

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK STORY TELLING

2.1 Tinjauan Objek

Berikut adalah penjelasan mendalam mengenai objek yang diteliti berdasarkan penelitian yang telah diambil dari pustaka ilmiah.

2.1.1 Jenis Produk

Pasar Cihapit sudah berdiri sejak tahun 1947, oleh karena itu, tidak heran jika bangunan yang ada di sekitarnya sangat identik dengan gaya Belanda. Seiring berjalannya waktu, banyak perubahan yang terjadi, kini perlahan pasar berubah menjadi lebih megah, bersih, dan lantainya pun berupa keramik putih. Bangunan yang digunakan ini masih berdiri kokoh untuk warga Bandung melakukan kegiatan jual beli dan sudah menjadi salah satu bagian penting serta bersejarah dari Bandung.

“Pasar ini memiliki karakter tertentu karena melayani konsumen menengah ke atas yang bertempat tinggal di kawasan pusat kota dan terkenal sebagai tempat untuk menjual komoditas sehari-hari dengan kualitas tinggi” (Ekomadyo et al., 2018). Seperti pasar tradisional lainnya, pasar ini menjual berbagai kebutuhan masyarakat, seperti sayuran, daging, ikan, beras dan masih banyak lagi. Sebagian besar pedagang disini merupakan penerus bisnis keluarga yang sudah dimulai sejak 1940.

Selain menjual bahan-bahan masakan yang biasanya terdapat di pasar pada umumnya, Pasar Cihapit juga dikenal sebagai tempat untuk berkuliner di kota Bandung. Terdapat banyak destinasi kuliner yang wajib untuk dikunjungi seperti Warung Nasi Mak Eha, Bakmie Tjo Kin, dan Bien. Bahkan terdapat beberapa tempat juga yang digunakan sebagai tempat berkumpul atau pertemuan bagi anak muda serta dapat dijadikan juga sebagai tempat untuk bernostalgia yang bernama Los Tjihapit. Sekitar Pasar Cihapit pun terdapat beberapa destinasi kuliner seperti Surabi Cihapit, Seroja Bake, Kopi Toko Djawa, dan lainnya. Sehingga, Pasar Cihapit memiliki ciri khas tersendiri yang menarik baik bagi penduduk Bandung maupun orang dari luar Bandung.

2.1.2 Lokasi / Tempat

Pasar Cihapit terletak di Jalan Cihapit Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. Pasar di Bandung memang sangat banyak, tetapi salah satu lokasi pasar yang melegenda adalah Pasar Cihapit. Karena letaknya yang berada di tengah Kota Bandung, Pasar Cihapit menjadi salah satu pasar yang ramai dikunjungi.

2.1.3 Sejarah Terbentuknya Objek

Kawasan Cihapit sudah muncul sejak 1920-an. “Kawasan Cihapit merupakan kawasan yang dibentuk Belanda, berupa kompleks perumahan yang dihuni oleh pegawai kecil negeri atau disebut *kleineluijden* yang dibangun oleh Burgerlijk Openbare Werken (B.O.W.) dengan penataan yang baik dan berukuran kecil.” (Permata et al., 2020) Komplek perumahan ini dibangun dengan konsep lingkungan sehat yang dilengkapi dengan pertokoan, lapangan terbuka, dan taman. Kawasan Cihapit pun pernah mendapatkan predikat sebagai contoh lingkungan pemukiman sehat. Saat itu, sebagian besar penghuni di Kawasan Cihapit adalah Pribumi atau Belanda dengan golongan menengah.



Sumber: i.pining.com

Gambar 2.1.3.1 Toko Cihapit 1920-1921

Pada tahun 1942 hingga 1946, Komplek Perumahan Cihapit sempat dijadikan sebagai interniran atau kamp konsentrasi terbagi menjadi tiga bagian yaitu tawanan wanita dan anak-anak, pria remaja, dan pria dewasa yang jumlahnya

mencapai 10.000 orang. Akhirnya para penghuni kamp tersebut dipindahkan ke berbagai daerah seperti Jakarta, Bogor, dan Jawa Tengah.

