

KAJIAN PLACE-MAKING MELALUI TEORI *GENIUS LOCI* PADA AREA PUBLIK JALAN MALIOBORO, YOGYAKARTA

Studi Kasus: Kawasan Malioboro

Ilham Bakti¹, Stefy Prasasti Anggraini², Aris Ryant Kurniawan³

¹Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia

¹Surel: 20512180@students.uii.ac.id

ABSTRAK: Ruang publik adalah aspek penting untuk menciptakan ruang-ruang di perkotaan dengan standart yang berkualitas. Standart ruang publik dapat ditingkatkan dengan pendekatan *place-making* yang dibentuk dengan memfokuskan pada pengalaman manusia. *Place-making* didefinisikan sebagai pendekatan desain ruang publik yang memfokuskan pada pemanfaatan kekayaan lokal, sedangkan *genius loci* adalah kejeniusan lokal suatu tempat atau lokasi yang apabila dihubungkan dengan makna bahasa latinnya adalah jiwa yang ada di tempat tertentu. Pada kawasan malioboro terdapat *genius loci* yang memicu tempat ini menjadi ruang publik yang ramai dikunjungi masyarakat. Sehingga ditetapkan sebagai studi kasus pada kajian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang bertujuan mengidentifikasi aspek *genius loci* yaitu aspek tangible dan intangible pada jalan malioboro sebagai ruang publik. Aspek tangible berupa objek benda yaitu museum vredeberg, pasar beringharjo dan bank bni 46 yang dipilih karena merupakan salah satu objek yang menjadi daya tarik dan merupakan bangunan yang paling berpengaruh dalam konteks budaya dan sejarah pada kawasan malioboro, sedangkan intangible berupa tak benda yaitu budaya, sosial, dan ekonomi. Diharapkan dengan adanya kajian ini memberikan wawasan kepada masyarakat tentang pentingnya *genius loci* pada suatu kawasan publik.

Kata kunci: *Genius loci*, *Place making* Kawasan Malioboro, Ruang publik

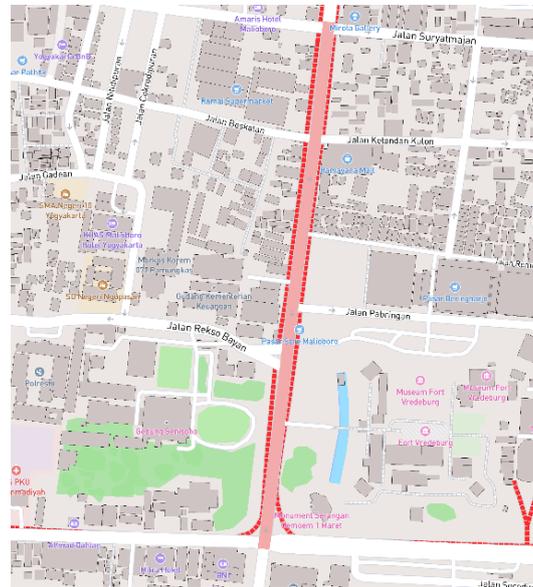
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jalan malioboro merupakan salah satu kawasan yang ikonik di kota yogyakarta. Kawasan ini selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun mancanegara setiap tahunnya karena terdapat banyak hal menarik yang membuat masyarakat datang berkunjung sehingga terciptalah *placemaking* dan menjadikan malioboro sebagai salah satu ruang publik yang terkenal di Yogyakarta. Salah satu faktor yang membuat *placemaking* di kawasan malioboro ini ramai pengunjung adalah terdapatnya aspek *genius loci* yang mampu menjadi daya tarik bagi para wisatawan. *Genius loci* sendiri merupakan keunikan lokal pada suatu tempat atau dapat diartikan sebagai jiwa atau ruh pada suatu tempat. Dengan adanya *genius loci*, akan meningkatkan pengalaman manusia pada ruang publik itu sendiri dan menjadikannya daya tarik bagi pengunjung. Dengan terpilihnya kawasan malioboro sebagai studi kasus ruang publik, maka kajian tentang *place-making* berdasarkan teori *genius loci* bisa terlaksana dengan lebih maksimal. Karena pengalaman manusia yang timbul dari kawasan malioboro sebagai ruang publik lebih beragam dan mempunyai keunikan tersendiri dibandingkan ruang publik lainnya.

