

Pengaruh Sosial Media Terhadap Aktivitas di Ruang Publik (Studi Kasus Lapangan Merdeka Medan)

Destia Farahdina ¹, M. Nawawiy Loebis ², Wahyuni Zahra ³

¹ Manajemen Pembangunan Kota, Magister Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara.

² Dosen, Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara.

³ Dosen, Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara.

Abstrak

Gaya berinteraksi terus dimodifikasi oleh teknologi baru, namun kehidupan di bentuk oleh kebiasaan umum. manusia perlu berbagi dan berinteraksi satu sama lain bahkan jika keadaannya berubah. Kehadiran Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) mengubah gaya hidup mereka untuk datang bersama-sama dan mengetahui informasi yang terjadi di ruang publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas-aktivitas yang terjadi di Lapangan Merdeka karena kehadiran sosial media. Penelitian ini menggunakan dua metode dalam mengumpulkan data. Metode primer yang terdiri dari observasi dan kuesioner, serta metode sekunder yang mengandalkan teori dan penelitian terdahulu. Data tersebut di analisis menggunakan analisis interpretasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran sosial media dapat menentukan citra sebuah ruang publik. Aktivitas yang terjadi di Lapangan Merdeka yang dahulu dominan adalah kegiatan politik namun di masa teknologi seperti sperti saat ini lebih mengarah ke kegiatan ekonomi dan rekreasi terencana. Perencana di tuntutan untuk dapat mengembangkan inovasi baru agar Lapangan Merdeka tetap di minati oleh pengunjung. Seperti informasi yang disampaikan di sosial media mengenai kehadiran Merdeka Walk menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjunginya. Kehadiran sosial media menambah deret aktivitas yang terjadi di Lapangan Merdeka.

Kata-kunci : ruang publik, aktivitas, sosial media

The Influence of Sosial Media Activities in Public Space (Case Study : Lapangan Merdeka Medan)

Abstract

Interacting styles are constantly modified by new technologies, but life is shaped by common habits. Humans need to share and interact with each other even if things change. The presence of Communication Information Technology (ICT) changed their lifestyle to come together and find out information that happened in the public space. This study aims to determine the activities that occur at Lapangan Merdeka because of the presence of social media. This study uses two methods in collecting data. The primary method consists of observations and questionnaires, as well as secondary methods that rely on theory and previous research. The data is analyzed using interpretation analysis. The results of this study indicate that the presence of social media can determine the image of a public space. Activities that took place at Lapangan Merdeka which were formerly dominant were political activities but in times of technology such as nowadays they are more directed towards economic activities and planned recreation. Planners are demanded to be able to develop new innovations so that Lapangan Merdeka remains interested by visitors. Such information conveyed on social media regarding the presence of Merdeka Walk attracts tourists to visit it. The social media presence adds to the series of activities that occur at Lapangan Merdeka.

Keywords :public space, activity, sosial media

Kontak Penulis

Destia Farahdina
Magister Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara
Jl. Permata Alam No.6 LK-X, Medan Selayang, 20132. Tel : +62-81-368983211
E-mail : destia.farahdina@gmail.com

Informasi Artikel

Diterima editor tgl 12 bulan 9 tahun 2019. Revisi final tgl 20 bulan 2 tahun 2020. Penerbitan tgl 15 bulan 3 tahun 2020.

ISSN Cetak: 2301-9247 | ISSN Daring: 2622-0954 | Beranda Jurnal: [https:// iplbijournals.id/index.php/jlbi](https://iplbijournals.id/index.php/jlbi)

© Ikatan Peneliti Lingkungan Binaan Indonesia (IPLBI)

Pengantar

Pada era komunikasi satu-satunya yang konstan adalah perubahan. Gaya berinteraksi terus di modifikasi oleh teknologi baru, namun kehidupan dibentuk oleh kebiasaan umum. manusia perlu berbagi dan berinteraksi satu sama lain bahkan jika keadaannya berubah. Manusia menikmati berbagai pengalaman, dan ruang publik merupakan tempat alami untuk saling berinteraksi. Ruang publik diperkuat untuk menaikkan nilai-nilai sosial seperti rasa hormat, toleransi, kasih sayang dan empati (Guevara & Lopez, 2016). Pada era digital, jejaring sosial sudah menjadi norma sosial bagi banyak masyarakat generasi baru. Teknologi komunikasi memungkinkan orang untuk mengatasi hambatan ruang dan waktu. Semakin banyak orang menggunakan media sosial untuk mengubah cara mereka datang bersama-sama dan berinteraksi dalam ruang publik.