Sebelumnya, di dalam Kawasan Cihapit ini terdapat lahan kosong yang berada tidak jauh dari tempat pemandian kuda, kemudian didirikanlah sebuah bangunan yang digunakan sebagai tempat jual beli kebutuhan pokok atau pasar. Pasar Cihapit mulai muncul sejak 1947 hingga sekarang.

Pasar Cihapit juga sempat dikenal sebagai pasar yang memiliki begitu banyak barang loak atau barang antik. Harga yang diberikan relatif murah dibandingkan dengan tempat lainnya serta kualitas dari barang itu sendiri. Selain itu, Pasar Cihapit juga dulunya penuh dengan penjual CD, *vinyl*, dan kaset yang sangat cocok bagi pecinta musik. Terdapat juga piringan hitam langka dari berbagai genre.

2.1.4 Keunggulan Objek

Jika dilihat sekilas, memang Pasar Cihapit hampir sama dengan pasar lainnya. Namun keunggulan Pasar Cihapit dibandingkan pasar lainnya dapat berupa sejarahnya. Setelah berdiri sekian lama, Pasar Cihapit tentunya memiliki sejarah yang banyak. Hal ini juga berpengaruh terhadap arsitektur yang sangat kuno dan bergaya Belanda. Pasar Cihapit mungkin saja mengalami penataan dan modernisasi namun pasar Cihapit tetap mempertahankan karakter tradisionalnya yang menjadikan salah satu pusat perdagangan terpenting yang berada di kota Bandung. Pasar Cihapit memiliki sejarah yang menarik dan berperan penting dalam mempertahankan warisan budaya sehingga hal ini menjadikan pasar Cihapit salah satu ikon kota Bandung.

Selain itu, walaupun Pasar Cihapit merupakan pasar tradisional, nyatanya masih banyak pengunjung yang berdatangan. Salah satu hal yang menarik perhatian para pengunjung adalah tempat kuliner yang berada di dalamnya. Terdapat banyak tempat makan legendaris dan kekinian yang wajib untuk dikunjungi. Contohnya seperti tempat restoran dengan konsep *fine dining*, tempat nongkrong untuk anak muda, dan *pastry* kekinian. Media sosial pun berperan penting dalam

mempertahankan Pasar Cihapit dengan mempromosikan tempat-tempat menarik didatangi.

Pasar Cihapit tidak hanya digunakan sebagai tempat jual beli antara pengunjung dan pembeli, tetapi juga beberapa kali digunakan sebagai tempat diadakannya kegiatan kesenian seperti penerbitan dan diskusi buku atau film serta pameran foto dan lukisan.

2.2. Variabel dan Indikator Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, telah dibuat terlebih dahulu tabel variabel dan pengukuran untuk meneliti Pasar Cihapit.

Tabel 2.2.1 Tabel Variabel dan Indikator Pasar Cihapit

Pengertian	Variabel	Indikator	Pengukuran
<p>Definisi <i>sense of Place</i> adalah hubungan antara manusia dengan sebuah tempat secara emosional.</p> <p>Kawasan Pasar Cihapit adalah pasar tradisional di Bandung yang menjual bahan baku makanan dan kuliner.</p> <p>Selain sebagai tempat berbelanja, Pasar Cihapit juga</p>	<p><u>Sosial:</u></p> <p>1. Perilaku pembeli</p> <p>2. Perilaku penjual</p>	<p>1.1 Aktivitas apa saja yang dilakukan oleh pengunjung di Pasar Cihapit?</p> <p>1.2 Apa sajakah yang biasa dibeli oleh pengunjung?</p> <p>2.1 Apa saja yang dijual di Pasar Cihapit?</p> <p>2.2 Apakah ada ciri khas dari penjual ketika melayani pembeli?</p>	Kualitatif