Pertanyaan penelitian ini menyangkut penempatan *genius loci* di kawasan jalan malioboro dan fungsinya terhadap pengalaman pengguna. Pertanyaan tersebut dapat dikembangkan dengan menanyakan tentang status kawasan malioboro itu sendiri sebagai ruang publik. Pertanyaan penelitian ini dijawab dengan menguraikan serta menjelaskan teori *genius loci* serta penerapannya pada ruang publik jalan malioboro.

Untuk meninjau ruang publik dengan benar, maka dilakukan penelitian penempatan berdasarkan teori *genius loci*, hal ini karena ruang publik termasuk ke dalam ruang perkotaan yang memperoleh nilai dari pengalaman spasial pengguna/manusia (Hantono, 2019). Nilai lokal yang dipahami berdasarkan *genius loci* dapat lebih memperkaya nilai pada suatu ruang publik. Riset *genius loci* memungkinkan untuk mengeksplorasi bagaimana ruang publik bisa berfungsi sebagai ruang sosial melalui jiwa dan keunikan kawasannya.



Gambar 1 Area Batasan kajian Genius Loci pada Kawasan Malioboro
Sumber : Penulis

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *genius loci* yang terdapat di kawasan malioboro terkait dengan *placemaking*?

C. Tujuan

1. Mengkaji *genius loci* yang terdapat di kawasan malioboro yang berkaitan dengan *placemaking*

D. Batasan

Batasan area yang dipilih pada kawasan malioboro sebagai objek kajian adalah Jl. Jend. Ahmad Yani

STUDI PUSTAKA

A. *Placemaking*

Place-making adalah suatu pendekatan perencanaan dan perancangan ruang publik yang mampu menonjolkan kekayaan/keberagaman lokal guna meningkatkan pengalaman manusia terhadap kondisi suatu tempat. Keberagaman lokasi dan sosial-budaya di Indonesia membutuhkan pengkajian lebih dalam terkait konsep *placemaking* guna menciptakan ruang publik yang sesuai standart dan lebih berkualitas (Habibullah & Ekomadyo, 2021). *placemaking* mempunyai kaitan yang erat dengan desain suatu ruang publik perkotaan sebagai entitas fisik dan estetika dan pengaturan perilaku. Istilah ini digunakan untuk merujuk pada proses menciptakan tempat yang unik dan menarik bagi orang-orang (Hadiman, 2017).

B. *Genius Loci*

Genius loci mengacu pada kecerdasan lokal yang dibangun antara orang-orang di lingkungan fisik di mana tindakan mereka diadaptasi. Dengan menggunakan pendekatan *genius loci*, setiap lokasi dinilai kepentingannya bagi komunitas yang menggunakannya (Ekomadyo & Blank, n.d.). *Genius loci* pada *place-making* merupakan konsep yang bisa digunakan untuk mempelajari bagaimana ruang publik yang berfokus pada pengalaman pengguna/manusia (Norberg-schulz & Christian, 1979). *Genius loci* adalah kecerdasan lokal yang dibentuk orang berdasarkan pengalaman emosional mereka dengan ruang fisik di sekitar mereka (a. D. Nasution et al., 2019). Dengan menggunakan *genius loci* yang merupakan bagian dari *place-making*, ruang publik yang mampu menjalin hubungan kuat antara manusia/pengguna dengan suatu ruang dapat tercipta.