Ruang publik merupakan tempat berkumpul untuk bersosialisai, membebaskan dari tekanan kesibukan dan melindungi dari hiruk pikuk lalu lintas (Zucker, 1959). Michael Webb (1990) menyatakan bahwa ruang publik adalah mikrokosmos dari kehidupan, menawarkan daya tarik dan tempat untuk berjumpa dan menghabiskan waktu. Sebuah kota harus memiliki ruang untuk penempatan bangunan umum, tempat bertemu, tempat untuk melakukan perayaan atau upacara, tempat pertunjukan, restoran dan cafe (Moughtin, 1992). Sedangkan Rob Krier (1979) beranggapan bahwa alun-alun harus berfungsi sebagai tempat aktivitas komersial, seperti kegiatan budaya, balai kota, gelanggang, balai konser, kafe, dan lainnya. Jika memungkinkan alun-alun dipusat kota dapat berfungsi selama 24 jam. Ruang publik memainkan peran vital dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Ruang publik dan tempat pertemuan diciptakan menjadi sumber daya sosial yang penting.

Komunikasi dipahami sebagai proses manusia merespon perilaku simbolik dari orang lain (Adler & Rodman, 2006). Bahasa, kata, gesture, tanda, merupakan bagian dari symbol yang digunakan manusia dalam mendefenisikan sesuatu atau menyampaikan sesuatu ke orang lain. Elemen yang harus di penuhi agar sistem komunikasi tidak terputus antara lain; sumber, pesan, dan saluran (Safanayong, 2006). Sosial media adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.

Van Dijk (2006) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.

Metode

Penelitian ini bersifat deskriptif. Metode kualitatif dimaksud untuk mengumpulkan data mendalam tentang

penelitian, fokusnya untuk mendapatkan wawasan baru tentang situasi terkini (Rahi, 2017)

Penelitian ini dilakukan terhadap komponen penggunaan ruang publik yang disilangkan terhadap komponen sosial media. Kemudian peneliti melakukan analisis kedua komponen dengan mengkombinasikan dua metode (*mix method*).

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner (*google form*), observasi (mengamati aktivitas yang terjadi), Arsip (buku, dan jurnal). Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan teknik *convenience (purposive)* atau *probability (Random)*.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode interpretasi data. Interpretasi data (penafsiran data) merupakan suatu kegiatan menggabungkan antara hasil dari analisis dengan permasalahan penelitian untuk menemukan makna yang ada dalam permasalahan. Setelah menelaah keseluruhan data yang diperoleh, data akan dipelajari dan ditelaah kembali untuk mencari jawaban dari pertanyaan yang menjadi rumusan masalah sehingga terbentukla solusi. Kemudian data di reduksi dengan cara membuat abstraksi.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner pengunjung Lapangan Merdeka paling banyak berumur 20-25 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa. Keseluruhan dari responden adalah pengguna aktif sosial media.

Kebanyakan masyarakat kota Medan menghabiskan waktu di akhir pekan untuk menghilangkan kejenuhan dari aktivitas harian. Mereka mengunjungi Lapangan Merdeka tidak seorang diri, melainkan ditemani oleh beberapa orang. Rata-rata dari mereka mengajak 3-10 orang. Frekuensi kunjungannya berkisar antara 1-3 jam.

Ruang publik dapat berfungsi sebagai pusat interaksi dan komunikasi masyarakat baik formal (upacara bendera, sholat ied, bazar dll) maupun informal (pertemuan antar individu, demonstrasi mahasiswa, dll) serta sebagai tempat kegiatan sektor perdagangan (Darmawan, 2005). Seperti halnya di Lapangan Merdeka.

