

PENGEMBALIAN IDENTITAS SENEN SEBAGAI SENTRA BUKU DENGAN METODE PLACEMAKING

Hartono Halim¹⁾, Rudy Surya^{2)*}

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta, harhalim2001@gmail.com

^{2)*} Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta, rudys@ft.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi: rudys@ft.untar.ac.id

Masuk: 02-12-2024, revisi: 13-01-2025, diterima untuk diterbitkan: 13-03-2025

Abstrak

Senen adalah kawasan yang cukup identik dengan pedagang buku sejak tahun 1970-an. Toko buku yang cukup terkenal yaitu Toko Buku Gunung Agung juga berdiri di Senen, Kwitang pada tahun 1953. Para pedagang buku pun berjejeran di sepanjang jalan kawasan Senen, terutama Kwitang. Pada tahun 2008, para pedagang buku mengalami relokasi, mereka berpindah menuju tempat yang berbeda dan ada juga yang menyewa ruko bersama-sama di Kwitang. Namun seiring tahun, penjualan buku dan jumlah pengunjung semakin menurun, terutama pada saat pandemi. Identitas Senen sebagai kawasan yang identik dengan penjualan buku juga semakin menurun karena kehadiran buku cetak tergeserkan oleh kehadiran *e-book*. Selain itu, para pedagang juga mengeluhkan rendahnya minat baca di kalangan masyarakat sehingga menimbulkan kondisi "*placelessness*". Oleh karena itu, proyek ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat yang gemar maupun yang kurang gemar membaca. Terdapat beberapa program yang disediakan untuk meningkatkan minat membaca seperti exhibisi, teater, dan lain-lain. Karena buku yang umumnya dijual pedagang di Kawasan Senen merupakan buku bekas, maka terdapat juga ruang untuk merestorasi buku. Untuk metode yang akan digunakan untuk proyek ini adalah metode *placemaking*, yang merupakan pendekatan desain dimana tujuan dari sebuah desain tersebut adalah mempererat hubungan antar pengguna dan dengan suatu tempat, hal yang ingin ditekankan adalah identitas lokal Senen, terutama Kwitang, sebagai kawasan yang terkenal akan penjualan buku agar identitas Senen sebagai kawasan yang identik dengan buku kembali.

Kata kunci: buku; identitas; *placelessness*; *placemaking*

Abstract

Senen is an area that is quite synonymous with booksellers since the 1970s. A famous bookstore, Gunung Agung, was also established in 1953 in Senen, Kwitang. Booksellers are also lined up along the roads in the Senen area, especially Kwitang. In 2008, the booksellers relocated, they moved to different places and some also rented a shophouse together in Kwitang. However, over the years, book sales and the number of visitors have decreased, especially during the pandemic. Senen's identity as an area synonymous with book sales also decreased due to advancing times so that the presence of printed books has been replaced by e-books. Even then, booksellers also complain about people's low interest in reading, giving rise to a condition of "placelessness". Therefore, this project aims to attract the attention of those who like and don't like reading. There are several programs provided to increase interest in reading, such as exhibitions, theater, and others. Because the books generally sold by booksellers in the Senen area are used books, there is also room for restoring books. The method that will be used for this project is the placemaking method, which is a design approach where the aim of the design is to strengthen relationships between users and with a place. What we want to emphasize is the local identity of Senen, especially Kwitang, as an area famous for sales. books so that Senen's identity as an area synonymous with books returns.

