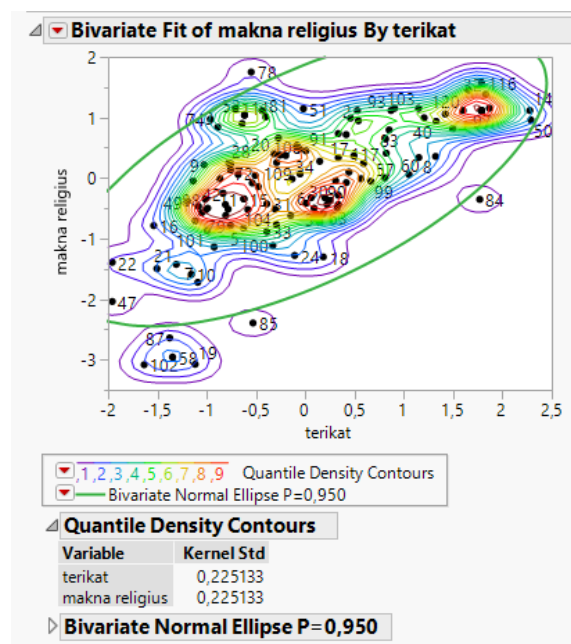


Diagram 9. Density Contour antara Makna Religius dan Rasa 'terikat'

