

## KARAKTER *STREETSCAPE* SEBAGAI PEMBENTUK IDENTITAS KOTA BOGOR

<sup>1</sup>Nurhikmah Budi Hartanti

### Abstrak

Jalan adalah elemen kota yang sangat penting karena setiap orang mengalami kota melalui jalan-jalannya. Jalan dialami oleh pengguna sebagai ruang linier tiga dimensi yang dibentuk oleh deretan bangunan, pepohonan dan elemen-elemen lain di kedua sisinya. Representasi visual ruang jalan atau *streetscape* akan mempengaruhi persepsi seseorang terhadap karakter dan identitas kota. Untuk itu penelitian tentang aspek-aspek jalan menjadi penting bagi pengembangan konsep-konsep perancangan kota. Kota Bogor dikenal sebagai kota kolonial yang bersejarah, dengan kegiatan pendidikan dan wisata yang bertema botani. Pepohonan besar dan suasana teduh menjadi ciri utama karakter *streetscape*-nya. Namun perkembangan Kota Bogor yang dipengaruhi oleh pertumbuhan kawasan Megapolitan Jabodetabek dan tekanan globalisasi mengakibatkan terjadinya perubahan karakter *streetscape* kota, khususnya pada jalan-jalan utama. Makalah ini merupakan hasil awal dari penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana karakter *streetscape* berpengaruh terhadap identitas Kota Bogor berdasarkan persepsi masyarakat, baik penduduk maupun pengunjung. Pendekatan gabungan metode kualitatif dan kuantitatif digunakan untuk menganalisis persepsi masyarakat terhadap karakter fisik, kegiatan dan makna ruang jalan. Hasil sementara menunjukkan bahwa meskipun persepsi terhadap suasana jalan Kota Bogor saat ini cenderung negatif, namun elemen-elemen kolonial dan vegetasi masih menjadi identitas Kota Bogor, disamping berkembangnya identitas baru yang berkaitan dengan kegiatan wisata belanja dan kuliner. Kedua hal tersebut dapat dipandang sebagai potensi yang membutuhkan penanganan yang seimbang dalam penataan kota untuk memperkuat identitas kota.

**Kata kunci :** Streetscape, identitas kota, Kota Bogor

### Pendahuluan.

Setiap orang mengalami suatu kota ketika bergerak melalui jalan, baik ketika memasuki kota sebagai pengunjung atau sebagai penduduk yang bergerak di jalan sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dalam proses tersebut orang melihat, merasakan dan menyerap informasi yang tersaji di sepanjang jalan-jalan yang dilalui secara sadar ataupun tidak sadar, serta membentuk persepsi mengenai lingkungan jalan tersebut. Oleh karena itu jika kita membayangkan suatu kota, maka yang terbayang biasanya adalah suasana jalan-jalannya, jika jalan-jalan dalam suatu kota terlihat baik maka persepsi tentang kota tersebut juga akan berkesan baik dan demikian juga sebaliknya (Jacobs, 1961). Dengan demikian jalan merupakan elemen kota yang sangat berperan dalam pembentukan karakter dan identitas kota. Hal yang sama dinyatakan juga oleh Lynch (1960), dalam Teori "*Image of the City*" dikatakan bahwa jalan sebagai elemen lintasan pergerakan atau *paths*, adalah elemen yang paling dominan dalam membentuk citra kota karena melalui jalan orang bisa mengenali elemen-elemen citra kota lainnya yaitu *landmarks, nodes, edges* dan *districts*.