Keywords: book; identity; *placelessness*; *placemaking*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kawasan Senen adalah kawasan yang cukup identik dengan kawasan dimana para pedagang-pedagang buku Pedagang buku kaki lima yang menjajakan dagangannya. Keberadaan pedagang buku di Senen ada sejak tahun 1970-an. Mereka tersebar di berbagai pelosok Senen, namun lokasi yang identik dengan penjualan bukunya adalah Kwitang dengan berbagai pedagang buku kaki lima. Persebaran tempat penjualan buku di kawasan Senen antaralain: Pedagang Buku sekitar Terminal Senen (Kelurahan Senen); Toko Buku Pedoman Ilmu Ja'ya (Kelurahan Kramat); Toko Buku Bintang Indonesia (Kelurahan Kramat); Pasar Buku Kwitang (Kelurahan Kwitang); Toko Buku Restu (Kelurahan Kwitang); Toko Buku Gunung Mulia (Kelurahan Kwitang); Toko Buku Pustaka Amani (Kelurahan Kwitang); Toko Buku Menara Kudus (Kelurahan Kwitang).



Gambar 1. Peta persebaran penjual buku di Kawasan Senen
Sumber: Penulis, 2024

Para pedagang buku di kawasan Senen sudah mengalami relokasi pada tahun 2008, saat pemerintah merelokasi mereka ke berbagai pelosok Jakarta seperti Blok M dan Tanah Abang. Pada 29 April 2019, Gubernur Jakarta, Anies Baswedan sempat meresmikan tempat wisata buku yang terletak lantai 3 gedung Pasar Kenari. Namun sejak pandemi, para pembeli mulai beralih kepada pedagang yang menjajakan dagangannya secara online yang menyebabkan seiring toko dan pedagang buku tersebut menjadi kekurangan pengunjung. Hasil wawancara antara pengarang dengan pedagang yang menjajakan buku di Senen jug berbanding lurus dengan informasi yang beredar. Lingkungan penjualan buku di Senen juga semakin menurun karena ditutupnya toko buku Gunung Agung secara permanen.



Gambar 2. Timeline penjualan buku di Senen
Sumber: Penulis, 2024

Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, dapat disimpulkan beberapa masalah seperti fenomena dimana hilangnya nilai dari suatu tempat, hal tersebut mengakibatkan orang-orang

yang awalnya mungkin memiliki keterikatan atau memori terhadap tempat tersebut kehilangan “*sense of place*” yang pernah dirasakan. Salah satu solusi dari masalah tersebut dapat saja berupa usulan program baru yang dapat menggantikan program yang lama ataupun program lama yang diberi sentuhan baru.

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan diatas, maka terdapat beberapa tujuan yang dapat disimpulkan adalah menguatkan kembali identitas Senen sebagai kawasan yang identik dengan buku dengan diberikannya program yang berkaitan dengan buku dan juga program yang diberi sentuhan modern. Jika hal itu dapat dilakukan, maka yang akan tertarik datang juga dapat diluar lingkup komunitas pecinta buku dan akan semakin banyak orang yang akan mengalami “*sense of place*” di Senen.

Manfaat

Memberikan informasi terkait kondisi *placelessness* yang terjadi di Senen beserta usulan solusi untuk menyelesaikan masalah *placelessness* tersebut

2. KAJIAN LITERATUR

Placelessness

Menurut Castree, et al. (2013) dalam bukunya, *A Dictionary of Human Geography*, “Kondisi dimana sebuah lingkungan yang tidak memiliki tempat yang signifikan dan sikap terkait kurangnya keterikatan terhadap tempat yang disebabkan oleh efek homogenisasi dari modernitas”. Menurut Relph (1976), *Placelessness* adalah kondisi dimana dengan adanya komunikasi massa, dan semakin banyaknya teknologi yang semakin maju yang ada di mana-mana, dan tempat-tempat menjadi semakin mirip, sehingga lokasi-lokasi kehilangan “*sense of place*” yang unik.

Sense of Place

Menurut Yi-Fu Tuan (1981), karakteristik yang dimiliki beberapa tempat geografis sehingga munculnya keterikatan emosional yang mendalam pada suatu tempat. Menurut Shmuel Shamai (1991), “*sense of place*” adalah sesuatu yang dapat diukur. Dia menggunakan data survei kuesioner untuk mengidentifikasi tujuh tingkatan.