Namun perkembangan zaman menjadikan aktivitas di Lapangan Merdeka mulai beralih. Di masa penjajahan Belanda dan kemerdekaan, kegiatan politik lebih dominan namun di era *postmodern* Lapangan Merdeka banyak dimanfaatkan sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman, menghadiri event dan membeli sesuatu. Dikarenakan untuk kegiatan demonstrasi para pedemo lebih memilih menunjukkan argumen mereka di depan

kantor-kantor pemerintahan. Terlihat dari beberapa aktivitas yang terjadi di Lapangan Merdeka (Tabel 1)

Tabel 1. Aktivitas yang terjadi di Lapangan Merdeka

No.	Aktivitas	Frekuensi Pengguna
1	Merelaksasikan diri	32
2.	Berkumpul bersama teman dan kerabat	58
3.	Mengikuti aksi demo	2
4.	Menghadiri <i>event</i>	36
5.	Membeli makanan	49

Kegiatan tersebut dapat di kelompokkan berdasarkan sifatnya seperti yang dikemukakan oleh Whyte (2011) yang menyatakan bahwa kegiatan yang berada di ruang publik pada dasarnya memiliki pola-pola tertentu. Berdasarkan sifatnya, kegiatan yang terjadi di dalam ruang publik dibedakan menjadi dua, yaitu kegiatan yang bersifat spontan dan bersifat terorganisir. Kegiatan yang bersifat spontan antara lain merelaksasikan diri, membeli makanan, dan berkumpul bersama teman. Sedangkan kegiatan yang bersifat terorganisir adalah kegiatan yang sudah di rencanakan sebelumnya seperti adanya kegiatan event. Kegiatan terorganisir biasanya di adakan di akhir pekan. Melihat dari hasil kuesioner reponden, para pengunjung banyak mendatangi Lapangan Merdeka di akhir pekan, sehingga ini menjadi peluang bagi perencana untuk mengadakan *event* di akhir pekan.

Pemanfaatan Sosial Media dalam Ruang Publik

Jan Gehl (1936) menimbulkan pendapat bahwa fungsi dari *cityscape* dapat diambil alih oleh teknologi. Kehidupan sosial telah berubah dalam bentuk yang berbeda tetapi kualitas sebenarnya adalah pertemuan tatap muka. Sosial media tidak mencegah pertemuan di ruang publik namun memberikan fleksibilitas untuk gaya hidup. Seperti halnya pendapat para responden yang menyatakan kehadiran sosial media memberi kemudahan untuk berjumpa dengan kerabat di dalam lokasi penelitian (Tabel 2).

Tabel 2. Kemudahan berjumpa dengan kerabat di Lapangan Merdeka

	Frekuensi	Percent	Valid Percent
Sangat setuju sekali	22	22,0	22,0
Sangat setuju	28	28,0	28,0
Setuju	49	49,0	49,0
Tidak Setuju	0	0,0	0,0
Sangat tidak setuju	1	1,0	1,0
Total	100	100,0	100,0

Dari data responden yang di dapat sosial media memberi kemudahan untuk bertemu dengan kerabat. Sebanyak 99% (99 orang) menyatakan kehadiran sosial media membantu dan sangat membantu mereka dalam mengetahui dimana kerabat mereka berada sehingga mereka dengan mudah untuk berjumpa.

Kehadiran sosial media juga memberi kemudahan dalam mendapatkan infomasi tentang Lapangan Merdeka. Terlihat dari hasil kuesioner responden sebanyak 95% (95 orang) dari mereka menyatakan bahwa kehadiran sosial media dapat memberikan informasi yang terjadi di Lapangan Merdeka, baik dalam hal kegiatan apa yang sedang berlangsung serta kondisi terkini Lapangan Merdeka (Tabel 3)

Tabel 3. Kemudahan mendapatkan informasi tentang Lapangan Merdeka

	Frekuensi	Percent	Valid Percent
Sangat setuju sekali	23	23,0	23,0
Sangat setuju	28	28,0	28,0
Setuju	44	44,0	44,0
Tidak Setuju	5	5,0	5,0
Sangat tidak setuju	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	100,0

Pada dasarnya sosial media perkembangan mutakhir dari teknologi berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, dan saling merupakan berbagi (Zarella, 2010). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada masa *postmodern* perkembangan teknologi memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas dan mendapatkan berbagai informasi dari sosial media. Namun kehadiran sosial media juga memiliki dampak negatif penyebaran isu-isu yang dapat merugikan khalayak.