C. Aspek *Tangible*

Tangible (fisik) adalah unsur yang dapat dilihat dengan mata dan indera selama berada di dalamnya, yaitu ruang terbuka, pemukiman, jalan sarana transportasi, tempat ibadah, pasar, bangunan pusat pemerintahan, dll (Dwi Susanti et al., 2020). Secara arsitektur, Aspek *tangible* ini akan ditinjau pada bentuk denah, atap, tembok, dan elemen arsitektur lainnya seperti pintu, jendela, dan tiang.

D. Aspek *Intangible* (Non Fisik)

Aspek *Intangible* (non-fisik) adalah unsur-unsur tidak berwujud (non-fisik) yang mengacu pada hal-hal yang tidak dapat disentuh tetapi terlihat dari aktivitas. Contohnya adalah aktivitas Budaya, sosial, dan ekonomi. Unsur tidak berwujud (non-fisik) ini bertindak sebagai "roh" dari tempat tersebut (Dwi Susanti et al., 2020)

METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif untuk mengidentifikasi *genius loci* pada Jalan Malioboro. Metode penelitian ini dilaksanakan dengan dua tahap yaitu : (1) Metode pengumpulan data utama (primer) adalah observasi langsung di lokasi penelitian. Pengamatan fokus pada unsur-unsur *genius loci*, antara lain aspek fisik (*tangible*) dan non fisik (*intangible*) (Jumaylinda & Oktrifani, 2018). Pengumpulan data sekunder dilaksanakan dengan menelaah literatur tentang teori *genius loci*. (2) Metode analisis data didasarkan pada kerangka teori beberapa ahli untuk memperoleh data faktual di bidang ini (Azizah, 2021). Analisis unsur-unsur yang membentuk teritorial *genius locus* "*spirit of place*" yaitu aspek fisik (*tangible*) berdasarkan komponen arsitektur : bentuk denah, bentuk atap, dinding, pintu, jendela, dan tiang serta non fisik (*intangible*) : aspek budaya, sosial, dan ekonomi.

Tabel 1 Parameter dan Indikator

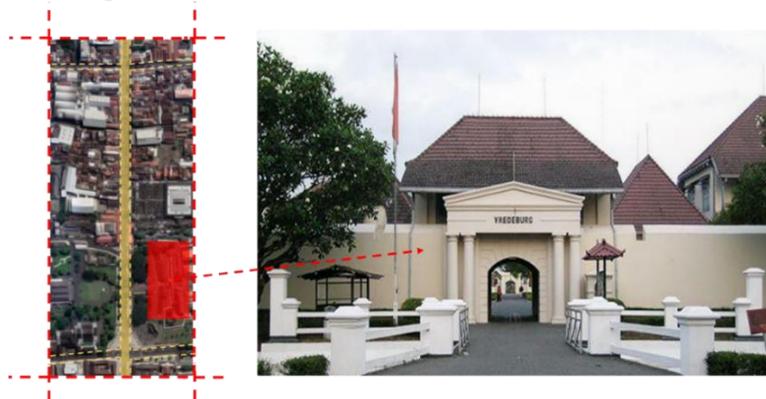
Variabel	Indikator	Parameter	Data
Genius Loci	Aspek <i>Tangible</i>	Bentuk Denah, bentuk atap, dinding, pintu, jendela, tiang pada Museum vredeberg, Pasar beringharjo, Bank BNI 46 Titik 0 Km Yogyakarta	Foto objek <i>tangible</i> serta penjelasannya
	Aspek <i>Intangible</i>	- Budaya - Sosial - Ekonomi	Foto aktivitas, budaya, sosial serta penjelasannya

Sumber : Penulis

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Aspek Tangible

1. Museum Vredeberg



Gambar 2 Museum Vredeberg

Sumber : Penulis

Tabel 2 Aspek Tangible Benteng Vredeberg

NO	KOMPONEN	FOTO	DESKRIPSI
1	Bentuk Denah		Bentuk denah dari museum vredeberg ini adalah simetri dimana sisi kanan dan kirinya mempunyai bentuk yang sama
2	Bentuk Atap		bentuk atap pelana dan perisai dengan penutup genteng adalah jenis atap yang digunakan pada museum ini
3	Dinding		Jenis dinding yang digunakan adalah dinding berplester tebal dengan warna identik putih
4	Pintu		Jenis pintu yang digunakan adalah pintu ganda kayu berbentuk persegi panjang dan bentuk lengkung dengan jalusi dan kaca. Pintu ini dicat dengan warna abu-abu