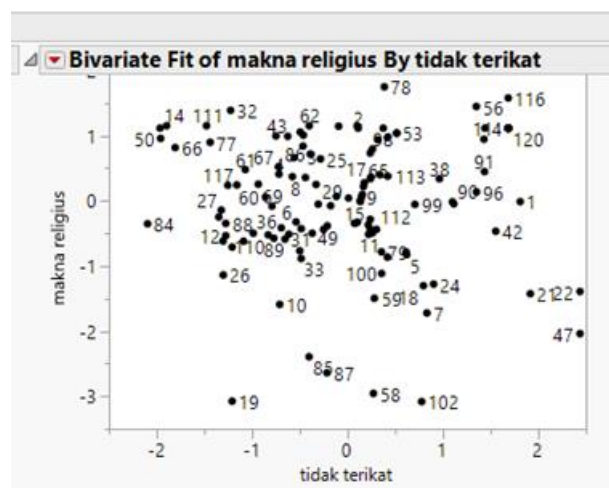


Diagram 10. Tingkat Kepadatan antara Makna Sosial Budaya dengan Sense of Place

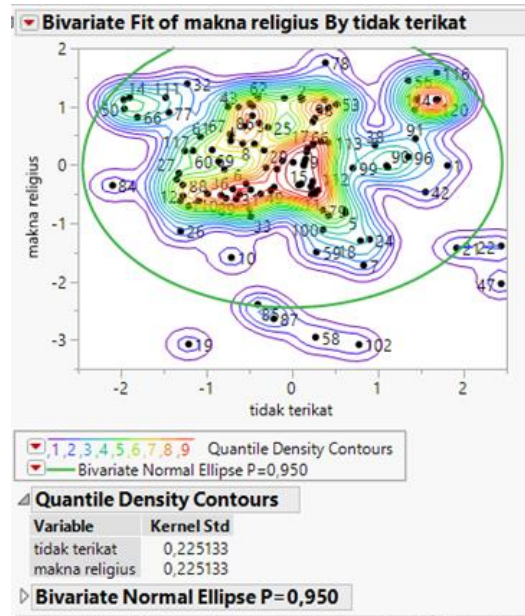


Diagram 11. Density Contour antara Makna Religius dengan Rasa Tidak Terikat

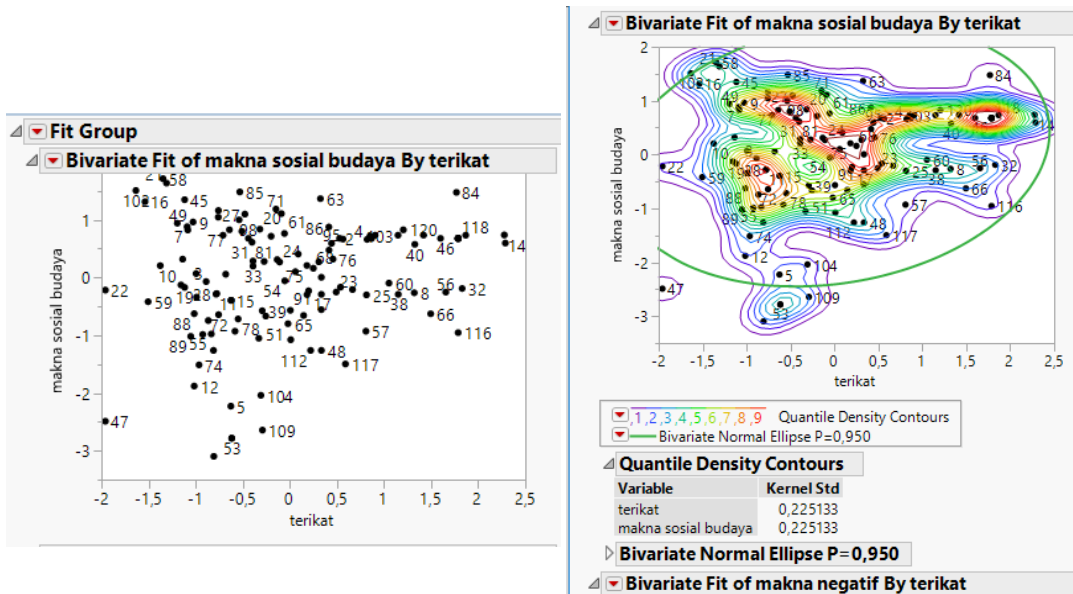


Diagram 12. Density Contours antara Makna Sosial Budaya dan Terikat

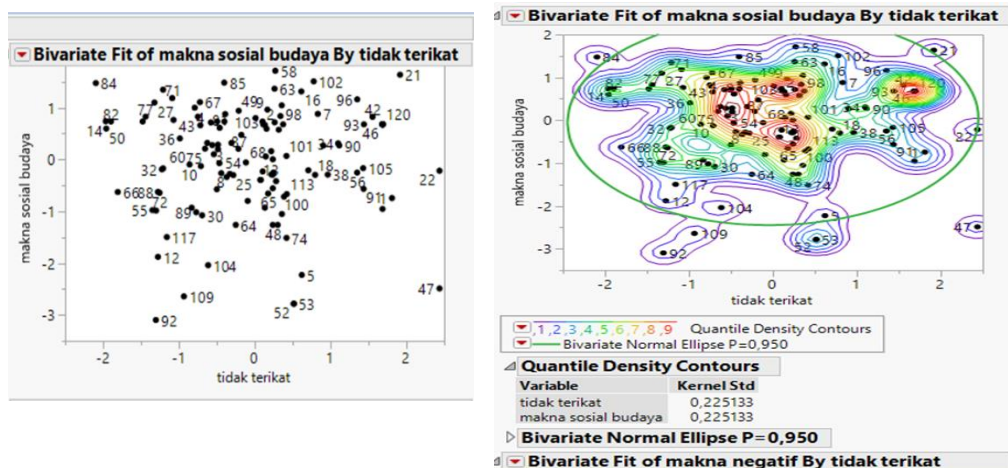


Diagram 13. Tingkat Kepadatan antara Makna Negatif dengan Sense of Place

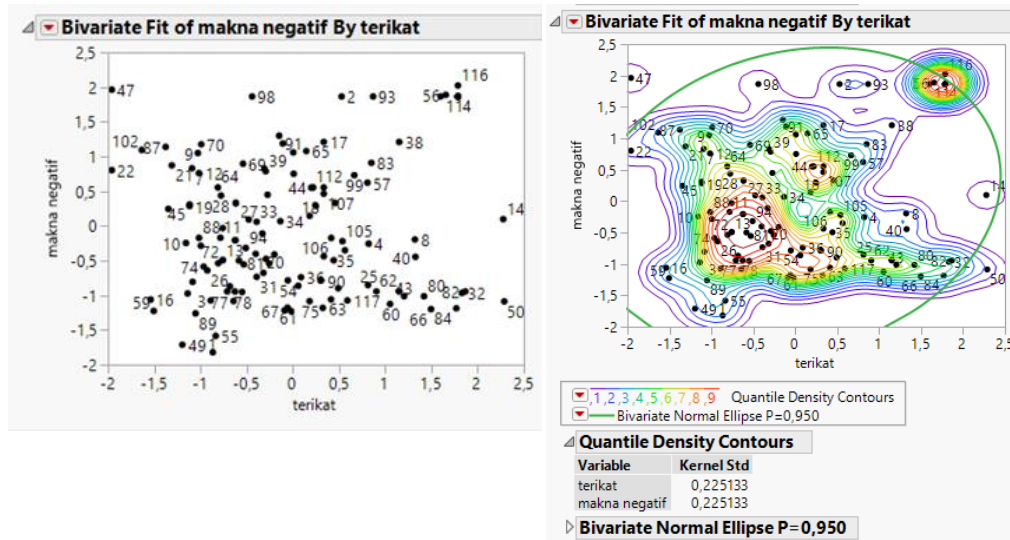


Diagram 14. Density Contour antara Makna Negatif dan Terikat

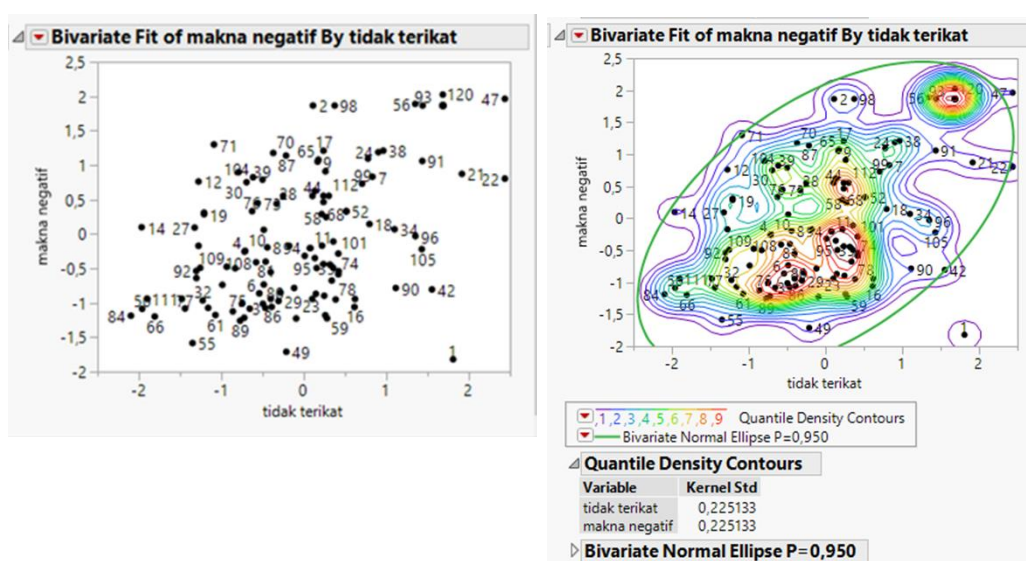


Diagram 15. Density Contour antara Makna Negatif dan Tidak Terikat

PENUTUP

Pada tahap pertama dilakukan penelitian kualitatif melalui tahap analisis konten. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh beberapa kategori makna ziarah yakni ketauladanan, makna budaya, makna sejarah dan edukasi, makna religi, makna social dan tidak bermakna. Berdasarkan analisis distribusi, diperoleh 76 % alasan responden untuk pergi berziarah karena memiliki makna religi yang tinggi.

Pada penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian tahap pertama, dimana penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan tujuan mengetahui korelasi antara makna ziarah dengan sense of place. Berdasarkan hasil analisis factor, pada makna ziarah dikelompokkan menjadi 3 kategori yakni makna religious, makna sosial budaya dan makna negatif. Sedangkan hasil analisis faktor sense of place, dikelompokkan menjadi terikat dan tidak terikat. Berdasarkan hasil analisis korelasi, terdapat hubungan yang tinggi antara makna religious dengan rasa terikat pada sense of place. Sebaliknya makna negative memiliki korelasi