<p>seringkali dijadikan sebagai tempat untuk melakukan aktivitas yang berkaitan dengan kesenian.</p>	<p>3. Atraksi</p>	<p>3.1 Histori apa saja yang ada di Pasar Cihapit? 3.2 Atraksi apa saja yang ada di Pasar Cihapit?</p>	
<p>Indikator dari faktor sosial dalam <i>sense of place</i> adalah kerumunan dan kepadatan pengunjung, gaya hidup pengunjung, serta jumlah pengunjung dan perilakunya.</p> <p>Faktor fisik yang berpengaruh terhadap <i>sense of place</i> adalah arsitektur, area duduk untuk umum, signage dalam memberi kejelasan petunjuk arah, serta sirkulasi udara yang nyaman bagi pengunjung.</p>	<p><u>Fisik:</u></p> <p>1. Aksesibilitas</p> <p>2. Amenitas</p>	<p>1.1 Bagaimana akses jalan menuju Pasar Cihapit? 1.2 Apakah lokasi / letak Pasar Cihapit strategis? 1.3 Apakah fasilitas tempat parkir di Pasar Cihapit sudah memadai? 2.1 Bagaimana arsitektur dan interior di Pasar Cihapit? 2.2 Bagaimana keadaan sarana dan prasarana di Pasar Cihapit? 2.3 Apakah ada faktor digitalisasi untuk mempermudah pedagang atau pembeli?</p>	<p>Kualitatif</p>

2.3. Tinjauan Literatur dan Referensi

Telah dilakukan beberapa penelitian dan terdahulu yang berkaitan dengan Pasar Cihapit. Berikut penjabaran penelitian dan karya terdahulu dalam bentuk sebuah matriks

Tabel 2.3. 1 Tabel Referensi Jurnal

No.	Judul	Variable	Hasil
1.	" <i>What is Sense of Place?</i> " Cross, Jennifer E, 2021	Pengertian dari <i>sense of place</i>	Hubungan antara manusia dan tempat bersifat transaksional yang berarti manusia mengambil atau menerima sesuatu sekaligus memberikan atau berbuat sesuatu terhadap lingkungan
2.	"Sense of Place Kawasan Wisata Pasar Ubud" Rahadiyanti, Melania dkk, 2019	Faktor sosial <i>sense of place</i> (perilaku pengunjung & penjual serta sejarah)	1. Adanya aktivitas sembahyang oleh penjual, logat bahasa daerah setempat, pengunjung turis asing, dan lainnya 2. Menjual karya seni tiga dimensi sehingga Pasar Ubud dikenal sebagai pusat perdagangan lukisan dan karya seni
		Faktor fisik <i>sense of place</i> (arsitektur dan interior)	1. Memiliki elemen seperti pohon beringin, pura, payung untuk berteduh, ornamen khas Bali, <i>signage</i> area pasar 2. Terdapat sesaji dan banten yang diletakkan oleh pedagang, banyak barang dagangan seperti peralatan

			sembahyang, barang seni, produk <i>fashion</i> , dan <i>souvenir</i>
3.	“Identifikasi <i>Sense of Place</i> Taman Sangkareang Sebagai Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Mataram”, Insyah, Osy, 2020	Kondisi Fasilitas pada Taman	Untuk mengetahui apakah fasilitas tetap terjaga dan berpengaruh terhadap nilai estetika taman kota
		Aktivitas Taman	Dapat dijadikan sebagai tempat untuk mengadakan berbagai aktivitas seperti olahraga, pertunjukan seni, dan lain-lain
		Tingkatan <i>Sense of Place</i>	Menghasilkan jawaban pada tingkatan <i>sense of place</i> apa antara sebuah ruang dengan seseorang

Berdasarkan penelitian terdahulu pada tabel di atas, dapat dijadikan sebagai sebuah acuan dalam melakukan penelitian ini. Pemahaman mengenai *sense of place* diambil melalui jurnal Cross yang membahas mengenai arti *sense of place* dari berbagai ilmuwan sehingga didapatkan sebuah kesimpulan yaitu adanya hubungan transaksional antara sebuah tempat dengan manusia di sekitarnya. Didapatkan juga faktor-faktor yang mempengaruhi *sense of place* melalui penelitian yang dilakukan oleh Rahadiyanti dan lainnya bahwa terdapat faktor fisik dan faktor sosial.

Selain menggunakan beberapa jurnal terdahulu untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai *sense of place*, dilakukan juga observasi terhadap Pasar Cihapit yang lebih banyak menggunakan video. Salah satu video yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah video yang berjudul “Bedah Bandung: Pasar Cihapit” bersumber dari *youtube*. Melalui video ini, didapatkan beberapa calon narasumber serta hal apa saja yang perlu ditanyakan ketika melakukan sesi wawancara.