NO	KOMPONEN	FOTO	DESKRIPSI
5	Jendela		Jenis jendela yang digunakan adalah persegi panjang dengan 2 bukaan dan terdapat kisi-kisi serta dicat abu-abu
6	Tiang		Terdapat tiang tiang warna putih dengan bukaan melengkung pada bangunan museum yang menjadi ciri khas arsitektur kolonial

Sumber : Penulis

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa museum vredeberg mempunyai gaya arsitektur kolonial yang bisa terlihat dari penggunaan dinding tebal yang identik putih, pintu dan jendela kayu yang mempunyai kisi-kisi atau jalusi, dan tiang tiang warna putih dengan bukaan melengkung. Gaya arsitektur kolonial serta benda-benda peninggalan dari jaman belanda yang kini dipajang di museum ini mampu menjadi daya tarik bagi pengunjung museum (Ami, 2019), sehingga menjadikan museum vredeberg sebagai salah satu *genius loci* yang ada di Kawasan jalan Malioboro. Jika dikaitkan dengan *placemaking*, maka keunikan dari bangunan museum vredeberg ini mampu menarik banyak masyarakat untuk berkunjung ke Kawasan Malioboro baik untuk melihat maupun merasakan bagaimana keunikan arsitektur kolonial serta peninggalan sejarah yang ada di museum ini.

2. Pasar Beringharjo



Gambar 3 Pasar Beringharjo

Sumber : Penulis

Tabel 3 Aspek Tangible Pasar Beringharjo

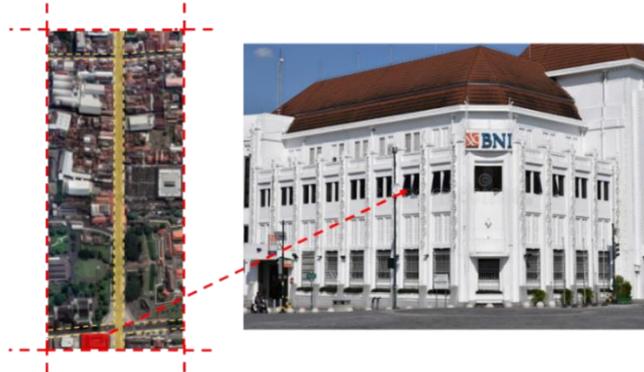
NO	KOMPONEN	FOTO	DESKRIPSI
1	Bentuk Denah		Bentuk denah pasar bringharjo lebih dominan persegi panjang
2	Bentuk Atap		bentuk atap pada pasar ini menerapkan konsep bentuk atap datar dari bahan beton dan atap plana dari material asbes
3	Dinding		Jenis dinding yang digunakan adalah dinding berplester tebal dengan warna identik putih
4	Pintu		Jenis pintu yang digunakan adalah pintu single yang terbuat dari kayu. Pintu ini dicat dengan warna abu-abu
5	Jendela		Jenis jendela yang digunakan adalah jendela 2 daun yang mempunyai jalusi serat dicat warna putih
6	Tiang		Tiang yang digunakan pada pasar bringharjo ini adalah tiang dengan material beton dengan ukuran yang besar

Sumber : Penulis

Berdasarkan data di atas disimpulkan pasar beringharjo yang termasuk ke dalam aspek *tangible* mempunyai gaya arsitektur kolonial yang terlihat dari penggunaan dinding tebal identik putih, pintu dan jendela kayu yang mempunyai kisi-kisi atau jalusi, dan tiang tiang

dengan ukuran yang besar. Gaya arsitektur kolonial serta fungsi dari bangunan ini sebagai pasar yang menyediakan banyak kebutuhan masyarakat (Utomo, 2021), mampu menjadi daya tarik bagi pengunjung sehingga menjadikan pasar beringharjo sebagai salah satu *genius loci* yang ada di kawasan jalan malioboro serta mampu menarik banyak masyarakat untuk berkunjung dan menimbulkan *placemaking* pada Kawasan jalan Malioboro.