yang tinggi pula dengan rasa tidak terikat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini terlaksana atas dukungan teman-teman, keluarga dan rekan sejawat, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr.Eng.Hanson E.Kusuma, ST, M.Eng selaku dosen mata kuliah Analisa Kualitatif. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada teman-teman kuliah di program doktoral arsitektur ITB yang telah membantu dalam proses penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Boerebach, J.J. 2012. *Sense of Place, attachment to, identity to, identity with and dependence of shopping location*. Eindhoven University of Technology, Redevco B.V.
- Holsti, O.R.(1968). *Content Analysis, in: Lindzeyg, & Aronsone*. The handbook of social Psychology, vol 2.
- Humaidi.2017. *Makam Keramat di Jakarta: Jejak perlawanan Melawan Kolonialisme dari masa silam(1640-1789)*. Jakarta: Proseding Konferensi Ilmu-Ilmu Sosial.
- Junianto, A; Tutut Subadyo. 2016. *Konsep Pelestarian Situs Patirtan di Malang Raya sebagai Destinasi Wisata Spiritual*. Malang: Proseding Temu Ilmiah IPLBI
- Kusuma, Hanson.E(2015). *Memilih Metode Analisis Kuantitatif untuk Penelitian Arsitektur*. Bandung: ITB.
- Loir, Henri Chambert dan Claude Guillot.2010. *Ziarah & Wali di Dunia Islam*. Edisi Indonesia. Jakarta: Kounitas Bambu.
- Surya, Syndi Octakomala Dewi. 2016. *Korelasi antara aktivitas di taman dengan fungsi taman serta elemen pendukungnya*. Malang : Proseding temu Ilmiah IPLBI.
- Wasita. 2018. *Pemanfaatan Perilaku dan Situasi dalam Prosesi Ziarah pada Tinggalan Arkeologi Sebagai Upaya Pelestarian*. Jurnal Kindai Etam, Vol 4(1) : 73-96
- Wawansyah, dkk. 2017. *Tradisi ziarah kubur masyarakat Sasak (studi kasus Makam Loang Balo*.