Jalan dialami oleh pengguna sebagai ruang kota ruang tiga dimensi berbentuk linier yang tersusun oleh deretan bangunan, pepohonan, trotoar dan elemen-elemen lain di sepanjang jalan. Representasi visual ruang jalan secara tiga dimensi dinyatakan dengan istilah *streetscape*. Istilah ini diilhami oleh istilah-istilah yang telah lebih lama digunakan yaitu *landscape, townscape* atau *cityscape* yang merujuk pada penampilan dan keterkaitan elemen-elemen ruang luar yang menentukan karakter suatu ruang kota (Bucher, 1996), dan dalam hal ini *streetscape* merujuk pada elemen-elemen pembentuk jalan yang memiliki kontribusi visual dan ameniti jalan (CABE, 2002; Aurbach, 2005). Penataan ruang jalan yang mempertimbangkan kualitas serta makna visual *streetscape* merupakan faktor penting dalam perancangan

---

<sup>1</sup> Nurhikmah Budi Hartanti, Mahasiswa Program Doktor SAPPK ITB, Bandung dan Dosen FTSP Universitas Trisakti, Jakarta, nurhart@gmail.com

kota karena akan mempengaruhi persepsi pengguna jalan sehingga bisa meningkatkan vitalitas jalan serta menciptakan identitas kota (Rezazadeh, 2011).

Identitas kota merujuk pada pengertian identitas tempat, karena kota dilihat sebagai suatu entitas utuh yang tersusun dari tempat-tempat. Sebagaimana halnya individu, kota perlu memiliki karakter dan identitas yang terbentuk oleh sejumlah karakteristik dan elemen-elemen yang bisa diidentifikasi (Oktay, 2002; Baris, 2009). Kevin Lynch (1980) mendefinisikan identitas tempat sebagai "sejauh mana seseorang bisa mengenali atau mengingat suatu tempat itu berbeda dengan tempat lainnya dan memiliki karakter yang jelas, unik, atau khusus". Lynch menyebutkan bahwa individualitas dan perbedaan pada suatu tempat merupakan dasar untuk mengenali tempat tersebut sebagai entitas yang mandiri dan berbeda dengan tempat lainnya. Konsep tentang identitas kota dapat ditelusuri pada pemikiran-pemikiran tentang "*sense of place*" atau "*genius loci*" (Relph, 1976; Norberg-Schulz, 1976; Tuan, 1977), dan "*spirit of place*" (Garnham, 1985). Dalam pemikiran-pemikiran tersebut ditekankan identitas bukan hanya terkait dengan kualitas fisik tempat. Meskipun diakui bahwa elemen terbangun merupakan unsur kritis yang mempengaruhi identitas tempat (Erem, 2007), namun komponen simbolik-evaluatif yang terkait dengan makna juga memberikan pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan identitas (Lalli, 1992). Salah satu faktor penting untuk mencapai identitas adalah adanya *sense of place*, yang tercipta dari interaksi antara rona fisik, aktivitas dan makna tempat dan berkaitan dengan pengalaman mata, pikiran dan tujuan pengamat terhadap penampilan fisik suatu kota atau lanskap (Relph, 1976). Maka pernyataan Arbak (2005) mengenai identitas kota sangat tepat, yaitu: identitas kota bisa dinyatakan sebagai intuisi atau persepsi 'pengguna' kota terhadap penampilan kota yang unik, yang merupakan perpaduan antara aspek-aspek lingkungan, sejarah, sosial-budaya, fungsional dan spasial. Scheffler (2009) menyatakan bahwa identitas kota adalah suatu fenomena yang kompleks mencakup hubungan antara material dan immaterial; meliputi skala yang berbeda yaitu lokal, kota, regional, nasional; bisa dilihat dari berbagai perspektif baik personal, kolektif maupun eksternal; serta berkembang sepanjang waktu, dipengaruhi oleh perubahan dan berbagai faktor..

Identitas menjadi isu penting dalam perancangan kota sebagai komponen yang sangat penting bagi keberlanjutan dari suatu kota dalam menghadapi perkembangan dan globalisasi (Scheffler, 2009). Meskipun demikian, identitas kota dapat mengalami perubahan sebagai konsekuensi dari pembangunan, dimana kota mengalami perubahan-perubahan akibat pertumbuhan permukiman, industrialisasi, transportasi dan pariwisata. Perkembangan tersebut mungkin positif bagi pertumbuhan ekonomi namun seringkali berakibat pada hilangnya karakter lokal dan identitas sehingga menghasilkan wajah kota yang seragam. Dengan kuatnya tekanan kekuatan ekonomi dan komunikasi global, kota-kota di dunia dituntut untuk bisa menjadi bagian dari jaringan dunia namun sekaligus perlu mempertahankan keunikan dan akar budayanya, sehingga identitas kota sebagai kunci perancangan kota menjadi semakin penting (Southworth, 2010).