Tabel 1. Tabel pengukur perasaan “*Sense of Place*”

| Level | Kriteria “ <i>Sense of Place</i> ” | Keywords |
|-------|--|---|
| 0 | <i>Has no sense of place</i> | <i>No Attachment</i> |
| 1 | <i>Has a sense of belonging to the place</i> | <i>Understanding Symbols, Knowing</i> |
| 2 | <i>Knowing being in place</i> | <i>Sense of belonging; togetherness; sense of same fate; same symbols</i> |
| 3 | <i>Has attachment to the place</i> | <i>Emotion; meaning; experience; symbol; identity; personality uniqueness; difference</i> |
| 4 | <i>Understand the place goals</i> | <i>Share goals; loyalty; obedience</i> |
| 5 | <i>Has a place engagement</i> | <i>Commitment; engagement; behavior; actively involve invested of human resources in group activities</i> |
| 6 | <i>Sacrifice for the place</i> | <i>Sacrifice; good commitment</i> |

Sumber: Shmuel Shamai, 1991

Toko Buku

Menurut Poerwadarminta (1976), toko memiliki arti kedai untuk menjual benda-benda. Maka dapat disimpulkan, toko buku adalah tempat dimana buku-buku dijual. Namun seiring perkembangan waktu, toko buku tidak sekedar menyediakan buku tapi juga beragam benda baik yang berhubungan ataupun tidak terkait buku. Tujuan toko buku antara lain: Memperkenalkan, menerbitkan dan menjual buku; Menambah kesadaran masyarakat tentang buku; Sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan ilmu pengetahuan; Sebagai tempat untuk meningkatkan minat baca; Sebagai ruang publik/tempat bersosialisasi masyarakat.

Tabel 2. Klasifikasi toko buku

| Toko Buku | Golongan | Keterangan | Luas Area Penjualan |
|-----------|----------|---|-----------------------|
| 1 | I | Toko Buku yang menjual buku dengan variasi yang lengkap | 200-300m ² |
| 2 | II | Toko buku yang tidak selengkap golongan I | 100-200m ² |
| 3 | III | Toko buku yang terbatas pada <i>trade book</i> dan <i>textbook</i> saja | 50-100m ² |
| 4 | IV | Merupakan toko yang serupa golongan III namun tidak selengkap golongan iii | <50m ² |
| 5 | V | Merupakan toko yang menjual buku-buku baru dan buku bekas namun tidak selengkap toko buku golongan IV | <50m ² |

Sumber: Prasetyo, 1989

Paviliun

Definisi paviliun sendiri memiliki perbedaan di berbagai dunia. Menurut *website Google Arts and Culture* oleh *Royal Institute of British Architects*, Paviliun biasanya berupa bangunan sementara dimana orang bersantai atau berlindung. Paviliun juga bisa berupa bagian yang ditambahkan pada bangunan yang aslinya lebih besar, atau bisa juga salah satu dari sekelompok bangunan yang berdiri bersama. Paviliun dapat memiliki berbagai fungsi, antara lain:

Inovasi Internasional

Pameran-pameran internasional telah menjadi tuan rumah bagi banyak paviliun, memberikan kesempatan bagi negara-negara untuk menunjukkan kehebatan dalam desain dan konstruksi. Ada juga eksibisi yang dibuat untuk membangkitkan semangat, dengan atraksi dan instalasi unik.

Arsitektur konseptual dan pernyataan sosial

Paviliun dapat memberikan kesempatan unik kepada masyarakat untuk mempertimbangkan perspektif baru melalui bentuk konseptual untuk menarik perhatian dan mendorong keterlibatan, baik pada tingkat arsitektur atau lebih luas pada tema dan isu-isu sosial atau lingkungan.

Ruang Kegiatan Budaya

Paviliun dapat menjadi ruang fungsional untuk tempat budaya atau merek yang perlu menciptakan ruang sementara untuk segala jenis program tertentu.

Placemaking

Menurut *Team Project for Public Places* dalam artikel *What is Placemaking?*, terdapat beberapa prinsip agar placemaking dapat sukses diimplementasikan yang antara lain:

Bentuk mendukung fungsi

Saran dari masyarakat, pemahaman tentang fungsi ruang lain, eksperimen, dan mengatasi hambatan dan penolakan memberikan konsep untuk ruang tersebut. Meskipun desain itu penting, elemen-elemen lain ini memberitahu Anda "bentuk" apa yang Anda perlukan untuk mencapai visi tentang ruang tersebut.

Buat Tempat, Bukan Desain

Jika tujuan utama adalah untuk menciptakan suatu tempat, desain saja tidak akan cukup. Untuk menjadikan ruang yang berkinerja buruk menjadi "tempat" yang vital, elemen fisik harus diperkenalkan yang dapat membuat orang diterima dan nyaman, seperti tempat duduk dan lanskap baru, dan juga melalui perubahan "manajemen" pada pola sirkulasi pejalan kaki dan dengan mengembangkan hubungan yang lebih efektif. Tujuannya adalah untuk menciptakan tempat yang memiliki rasa kebersamaan yang kuat dan citra yang nyaman.

Dapat Belajar Banyak Hal Hanya Dengan Mengamati

Dengan melihat bagaimana masyarakat menggunakan (atau tidak menggunakan) ruang publik dan mencari tahu apa yang mereka sukai dan tidak sukai dari ruang publik, kita dapat menilai apa yang membuat ruang publik berfungsi atau tidak. Melalui observasi tersebut, akan jelas jenis kegiatan apa yang belum ada dan apa yang mungkin dapat digabungkan.

3. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu dengan melakukan studi literatur dengan sumber bacaan yang terkait dengan topik "*placelessness*", dan juga "*sense of place*"; observasi lapangan untuk menentukan apakah sebuah lokasi benar mengalami "*placelessness*" atau tidak; wawancara dengan narasumber di kawasan terpilih terkait kondisi "*placelessness*" yang terjadi.

Metode Desain

Placemaking adalah pendekatan desain dimana tujuan dari sebuah desain tersebut adalah mempererat hubungan antar pengguna dan juga hubungan pengguna dengan suatu tempat. Terdapat beberapa cara untuk menerapkan konsep "*Placemaking*" dalam mendesain, yaitu: Masukkan fungsi yang berbeda, fungsi yang berbeda akan membuat orang dengan latar belakang yang berbeda akan dapat berinteraksi di tempat yang sama; Mendesain dengan skala manusia, tujuan dari "*placemaking*" adalah manusia sehingga desain harus lebih memprioritaskan orang; Dapat mengundang orang baru, terdapat elemen-elemen pada desain yang membuat orang-orang menetap dan mencoba untuk berinteraksi dengan bangunan; Konteks lokal, bangunan harus mempertimbangkan konteks lingkungan, sejarah, dan budaya lokal agar bangunan dan lokasinya dapat memperdalam hubungan warga dengan komunitasnya.

4. DISKUSI DAN HASIL

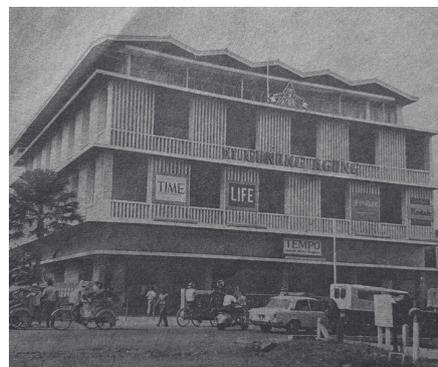
Senen sebagai *place*

Kawasan Senen merupakan kawasan yang identik dengan penjual buku. Banyak penjual buku yang sudah menjajakan dagangannya dari sekitar tahun 1970-an di sekitar Senen mulai dari Pasar Senen dekat Terminal Senen. Lapak mereka pun didatangi berbagai macam pengunjung, mulai dari siswa yang datang bersama orangtua untuk mencari buku sekolah maupun orang-orang yang gemar membaca buku.



Gambar 3. Pedagang buku di sekitar Pasar Senen di tahun 1978
 Sumber: komaspedia.kompas.id, 2023

Namun tempat di Senen yang paling kuat identitasnya adalah di Kwitang. Hal ini ditambah karena di Kwitang lah Toko Buku Gunung Agung yang pertama didirikan pada tahun 1953 oleh Tjio Wie Tay atau lebih dikenal dengan dengan Haji Masagung. Tidak hanya dikenal sebagai pendiri Toko Buku Gunung Agung, namun Haji Masagung juga mengatur pameran buku pertama di Indonesia pada tahun 1954.



Gambar 4. Toko Buku Gunung Agung
 Sumber: kibrispdr.id, 2024

Kondisi ini pun pernah disorot film Ada Apa dengan Cinta yang pernah menjadikan salah satu toko buku di Kwitang sebagai salah satu lokasi syuting.



Gambar 5. Potongan Adegan dari Film Ada Apa dengan Cinta
 Sumber: avepress.com, 2016

Senen menjadi *placeless*

Namun seiring tahun, identitas Senen sebagai kawasan yang identik dengan penjual buku semakin menurun. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti berkembangnya zaman yang mengakibatkan masyarakat lebih beralih ke media elektronik. dan juga pandemi *Covid-19* yang mendorong penjualan secara digital sehingga jumlah pengunjung yang datang secara langsung otomatis berkurang secara signifikan. Oleh karena itu, para pedagang ramai-ramai beradaptasi dengan cara menjajakan dagangan mereka secara online, namun tetap saja pembelinya tidak seramai dahulu.



Gambar 6. Pedagang buku di Senen mulai beralih penjualan digital
Sumber: antaranews.com, 2019

Meskipun sudah ada gagasan dan usaha dari pemerintah yaitu membuka Kawasan Wisata Buku Jakbook di Pasar Kenari di Tahun 2019, namun seiring waktu Jakbook Pasar Kenari pun perlahan-lahan mengalami penurunan jumlah pengunjung. sehingga gagasan ini tidak dapat mencegah penurunan jumlah pengunjung yang datang ke Senen untuk membeli buku.



Gambar 7. Kondisi Jakbook Pasar Kenari
Sumber: Penulis, 2024



Gambar 8. Kondisi Penjual Buku Terminal Senen
Sumber: Penulis, 2024

Tapak

Tapak terletak di Kelurahan Kwitang, dan berhadapan langsung dengan jalan raya Kramat Kwitang. Tapak ini diambil karena di sepinggir jalan sekitar tapak pernah menjadi tempat para pedagang buku kaki lima menjajakan dagangan mereka. Dengan data tapak: Luas 1,479 m²; KDB 55%; KLB 6.52; KTB 60%; KDH 20%



Gambar 9. Batasan Langsung Tapak
Sumber: Penulis, 2024

Tabel 3. Tabel Tantangan dan Potensi Tapak

| Tantangan | Potensi |
|--|---|
| Tapak dengan KLB yang cukup besar mengakibatkan bangunan memiliki ketinggian lebih dari 7 tingkat sehingga tidak terlalu selaras dengan bangunan di lingkungan sekitar | Tapak terletak di Kwitang yang notabene kuat identitasnya dengan kegiatan jual beli buku. Tapak juga berhadapan langsung dengan Jalan Kramat Kwitang sehingga memudahkan sirkulasi. |

Sumber: Penulis, 2024

Pak Buyung (Pedagang Buku di Kwitang)

Beliau merupakan seorang pedagang buku yang sudah berdagang di kawasan Kwitang sejak tahun 1998, menurut beliau, identitas Senen sebagai kawasan yang identik dengan buku memang sudah benar-benar menurun dan hal tersebut disebabkan rendahnya minat baca masyarakat dan juga kurangnya ekspos ke masyarakat sehingga jumlah pengunjung menurun yang menyebabkan Pak Buyung beralih ke penjualan online. Penjualan buku hanya meningkat saat ada tahun ajaran baru, namun tidak seramai dulu.