3. Bank BNI 46 Titik nol Km Yogyakarta



Gambar 4 Gedung Bni 46
Sumber : penulis

Tabel 4 Aspek Tangible Bank BNI 46 Titik 0 Yogyakarta

NO	KOMPONEN	FOTO	DESKRIPSI
1	Bentuk Denah		Bentuk denah dari bank BNI 46 ini berbentuk trapesium dengan void di tengah bangunannya
2	Bentuk Atap		bentuk atap perisai dengan penutup genteng adalah jenis atap yang digunakan pada ini
3	Dinding		Jenis dinding yang digunakan adalah dinding berplester tebal dengan warna identik putih
4	Pintu		Pintu masuk pada bank ini menggunakan pintu trali dari besi dengan 2 daun

NO	KOMPONEN	FOTO	DESKRIPSI
5	Jendela		Jenis jendela yang digunakan adalah ada 2 yaitu jendela dengan trali dan jendela 1 satu dengan bukaan swing dari bawah
6	Tiang		Tiang yang digunakan pada pasar bank BNI 46 ini adalah tiang material beton ukuran besar dengan cat putih.

Sumber : Penulis

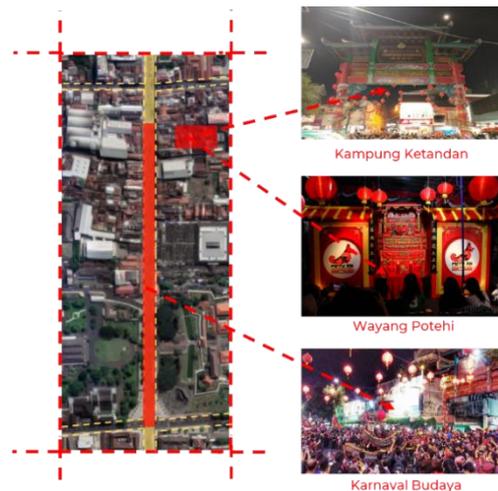
Berdasarkan data di atas disimpulkan bank BNI 46 mempunyai gaya arsitektur kolonial yang terlihat dari dinding tebal identik putih, pintu dan jendela kayu dengan kisi-kisi atau jalusi, dan tiang tiang warna putih ukuran besar. Gaya arsitektur seperti ini menggambarkan gedung BNI 1946 sebagai gedung yang berkesan mewah, menarik, dan berarsitektur kolonial (Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta, 2019), sehingga mampu menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk berkunjung di titik nol dan menjadikan bank BNI 46 sebagai salah satu *genius loci* yang ada di Kawasan jalan Malioboro.

Dari ketiga aspek *tangible* yang telah dianalisis disimpulkan bahwa bangunan yang menjadi *genius loci* di Kawasan Malioboro ini merupakan bangunan dengan gaya arsitektur kolonial. Arsitektur kolonial adalah arsitektur dengan campuran budaya Barat dan Timur yang hadir melalui karya arsitek Belanda dan ditujukan untuk rakyat Belanda yang tinggal di Indonesia sebelum kemerdekaan. Ciri-ciri arsitektur kolonial bisa kita lihat pada ketiga bangunan di Kawasan Malioboro seperti dinding tebal dengan warna putih, pintu dan jendela dengan kisi-kisi atau jalusi, dan tiang-siang dengan ukuran yang besar. Terlepas dari fungsi setiap bangunannya masing-masing, gaya arsitektur kolonial ini mampu menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke Kawasan Malioboro untuk melihat dan merasakan bagaimana gaya arsitektur peninggalan belanda yang menjadi sejarah kemerdekaan Indonesia sehingga menjadikannya sebagai salah satu *genius loci* di Kawasan Malioboro.