Fenomena tersebut juga terjadi di Kota Bogor, salah satu kota bersejarah di Jawa Barat yang banyak dikenal sebagai kota kolonial dan kebun rayanya. Kota Bogor dibangun oleh pemerintah kolonial Belanda sebagai kota peristirahatan, pusat penelitian dan pendidikan botani dan kedokteran hewan. Villa Buitenzorg (sekarang Istana Bogor), Kebun Raya, serta penanaman pepohonan besar tepi jalan-jalan utamanya menjadi elemen yang membentuk karakter dan keunikan atau *distinctiveness* kota tersebut. Namun perkembangan Kota Bogor saat ini menjadi kota multi fungsi yang sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan Megapolitan Jabodetabek, telah mendorong perkembangan fungsi dan bangunan-bangunan baru di sepanjang jalan dan membentuk *streetscape* kota dan elemen-elemen bangunan baru yang cenderung tidak mempertimbangkan karakter lokal sehingga tidak memiliki keunikan.

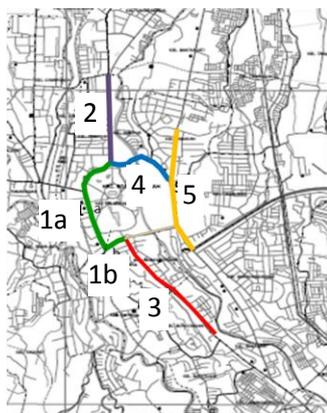
Meskipun demikian suatu perkembangan tidak bisa begitu saja dinyatakan salah atau merusak identitas, karena di lain pihak telah memberikan nilai positif bagi peningkatan ekonomi dan pariwisata Kota Bogor. Bahkan beberapa kegiatan dan karakteristik baru di Kota Bogor telah sedemikian melekat dan diterima oleh masyarakat sebagai identitas kota. Oleh karenanya, kebutuhan untuk menemukan kembali identitas lokal pada lingkungan masyarakat yang dinamis menjadi sangat penting untuk meningkatkan stabilitas serta meningkatkan koherensi sosial dan pembangunan masyarakat (Southworth, 2010). Mengingat perkembangan tersebut paling mudah terlihat pada karakter *streetscape* maka penelitian terhadap karakter *streetscape* dan pengaruhnya terhadap identitas Kota Bogor menjadi penting untuk dilakukan.

Tulisan ini disusun sebagai hasil sementara penelitian yang bertujuan menemukan kembali identitas Kota Bogor berdasarkan persepsi masyarakat terhadap karakter *streetscape* kota.

## Metodologi

Penelitian menggunakan pendekatan gabungan kualitatif dan kuantitatif dan dilakukan dengan tahapan berikut:

1. Tahap penentuan koridor jalan yang signifikan. Tahap ini dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan yaitu penelusuran makna historis dan fungsional dari peta-peta dan dokumen sekunder serta kuesioner *legibility* dan *imageability* terhadap responden yang terdiri dari 50 orang penduduk serta 50 orang pengunjung atau orang yang pernah berkunjung ke Kota Bogor. Dari tahap ini diperoleh 6 (enam) koridor signifikan sebagaimana terlihat pada gambar 1.