Pak Ucok (Pedagang Buku di Terminal Senen)

Beliau adalah pedagang buku yang berjualan di Terminal Senen, beliau sudah menjual buku sejak tahun 1995 di Inpres Senen, menurut Pak Ucok, citra Senen sebagai kawasan yang identik dengan buku memang menurun, beliau mengatakan kalau di jaman dahulu, banyak pejabat dan artis yang datang ke Senen untuk membeli buku. Menurut Pak Ucok, hal yang menyebabkan menurunnya jumlah pengunjung berawal dari pandemi covid-19 yang dampaknya terasa hingga sehingga Pak Ucok mulai beralih ke penjualan online dan penjualan hanya melonjak sedikit saat tahun ajaran baru untuk sekolah.

Kesimpulan Wawancara

Identitas Senen sebagai kawasan yang identik dengan buku memang menurun. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai faktor seperti rendahnya minat baca dan juga pandemi yang sempat terjadi dan Hal tersebut menyebabkan menurunnya jumlah pengunjung dan penjualan. Para pedagang pun mulai beralih ke penjualan online namun hasilnya tidak sebanyak dahulu meskipun ada sedikit lonjakan saat tahun ajaran baru untuk sekolah.

Program

Untuk Program bangunan yang ada merupakan jawaban atas kondisi *placelessness* di Senen. Terdapat program yang berkaitan langsung dengan buku seperti ruang baca hingga program yang bertujuan untuk menarik perhatian orang yang kurang berminat membaca seperti galeri, teater, dan lain-lain. Terdapat juga fungsi penunjang seperti ruang untuk komunitas pecinta buku untuk mendiskusikan karya seni media lain, karena tidak sedikit media seni lain yang diadaptasi dari buku.

Tabel 4. Tabel Uraian Program

| Usulan Fungsi | Literatur | Lapangan |
|--------------------|---|--|
| Ekshibisi | Eksibisi/Galeri memamerkan tidak hanya karya seni, namun juga terdapat pameran digital (interaktif). Hal yang dipamerkan juga dapat berkaitan dengan konteks lokal. | Eksibisi/Galeri memamerkan tidak hanya karya seni, namun juga terdapat pameran digital (interaktif). |
| Ruang Komunitas | Ruang Komunitas dapat memwadahi berbagai kegiatan namun lebih mengakomodir kegiatan yang identik dengan konteks lokal. | Komunitas umumnya berkumpul di satu tempat yang sudah direncanakan di waktu tertentu. Jika beda komunitas, tempatnya juga umumnya berbeda. |
| Workshop Restorasi | Workshop lebih mengarah kepada ruang untuk bekerja sama, bukan untuk kegiatan yang terspesialisasi. | Kegiatan restorasi buku bisa dilakukan di ruangan lain selain <i>workshop</i> . |
| Jual/Beli Buku | Masih terdapat toko buku yang hanya fokus terhadap buku, namun ada juga yang menggabungkan dengan fungsi lain (galeri, cafe, dll.). | Toko buku sekarang umumnya tidak hanya menjual buku saja, namun juga alat-alat tulis, alat musik, dan lain-lain dengan pilihan yang beragam. |
| Ruang Arsip/Baca | Perpustakaan sekarang tidak terpaku pada koleksi fisik, namun juga digital. Umumnya terdapat fungsi penunjang seperti ruang rapat, multimedia, dll. | Beberapa perpustakaan sekarang tidak hanya menyediakan koleksi fisik, namun digital. Terdapat juga ruang multimedia untuk menonton. |
| Coffee shop | Dengan seiring waktu, <i>coffee shop</i> berubah bukan sekedar tempat orang minum kopi, namun berbau dan bekerja | Terdapat <i>coffee shop</i> yang memadukan dengan program lain (baca buku, galeri, <i>board game</i> , dll.) |

Sumber: Penulis, 2024

Konsep Ide

Activity Flow

Konsep ide proyek berangkat dari urutan program yang bertujuan untuk menarik minat baca hingga membeli buku.