B. Aspek *Intangible* (Non Fisik)

1. Aspek Budaya

Salah satu budaya yang digelar di kawasan Malioboro adalah Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta atau disingkat dengan PBTY. PBTY ini biasanya dilaksanakan di Kampung Ketandan "chinatownnya" kawasan malioboro kota Yogyakarta. Berbagai acara digelar untuk memeriahkan acara spesial Imlek ini. Dari pertunjukan budaya seperti *Dragon Lion Dance*, *Lion Samsi* dan Wayang Potehi, ada juga pameran di Rumah Budaya, Jogja *Dragon Festival* dan Karnaval Budaya dari Jalan Malioboro hingga Titik Nol. (Setiawan, 2021).



Gambar 5 Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta
Sumber : Penulis

Jika dikaitkan dengan placemaking, maka aktivitas budaya ini mampu menarik banyak masyarakat untuk berkunjung ke Kawasan Malioboro untuk melihat dan merasakan langsung bagaimana aktivitas budaya di Kawasan malioboro ini sehingga akan terbentuk placemaking berdasarkan aspek *genius loci ini*.

2. Aspek Sosial

Interaksi sosial merupakan aktivitas yang pasif seperti hanya duduk dan menikmati ruang di sekitar diri sendiri hingga menjadi aktif ketika pengunjung ruang berinteraksi dan mengobrol untuk membahas sesuatu, baik secara pribadi maupun sebagai komunitas. (Kusumaning Wardhani, 2018). Salah satu aktivitas sosial yang sering dilakukan masyarakat adalah bersepeda di kawasan titik 0 km yogyakarta. Kegiatan ini sering dilakukan di hari minggu pagi ataupun waktu libur. Selain bersepeda ,aktivitas yang sering dilakukan adalah bermusik. Biasanya kegiatan ini dilaksanakan malam hari di kawasan malioboro. Dengan adanya kegiatan seperti bersepeda dan bermusik ini mampu menjadikan kawasan jalan malioboro lebih hidup sebagai ruang publik.

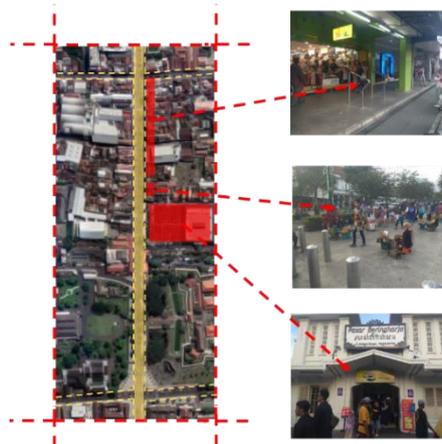


Gambar 6 Kegiatan Bersepeda di Titik Nol
Sumber : Penulis

Jika dikaitkan dengan placemaking, maka aktivitas sosial ini mampu memunculkan kegiatan komunitas di jalan Malioboro yang artinya akan tercipta placemaking pada kawasan ini.

3. Aspek ekonomi

Aktivitas ekonomi Malioboro tidak berhenti sehari-hari. Saat ini ada sekitar 22 komunitas ekonomi dengan jumlah anggota lebih dari 5.000, yang pada gilirannya merangsang aktivitas perdagangan dan jasa di wilayah tersebut sepanjang hari (inspect.id, 2018). Beberapa tempat yang menjadi pusat ekonomi di kawasan Malioboro antara lain, toko-toko di sepanjang kawasan jalan Malioboro, mall, pasar Beringharjo, pedagang kaki lima (PKL)



Gambar 7 Toko-toko (atas), Pasar Beringharjo (bawah), PKL (tengah)
Sumber : Penulis

Dari penjelasan di atas diketahui kegiatan ekonomi di kawasan jalan Malioboro merupakan salah satu yang terbesar di kota Yogyakarta. Hal ini karena pada kawasan ini banyak terdapat tempat jual beli seperti toko-toko di sepanjang kawasan jalan Malioboro, mall, pasar Beringharjo dan pedagang kaki lima yang menjual beraneka ragam makanan, pakaian, dll, sehingga menarik minat masyarakat untuk berkunjung dan berbelanja di kawasan ini dan menjadikannya sebagai salah satu aspek *genius loci intangible* di kawasan jalan Malioboro.

Dari ketiga aspek *intangible* yang telah dianalisis ditarik kesimpulan kegiatan budaya, sosial, dan ekonomi yang terdapat di kawasan jalan Malioboro merupakan aspek *genius loci* yang mampu menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk berkunjung ke kawasan jalan Malioboro. Semua kegiatan ini dilakukan di kawasan jalan Malioboro dan menjadikannya sebagai keunikan lokal kawasan ini.

C. Hubungan *Placemaking* dengan *Genius Loci* (Aspek *Tangible* dan *Intangible*)

Berdasarkan analisis di atas, diketahui ketiga bangunan aspek *tangible* (museum Vredeberg, pasar Beringharjo, dan Bank BNI 46) berada di sekitar jalan Malioboro. Lokasinya yang dekat dengan jalan membuatnya mudah ditemui oleh pengunjung. Selain itu dengan keunikannya seperti gaya arsitektur kolonial dan fungsinya seperti pasar dan museum, menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke tempat ini dan menimbulkan *placemaking* pada kawasan jalan Malioboro. *Placemaking* yang timbul dapat terjadi karena adanya aspek *genius loci* yang mampu menarik minat pengunjung untuk berada di kawasan jalan Malioboro ini. Hal ini juga berlaku untuk aspek *intangible* yang diselenggarakan di kawasan jalan Malioboro yang mampu menimbulkan keunikan dan ciri khas baik dari segi budaya, sosial, maupun ekonomi. Dengan adanya kegiatan seperti ini akan menimbulkan *placemaking* pada kawasan jalan Malioboro karena menarik minat masyarakat untuk melihat, merasakan,

maupun berbelanja langsung di kawasan jalan malioboro, sehingga placemaking pada kawasan malioboro ini tidak hanya terjadi berdasarkan aspek *tangible* nya, tapi juga dari segi aspek *intangibility*nya.



Gambar 8 Peta lokasi *genius loci* di jalan malioboro
Sumber : Penulis

KESIMPULAN

Dari analisis yang sudah peneliti lakukan, maka didapatkan kesimpulan sbg berikut :

1. *Genius Loci* yang terdapat di Kawasan malioboro terkait dengan *placemaking* antara lain benteng vredeberg, pasar beringharjo, dan bank BNI 46 yang termasuk ke dalam aspek *tangible*, serta budaya, sosial, dan ekonomi yang termasuk ke dalam aspek *intangibility*
2. Dari ketiga bangunan aspek *tangible* yang telah dianalisis dapat disimpulkan bahwa ketiga bangunan ini merupakan bangunan dengan gaya arsitektur kolonial
3. kegiatan budaya yang terdapat di Kawasan Malioboro rata rata kegiatan budaya cina
4. kegiatan sosial pada Kawasan Malioboro antara lain kegiatan bermusik dan bersepeda
5. Kegiatan ekonomi di kawasan malioboro banyak terdapat di tempat jual beli seperti toko-toko di sepanjang Kawasan jalan Malioboro, mall, pasar beringharjo dan pedagang kaki lima
6. Placemaking berdasarkan *genius loci* dapat muncul karena adanya keunikan dari setiap aspek *tangible* dan *intangibility*.

REKOMENDASI

Pengamatan *Genius Loci* di kawasan Malioboro yang dipaparkan pada kajian ini membuka pemahaman baru tentang beragamnya keunikan lokal pada Jalan Malioboro sebagai ruang publik di perkotaan. Hal ini bisa menjadi pengayaan dalam penelitian place-making di ruang publik perkotaan yang selama ini masih sangat sedikit untuk dilakukan. Dengan memperkaya wawasan tentang studi placemaking, khususnya pada ruang publik, ruang kota yang lebih bernilai, bermakna, dan berkualitas yang menekankan pengalaman manusia dapat dikembangkan ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. D. Nasution, S. Veronica, W. A. Adriansyah, B. D. Priatna, N. P. Putra, F. A. Sinaga, N. Narisa, & A. B. Adrian. (2019). Kajian Genius Loci dalam Uji Signifikansi Kawasan Kesawan. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 2(1). <https://doi.org/10.32734/ee.v2i1.386>
- Ami, E. (2019, May 10). *Benteng Vredeburg, Objek Wisata Penuh Jejak Perjuangan*. <https://www.idntimes.com/science/discovery/eka-amira/benteng-vredeburg-objek-wisata-jogja-yang-penuh-jejak-perjuangan-exp-c1c2?page=all>
- Azizah, L. N. (2021). *Pengertian Kerangka Teori: Contoh & Cara Membuatnya*. <https://www.gramedia.com/literasi/kerangka-teori/>
- Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta. (2019, March). *Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta*. <https://kebudayaan.jogjakota.go.id/page/index/gedung-bni-1946>
- Dwi Susanti, W., Agustin, D., & Mutia, F. (2020). Kajian Genius Loci Pada Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. In *JURNAL ARSITEKTUR* (Vol. 10, Issue 2).
- Ekoady, A. S., & Blank, [. (n.d.). *Menelusuri Genius Loci Pasar Tradisional sebagai Ruang Sosial Urban di Nusantara [Blank 14]*.
- Habibullah, S., & Ekoady, A. S. (2021). PLACE-MAKING PADA RUANG PUBLIK: MENELUSURI GENIUS LOCI PADA ALUN-ALUN KAPUAS PONTIANAK. *Jurnal Pengembangan Kota*, 9(1), 36–49. <https://doi.org/10.14710/jpk.9.1.36-49>
- Hadiman, H. (2017). *BAB 1 PENDAHULUAN. Gambar 1.1 Piramida Hirarki Kebutuhan (Sumber : en.wikipedia.org) - PDF Download Gratis*. <https://docplayer.info/50166217-Bab-1-pendahuluan-gambar-1-1-piramida-hirarki-kebutuhan-sumber-en-wikipedia-org.html>
- Hantono, D. (2019). KAJIAN PERILAKU PADA RUANG TERBUKA PUBLIK. *NALARs*, 18(1), 45. <https://doi.org/10.24853/nalars.18.1.45-56>
- inspect.id. (2018, January 8). *Ekonomi Malioboro*. <https://inspect.id/2018/01/08/ekonomi-malioboro/>
- jumaylinda, bontor, & oktrifani, saskia. (2018). *Identifikasi Genius Loci "Spirit of Place" Kawasan Jl. Sultan Muhammad Pontianak*.
- Kusumaning Wardhani, M. (2018). TITIK NOL KILOMETER KOTA YOGYAKARTA SEBAGAI RUANG TERBUKA PUBLIK DITINJAU DARI DIMENSI FUNGSIONAL, SOSIAL, DAN VISUAL. *Jurnal Planologi*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jpsa.v15i1.2739>
- Norberg-Schulz, & Christian. (1979). *Genius loci : towards a phenomenology of architecture*. 213.
- Setiawan, W. (2021, February 12). *Memeriahkan Imlek Cara Yogyakarta ,Kompasiana.com*. <https://www.kompasiana.com/birulazuardi/602f82938ede48523450a692/memeriahkan-imlek-cara-yogyakarta>
- Utomo, Y. W. (2021, August 12). *PASAR BERINGHARJO - Pasar Tradisional Terlengkap di Yogyakarta. Yogyes.Com*. <https://www.yogyes.com/id/yogyakarta-tourism-object/shopping/beringharjo/>