- (1a) Jalan Juanda segmen a : Regina Pacis - BTM
- (1b) Jalan Juanda segmen b : BTM - Pasar Bogor
- (2) Jalan Sudirman : Air mancur - Istana
- (3) Jalan Suryakencana : Pasar Bogor - Gg. Aut
- (4) Jalan Jalak Harupat : Rumah Walikota - Istana
- (5) Jalan Pajajaran : Baranangsiang - Jl. Salak

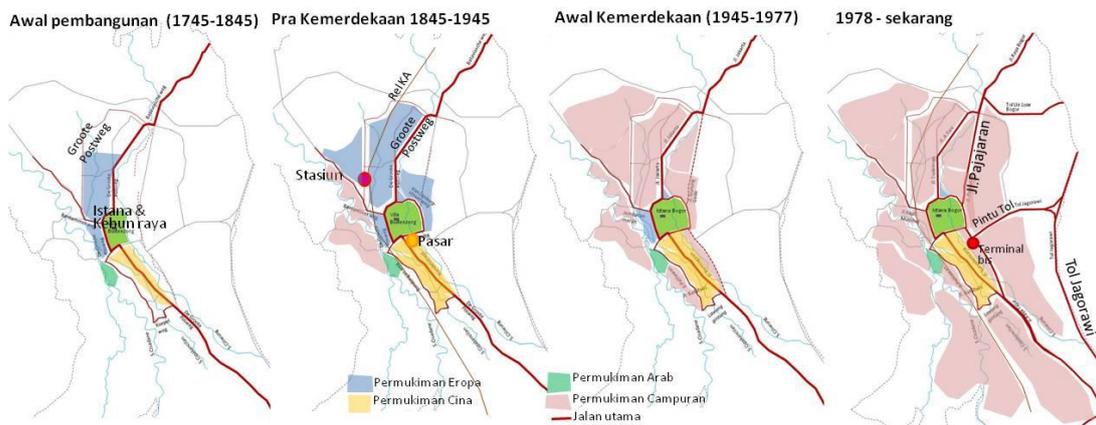
Gambar 1. Lokasi Penelitian

2. Tahap identifikasi karakter *streetscape* dari ke-enam koridor signifikan, yang dilakukan melalui observasi lapangan untuk mengidentifikasi elemen-elemen pembentuk karakter *streetscape* yang terdiri dari elemen fisik dan aktivitas (Kogarah City Council, 2006; Carmona, 2007). Elemen fisik pembentuk karakter *streetscape* terdiri dari: geometri dan bentuk jalan, proporsi dan keterlingkupan, karakter bangunan, serta karakter vegetasi. Sedangkan karakter aktivitas meliputi fungsi atau aktivitas formal didalam bangunan, aktivitas informal di luar bangunan, serta aktivitas khusus/insidental.
3. Tahap penilaian persepsi masyarakat, dilakukan dengan teknik survey menggunakan kuesioner visual, yaitu kuesioner yang diisi berdasarkan suatu informasi visual berupa photo set dari setiap koridor yang signifikan. Kuesioner diberikan pada responden yang dipilih secara purposive yaitu 100 orang penduduk atau orang yang tinggal di Kota Bogor serta 100 orang pengunjung atau orang yang pernah berkunjung ke Kota Bogor. Penduduk dikategorikan berdasarkan lama tinggal dan pengunjung dikategorikan berdasarkan frekuensi kunjungan.

## Morfologi Jalan Kota Bogor : Makna Historis dan Makna Fungsional Jalan

Perkembangan jalan yang ada di Kota Bogor saat ini dimulai ketika pada tahun 1808 Daendels membangun Jalan Raya Pos yang menghubungkan Batavia ke Buitenzorg, sebutan Bogor pada masa itu yang artinya "tidak ada rasa khawatir". Posisi jalan dibuat tegak lurus ke arah Villa Buitenzorg (sekarang Istana Bogor), kemudian memutar halaman villa dan terus ke selatan ke arah Puncak melalui jalan rakyat yang sebelumnya sudah ada. Jalan tersebut menjadi jalan utama sekaligus sumbu yang membentuk struktur kota dan mengarahkan pertumbuhan kota selanjutnya. Kota Buitenzorg tumbuh secara linier di sepanjang Jalan Raya Pos (*de Groote Postweg*) yang saat ini meliputi Jl. A. Yani, Jl. Sudirman, Jl. Juanda, Jl. Suryakencana dan Jl Pajajaran (arah Tajur), dengan Istana dan kebun raya sebagai pusat orientasi. Fungsi-fungsi bangunan penting dan representatif ditempatkan di sepanjang *Groote Postweg*.

Hingga tahun 1920an, pertumbuhan Buitenzorg masih terkonsentrasi di bagian barat Sungai Ciliwung, termasuk dengan dibukanya jalur kereta api pada tahun 1873 di sebelah barat sejajar dengan *Groote Postweg*, dan stasiun di daerah Pabaton. Setelah kebun istana resmi dijadikan *plantetuin* atau kebun raya sebagai pusat penelitian dan diperluas hingga ke timur Ciliwung, wilayah kota bagian timur mulai berkembang dengan dibukanya permukiman di Kedunghalang bagi orang-orang (Eropa) yang terlibat dalam kegiatan penelitian botani dan pendidikan kedokteran hewan. Namun perkembangan yang signifikan baru terjadi setelah hampir 30 tahun kemerdekaan, yaitu ketika didibangunnya jalan tol Jagorawi yang menghubungkan Jakarta - Bogor - Ciawi pada tahun 1973. Pintu masuk Kota Bogor yang sebelumnya dari arah utara (Jalan Jakarta atau Jl. A. Yani), berpindah ke bagian timur dengan dibangunnya Jl. Pajajaran dan dibukanya pintu tol di Baranangsiang. Sejak saat itu pertumbuhan kota bagian timur berlangsung dengan sangat cepat, khususnya di sepanjang Jl. Pajajaran yang secara fungsional kemudian ditetapkan sebagai (satu-satunya) jalan arteri primer. Permukiman-permukiman baru dan kegiatan komersial berkembang pesat di sepanjang jalan ini mulai dari utara hingga selatan.



Gambar 2. Morfologi Jalan Kota Bogor (Sumber: Analisis Peta-peta)

### . *Legibility dan Imageability Jalan*

Legibility suatu ruang kota adalah kemudahannya untuk dikenali dan diingat, dipengaruhi oleh elemen-elemen pembentuknya, dimana lingkungan yang tersusun oleh elemen yang teratur dan *distinctive* atau unik cenderung lebih legible, dan lingkungan yang legible akan lebih mudah diingat atau imageable (Lynch, 1980). Dari semua koridor jalan yang ada di Kota Bogor, Jl. Pajajaran merupakan jalan yang paling diingat oleh masyarakat (23%), baik penduduk maupun pengunjung. Empat koridor lain yang paling diingat adalah Jl. Juanda (19%), Jl. Suryakencana (12%), Jl. Sudirman ((8%), dan Jl. Jalak Harupat (6%). Jika dikaitkan dengan morfologi dan fungsi jalan, maka koridor-koridor yang paling diingat adalah jalan-jalan utama yang paling sering dilalui, Namun jika melihat perbandingan antara penduduk dan pengunjung maka terlihat adanya perbedaan yang berkaitan dengan makna jalan. Jalan Sudirman dan Jl. Suryakencana misalnya, lebih banyak diingat oleh penduduk karena jalan tersebut merupakan pusat kota lama, dimana banyak fungsi-fungsi dan kegiatan yang memiliki makna nostalgia bagi penduduk. Sementara karena pengaturan lalu lintas kota, pengunjung yang kebanyakan datang dari arah tol, tidak akan langsung melewati kedua jalan tersebut kecuali memang ada yang dituju. Sedangkan Jl. Tajur lebih banyak diingat oleh pengunjung karena adanya tempat tujuan wisata belanja, sementara bagi penduduk, jalan itu tidak memiliki nilai penting kecuali sebagai akses ke arah Ciawi.

Tabel 1. Koridor jalan yang paling diingat (Sumber: Hasil Survey)

No	Nama Jalan	%	Penduduk : Pengunjung
1	Jl. Pajajaran	23	44 : 56
2	Jl. Juanda	19	46 : 54
3	Jl. Suryakencana	12	61 : 39
4	Jl. Sudirman	8	65 : 35
5	Jl. Jalak Harupat	6	50 : 50
6	Jl. Tajur	5	13 : 87
7	Jl. Salak	3	30 : 70
8	Jl. Batutulis	3	75 : 25
9	Jl. Kapten Muslihat	2	100 : 0
10	Jl. Otista	2	50 : 50

### Karakter Streetscape

Karakter streetscape ditentukan oleh elemen fisik pembentuk jalan dan aktivitas. Elemen yang berpengaruh membentuk karakter streetscape adalah geometri jalan yang terdiri dari dimensi dan konfigurasi bagian-bagian jalan, proporsi lebar jalan terhadap tinggi *streetwall*, bentuk jalan (*alignment*), karakter bangunan dan vegetasi di sepanjang jalan yang membentuk dinding pembatas jalan atau *streetwall* (Kogarah City Council, 2006; Carmona, 2007). Sedangkan aktivitas mencakup lalu lintas kendaraan dan aktivitas pejalan kaki serta fungsi bangunan yang mengindikasikan aktivitas di dalam bangunan serta interaksi dengan aktivitas diluar bangunan (Mansouri, 2009). Berdasarkan pengamatan dan pengukuran lapangan, karakter streetscape yang dominan dari enam koridor yang diamati adalah sebagai berikut:

1. Jalan Juanda segmen a (Regina Pacis - BTM), memiliki karakter *streetscape* yang dominan pada karakter bangunan berarsitektur kolonial, khususnya Istana Bogor dan pepohonan besar yang membentuk *streetwallnya*.
2. Jalan Juanda segmen b (BTM - Pasar Bogor), memiliki karakter *streetscape* yang dominan pada kegiatan wisata kebun raya dan museum serta aktivitas pedagang kaki lima yang menjual talas sebagai makanan khas Bogor.
3. Jalan Sudirman, memiliki karakter *streetscape* yang dominan pada bangunan militer kolonial serta kegiatan komersial yang baru berkembang.
4. Jalan Suryakencana memiliki karakter *streetscape* yang dominan pada bangunan pertokoan yang berderet rapat dan kegiatan perdagangan yang padat serta *image* sebagai kawasan Pecinan.
5. Jalan Jalak Harupat, memiliki karakter *streetscape* yang dominan pada banyaknya pepohonan besar dan suasana rindang yang mendominasi *streetwallnya*.
6. Jalan Pajajaran memiliki karakter *streetscape* yang dominan pada kegiatan dan bangunan pendidikan, khususnya IPB serta kegiatan-kegiatan komersial baru.

Secara keseluruhan, karakter streetscape Kota Bogor dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Koridor dengan karakter dominan bangunan kolonial, yaitu Jl. Juanda segmen a dan segmen b, serta Jl. Sudirman.
2. Koridor dengan karakter dominan bangunan dan kegiatan komersial modern, yaitu Jl. Pajajaran dan Jl. Sudirman
3. Koridor dengan karakter dominan kegiatan komersial tradisional/informal, yaitu Jl. Suryakencana dan Jl. Juanda segmen b
4. Koridor dengan karakter dominan pepohonan besar, yaitu Jl. Jalak Harupat



Gambar 3. Karakter koridor penelitian

### Persepsi Terhadap Karakter Streetscape dan Identitas Kota

Jalan adalah suatu ruang perkotaan dengan sekumpulan atribut fisik yang menjadi wadah berlangsungnya suatu aktivitas. Elemen fisik dan aktivitas merupakan sumber informasi yang membentuk persepsi pengguna terhadap lingkungan tempat tersebut (Gifford, 1980). Dalam proses tersebut, elemen-elemen yang "perceivable" atau mudah dipersepsikan akan menentukan pembentukan makna lingkungan tersebut (Berlyne, 1972). *Legibility*, *imageability*, dan *distinctiveness* dari elemen-elemen fisik, aktivitas dan makna simbolik dari suatu lingkungan merupakan faktor-faktor pembentuk identitas Kota (Erem, 2007). Berdasarkan kerangka tersebut, maka variabel-variabel kualitas streetscape yang bisa dipersepsikan (*perceivable qualities*) meliputi : Kenyamanan, keragaman dan kongruensi aktivitas, kualitas visual bangunan serta *legibility* dan *distinctiveness*. Tulisan ini akan menyoroti sejauh mana aspek legibility dan distinctiveness karakter streetscape membentuk persepsi masyarakat terhadap identitas kota Bogor.

#### 1. *Legibility*

Jika dalam kuesioner awal ditemukan bahwa Jl.Pajajaran merupakan koridor yang paling banyak diingat baik oleh penduduk maupun pengunjung, maka hal itu memang karena Jl. Pajajaran adalah jalan yang paling banyak dilalui oleh responden (36 %), sehingga mereka sangat familiar dengan koridor tersebut. Demikian juga ketika dikonfirmasi dengan foto, Jl. Pajajaran merupakan jalan yang dikenali oleh 78% responden. Hal itu sangat dipengaruhi oleh pengaturan lalu lintas yang membuat Jl.Pajajaran harus dilewati untuk keluar-masuk Kota Bogor. Sedangkan Jl.Juanda meskipun bukan jalan yang paling banyak dilalui namun dikenali oleh 79 % responden karena adanya landmark Istana Bogor sebagai elemen yang paling banyak dikenali (54%).

Mengenai elemen yang menjadi tendaran dalam mengenali identitas tempat, maka elemen yang paling banyak dikenali adalah elemen :

- Elemen *landmark* (34%), yang terdiri dari bangunan-bangunan kolonial khususnya Istana Bogor untuk Jl. Juanda segmen a; Tugu Kujang dan Gedung IPB untuk Jl.Pajajaran; dan bangunan militer untuk Jl.Sudirman.
- Elemen *nodes* (20%), yang terdiri dari Kebun Raya Bogor untuk Jl. Juanda segmen b, Lapangan Sempur untuk Jl. Jalak Harupat, dan Mal Botani Square untuk Jl. Pajajaran dan Pasar Bogor untuk Jl. Suryakencana.
- Elemen *distrik* (13 %), yaitu kawasan Pecinan dan kawasan perdagangan untuk Jl. Suryakencana
- Elemen *edges* (10%), yaitu pepohonan untuk Jl. Jalak Harupat

- (e) Elemen aktivitas (9%), yaitu aktivitas pedagang kaki lima penjual talas untuk Jl. Juanda segmen b.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa elemen-elemen pembentuk citra kota yang dicetuskan oleh Kevin Lynch (1960) tidak seluruhnya berlaku pada karakter *streetscape*. Elemen *path* tidak menjadi elemen yang *perceivable* karena elemen itu sendiri merupakan sarana dimana pengguna bergerak dan mengamati elemen-elemen lain di sekitarnya. Maka pengguna jalan akan lebih mudah mengenali empat elemen lainnya beserta aktivitas sebagai elemen yang *perceivable*.

## 2. *Distinctiveness*

Demikian juga terkait dengan aspek *distinctiveness* yang dinyatakan melalui penilaian karakter dan elemen yang dianggap berbeda. Secara umum Jl. Juanda segmen a dan Jl. Jalak Harupat dinilai memiliki *distinctiveness* paling tinggi atau dianggap memiliki kekhasan yang mewakili identitas Kota Bogor. Hasil tersebut sesuai jika dikaitkan dengan elemen pembentuk *streetscape* yang dianggap unik atau *distinctive*, yaitu landmark berupa bangunan kolonial (20,5%) dan pepohonan besar (15,5%), pusat aktivitas publik (11%), aktivitas informal (10%) dan kawasan bersejarah, yaitu pecinan dan permukiman lama (9%). Dimana landmark yang dimaksud sebagian besar adalah Istana Bogor yang terdapat di Jl. Juanda segmen a, dan pepohonan besar yang menjadi karakter utama Jl. Jalak Harupat. Sementara elemen pusat aktivitas publik meliputi pusat perdagangan di Mal Botani dan kegiatan publik di lapangan Sempur; dan pedagang talas menjadi elemen yang khas pada Jl. Juanda segmen b dan elemen kawasan pecinan menjadi elemen khas pada Jl. Suryakencana. Jl. Sudirman yang merupakan jalan utama pada masa lalu (*Groote Postweg*), justru dianggap kurang memiliki nilai kekhasan atau *distinctiveness* dan tidak memiliki elemen-elemen *distinctive*. Elemen lain yang dianggap memiliki kekhasan adalah Kebun Raya, aktivitas pedagang talas dan kuliner atau makanan khas.

## Kesimpulan

Pembentukan identitas Kota Bogor dari karakter *streetscape*-nya, dipengaruhi oleh pola sirkulasi kota yang menyebabkan koridor tertentu menjadi lebih sering dilalui dan menjadi lebih *imageable* bagi pengguna; keberadaan elemen-elemen bersejarah, khususnya bangunan peninggalan kolonial Belanda serta elemen pembentuk *streetscape* yang dominan. Dalam hal ini elemen pembentuk *streetscape* yang dianggap paling mewakili identitas Kota Bogor adalah pepohonan besar dan rindang, bangunan kolonial, aktivitas pedagang talas dan kuliner khas Bogor. Maka dapat disimpulkan bahwa identitas Kota Bogor yang terbentuk melalui persepsi masyarakat terhadap karakter *streetscape* nya merupakan perpaduan antara elemen bersejarah (heritage), elemen lansekap, kegiatan ekonomi modern dan kegiatan ekonomi rakyat. Hal itu menunjukkan pentingnya menciptakan interaksi yang seimbang antara elemen bersejarah dengan elemen kebaruan (modern) dalam perancangan kota khususnya penataan karakter *streetscape* Kota Bogor agar identitas kota tetap terjaga.

## Daftar Pustaka

- Arbak, S. (2005). *An Analysis On The Transformation Of Urban Identity*. Ankara: Middle East Technical University
- Breakwell, G. (2010). *Resisting Representations and Identity Processes*. Social Representations Volume 19
- Carmona, T. T. (2007). *Public Place Urban Spaces*. Oxford: Architectural Press
- Diskin, S. (2008). *The City Transforms: Changing Perceptions of Urban Identity*. Doctorale Theses on École Polytechniquem Fédérale De Lausanne
- Garnham, H.N., (1976), *Maintaining The Spirit Of Place*, Texas A & M University Printing Center, Texas.
- Gifford, R. (1990). *Environmental Psychology*. Boston: Allyn and Bacon Inc.
- Jacobs, J., (1961), *The Death An Life Of Great American Cities*, Penguin Books, London

- Lynch, K. (1960). *Image Of The City*. Cambridge: MIT Press.
- Lynch, K., (1981), *Theory Of Good City Form*, Mit Press, Cambridge.
- Mansouri, A. (2009). *Comparative Study of Complexity in Streetscape Composition*. World Academy of Science, Engineering and Technology, 2009
- Moughtin, Cliff, (2003), “*Urban Design : Street And Square*”, Architectural Press
- Nasar, J. L. (1984). *Visual Preferences in Urban Street scene*. Journal of Cross Cultural Psychology, Vol.15 No.1.
- Norberg-Schulz, C. (1976). *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. New York: Rizzoli
- Oktaf, Derya, (2002), *The Quest For Urban Identity In The Changing Context Of The City Of Northern Cyprus*, Jurnal Cities, Vol 19, No.4., Elsevier Science Ltd.
- Relph, E. (1976). On The Identity Of Places. In Carmona, *Urban Design Reader* (pp. 102-107). Oxford: Architectural Press.
- Rezazadeh, R. (2011). Perceptual Dimensions of *Streetscape*, In Relation to Preference and Identity. *International Journal Of Academic Research Vol. 3. No. 2. March, 2011, Part III* , 749-758
- Scheffler, N. (2009). *Identity And The City: Urban Identity an Asset for sustainable Development in Times of Globalization*. URBACT Annual Conference.
- Wibisono, B.H., (2001), *Transformation Of Jalan Malioboro, Yogyakarta: The Morphology And Dynamics Of A Javanese Street*. Doctor Of Philosophy Dissertation At Faculty Of Architecture, Building And Planning, The University Of Melbourne.