Gambar 9. Konsep Ide Proyek
Sumber: Penulis, 2024

Program ini diterapkan pada bangunan dengan perletakan program dari atas sampai bawah di bangunan. Alur tersebut dibuat demikian agar sirkulasi bangunan dapat selaras.



Gambar 10. Konsep Sirkulasi Program
Sumber: Penulis, 2024

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Identitas Kawasan Senen yang awalnya cukup dikenal dengan penjualan bukunya seiring waktu mulai pudar, berawal dari sebuah lokasi dimana para pedagang buku yang menjajakan dagangan mereka di pinggir jalan Kwitang hingga menjadi tempat berdirinya salah satu toko buku Gunung Agung yang cukup terkenal. Namun seiring berkembangnya zaman, yang menyebabkan orang mulai beralih ke artikel elektronik, ditambah pula pandemi Covid-19 menyebabkan semakin sedikit orang yang datang untuk berburu buku di Senen sehingga para pedagang mulai beralih ke penjualan secara online. Proyek ini akan mengusulkan program-program yang dapat menarik perhatian pengunjung seperti galeri dan ekshibisi, namun tentu saja program yang pada dasarnya identik dengan Senen, yaitu toko buku juga tetap ada dengan tambahan berupa ruang workshop untuk merestorasi buku karena buku yang dijual di Senen umumnya merupakan buku bekas. Dengan adanya program selain toko buku, pengunjung dapat mulai tertarik untuk kembali datang ke Senen untuk membeli buku secara langsung.

Saran

Pada proyek/penelitian ini, program yang ada untuk menarik perhatian pengunjung seperti galeri dan ekshibisi berangkat dari buku namun diberi sentuhan modern seperti pameran interaktif dan program toko buku tidak hanya benar-benar menjual buku namun barang lain seperti elektronik, alat tulis, dll. Program baru yang ditambahkan memang sekilas berbeda dengan identitas awal Senen, namun berakar dari buku juga sehingga identitas tetap terjaga.

REFERENSI

- Castree, N., Rogers, A., dan Kitchin, R. (2013). *A Dictionary of Human Geography*. Oxford University Press.
- Eleven Principles for Creating Great Community Places. (2009). Retrieved October 23, 2024, from <https://www.pps.org/article/11steps>
- Moreira, S. (2021). What Is Placemaking?. Retrieved October 1, 2024, from <https://www.archdaily.com/961333/what-is-placemaking>
- Muhammad Arifuddin Tanjung. (2023). Pasar Buku Bekas Kwitang: Dahulu Berjaya, Kini Nyaris Lenyap. Retrieved October 3, 2024, from <https://mojok.co/terminal/pasar-buku-bekas-kwitang-dahulu-berjaya-kini-nyaris-lenyap/>
- Pavilions. (n.d.). Retrieved October 3, 2024, from Google Arts & Culture website: <https://artsandculture.google.com/story/vgURL0wVrrRPJw>
- Poerwadarminta, W. J. S. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Rechkemmer, J. (2024). Placemaking in Architecture: Definition and Best Practices. Retrieved September 20, 2024, from <https://neumannmonson.com/blog/placemaking-architecture-definition-best-practices>
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Pion.
- Shamai, S. (1991). Sense of place: An empirical measurement. *geoforum*, 22(3), 347-358.
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: the Perspective of Experience*. University of Minnesota Press.