Ardianto (2011) mengungkapkan bahwa sosial media memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Sosial media terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. Sehingga sosial media dapat menghasilkan dampak positif maupun negatif. Dalam hal ini, perencana harus berpikir bagaimana menghasilkan suatu kawasan yang dapat menarik pengunjung untuk menghadiri Lapangan Merdeka. Melihat apapun yang terjadi dan mengalami perubahan pada masa teknologi ini akan mudah terekspos oleh media.

Penggunaan Sosial Media dalam Aktivitas yang terjadi di Lapangan Merdeka

Penggunaan Lapangan Merdeka di kategorikan ke dalam beberapa kategori yaitu:

Aktivitas rekreasi pribadi

Hakim (1987) berpendapat ruang terbuka merupakan tempat untuk bersantai, bermain dan berolahraga. Berdasarkan hasil dari 89 responden yang menghabiskan waktu untuk berelaksasi di Lapangan Merdeka, mereka melakukan beberapa kegiatan antara lain (Tabel 4)

Tabel 4. Aktivitas rekreasi pribadi di Lapangan Merdeka

No.	Aktivitas	Frekuensi Pengguna
1.	Menikmati suasana ruang luar	60
2.	Mengabadikan momen	7
3.	Berolahraga	55
4.	Mendengarkan musik	1

Hanya sebagian kecil dari mereka yang melakukan kegiatan ini terdorong dari melihat *update* kerabatnya. Sekitar 12,1% menyatakan mereka terdorong untuk melakukan kegiatan di Lapangan Merdeka karena melihat unggahan di sosial media. Namun 87,9% terdorong melakukan rekreasi ini dari kemauan diri sendiri.

Hal ini menunjukkan bahwa sosial media tidak berpengaruh terhadap seseorang melakukan rekreasi untuk merelaksasikan pikirannya dari hiruk pikuk kehidupan kota. Masyarakat melakukan aktivitas ini terdorong karena kebutuhan batinnya bukan hanya untuk menunjang kehidupannya di dunia virtual.

Namun ketika mereka berada di Lapangan Merdeka beberapa dari mereka mengabadikan apa yang dia lakukan di dalam Lapangan Merdeka dan memposting ke dalam akun sosial medianya baik itu sedang melakukan olahraga maupun menikmati suasana (Gambar 1)

**Gambar 1.** Aktivitas olahraga dan rekreasi di Lapangan Merdeka

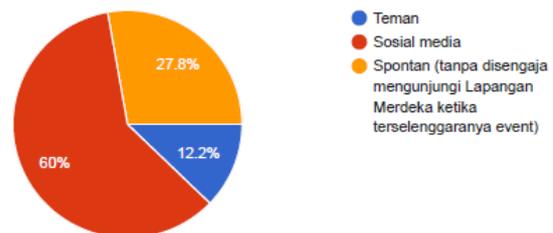
Suatu nilai plus ketika para perencana menghasilkan sebuah inovasi baru yang dapat menarik perhatian pengunjung. Seperti halnya kawasan di arah barat lapangan merdeka yang dahulunya dijadikan sebagai area parkir kini berubah menjadi pedestrian yang di desain ramah untuk para pejalan kaki, tersedia area tempat duduk untuk menikmati kehidupan pusat kota dan beristirahat sejenak. Terdapat juga suatu patung bola untuk memperindah jalur pedestrian. Sehingga beberapa masyarakat melakukan swafoto di area tersebut dan menguploadnya ke dalam akun sosial media mereka (gambar 2)

**Gambar 2a** (kiri). Swafoto di patung bola**Gambar 2b** (kanan). Swafoto di area duduk kawasan pedestrian disebelah barat Lapangan Merdeka

Aktivitas rekreasi terencana

Lapangan Merdeka termasuk salah satu ruang publik yang hampir setiap minggu mengadakan suatu even. Baik itu even besar seperti halnya adanya konser, ceramah akbar maupun even kecil seperti even yang diselenggarakan oleh suatu perkumpulan komunitas.

Suatu even atau acara yang diselenggarakan tidak terlepas dari peran sosial media dalam menyebarkan informasi. Hasil data responden menyatakan bahwa 60% mengetahui adanya acara tersebut melalui sosial media, 27,8% tanpa sengaja mengunjungi Lapangan Merdeka pada saat terselenggaranya even dan 12% dari teman. (Gambar 3)

**Gambar 3.** Data Mengetahui adanya suatu event

Suatu acara dapat terbilang sukses berdasarkan pemilihan lokasi yang jumlah pengunjung yang hadir di dalamnya. Oleh karena itu penyelenggara membuat sebuah iklan semenarik mungkin untuk menarik peminat para pengunjung agar ikut serta menghadiri acara tersebut. Salah satu cara penyelenggara menyebarkan iklannya ialah melalui sosial media. Karena penyebaran informasi paling cepat pada era teknologi seperti sekarang ini ialah melalui sosial media. Dalam hitungan detik seluruh masyarakat dapat mengakses iklan tersebut (Tabel 6)

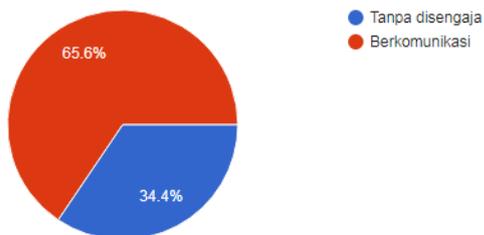
Tabel 6. Menghadiri even terdorong dari sosial media

	Frekuensi	Percent	Valid Percent
Terdorong	51	56,7	57,0
Tidak Terdorong	39	43,3	43,0
Total	90	100,0	100,0

Keberadaan sosial media sebagai wadah untuk menyampaikan informasi sangat membantu masyarakat kota Medan untuk mengetahui kegiatan yang terjadi di Lapangan Merdeka. Dalam hal ini sosial media berperan aktif dalam kesuksesan sebuah acara. Dengan memposting iklan atau kegiatan event di sosial media dapat menarik seseorang untuk menghadiri kegiatan yang berlangsung di Lapangan Merdeka.

Aktivitas sosial

Michael Webb (1990) menyatakan bahwa ruang publik merupakan tempat untuk berjumpa dan menghabiskan waktu. Zucker (1959) juga berpendapat bahwa ruang publik merupakan tempat berkumpul untuk bersosialisasi. Lapangan merdeka banyak dimanfaatkan pengunjung untuk berjumpa dengan kerabat, baik itu sambil menikmati suasana, duduk di cafe, serta berkumpul bersama komunitas. Sebelum mereka bertemu kebanyakan dari mereka melakukan komunikasi terlebih dahulu untuk mengetahui posisi keberadaan kerabatnya, ditandai dengan hasil kuesioner yang menyatakan 65.5% dari mereka melakukan komunikasi melalui sosial media dan 43,4% bertemu tanpa di sengaja (Gambar 4)

**Gambar 4.** Data Mengetahui adanya suatu event

Berdasarkan observasi, masyarakat lebih memilih area untuk bersosialisasi di tempat atau cafe yang menyediakan fasilitas internet seperti wifi dan colokan listrik. Sehingga mereka lebih memilih duduk di Starbucks, Mcdonald, dan Coffee Crowd yang mempunyai fasilitas tersebut. Ketika berada disana mereka dapat menghabiskan waktu berjam jam. Namun sayangnya dengan adanya fasilitas tersebut mereka sibuk dengan dunia virtualnya, sehingga dapat mengikis budaya sosial.

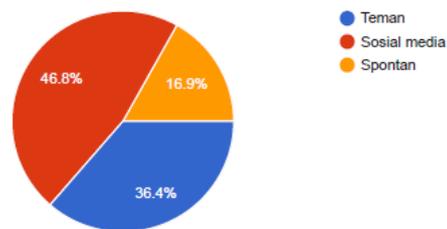
Aktivitas politik

Zucker menunjukkan bahwa keberadaan sebuah ruang terbuka kota yang sejati sangat ditentukan oleh adanya demokrasi yang dikembangkan oleh warga kota tersebut (1959). Seperti halnya Lapangan Merdeka pada masa Belanda dan kemerdekaan aktivitas yang lebih dominan adalah aktivitas politik. Di Lapangan Merdeka banyak berdiri tugu yang menunjukkan kekuasaan pada masa itu. Namun sekarang tugu tersebut telah banyak hilang. Hanya tertinggal tugu proklamasi di Lapangan Merdeka. Namun tugu tersebut tidak terlalu di rawat oleh pengelola. Adapun kegiatan politik yang terjadi di Lapangan Merdeka pada saat ini adalah (Tabel 7)

Tabel 7. