

Abstrak

Sense of place refers to a unique connection or emotion that exists between a person and their immediate surroundings. It also refers to a sense of social and emotional connection that is gained from attachment and related identity. This is also valid for commercial districts in the Kebayoran Baru sub-district that had already established itself as one of Jakarta's most popular commercial areas, rivaling the success of Senopati and Gunawarman streets, the customers who visit there is not only people who lives around the neighborhoods but also people outside of Jakarta, not to mention tourists from other country frequently travel to this area. Therefore as result, the goal of this research is to identify the characteristics of the commercial areas on Senopati and Gunawarman Streets, Kebayoran Baru, South Jakarta, as well as to analyze the Sense of Place on Senopati and Gunawarman Streets from the perspective of the people based on Planology. The Mix Method was implemented in this research to refer to the mixing methodology in quantitative and qualitative data. The analysis results show that the physical and social characteristics of Senopati and Gunawarman Street each have their own uniqueness in terms of the physical side of the structure, environment, enculturation and of the people in their preaching so that they can cause a sense of place in it.

Keywords: *Sense of Place, Senopati, Gunawarman, Commercial area*

Abstrak

Sense of place merupakan hubungan atau perasaan khusus antara individu dengan lingkungan sekitarnya, yang mengacu pada rasa memiliki secara sosial dan emosional, melalui keterikatan dan identitas komunitas. Sama halnya pada kawasan komersial juga memiliki rasa atau suasana tersendiri jika kita berkunjung ke tempatnya, hal ini juga disebabkan dengan adanya identitas kawasan itu sendiri. Seperti Halnya kawasan komersial yang ada di pada Jalan Senopati dan jalan Gunawarman, kecamatan kebayoran baru menjadi salah satu kawasan komersial hits yang ada di Jakarta, pengunjungnya pun bukan hanya warga sekitar Senopati dan Gunawarman ataupun warga sekitar Jakarta, namun masyarakat luar Jakarta juga sering dan tertarik mengunjungi daerah ini. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik pada kawasan komersial yang ada di Jalan Senopati dan Gunawarman, Kecamatan kebayoran, Jakarta Selatan dan menganalisis sense of place di Jalan Senopati dan Gunawarman menurut sudut pandang perencanaan, Kecamatan Kebayoran baru dari persepsi masyarakat menurut analisa sudut pandang Perencana. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah mix method yang mengacu pada metodologi pencampuran pada data kuantitatif dan kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwasannya karakteristik fisik dan sosial pada sepanjang jalan senoapti dan gunawarman memiliki keunikan tersendiri dari sisi fisik bangunan, lingkungan, hingga sosialisai masyarakat yang ada di dalmnya menjadi daya tarik tersendiri sehingga bisa menimbulkan Sense of Place di dalamnya.

Keywords: *Sense of Place, Senopati, Gunawarman, kawasan komersial*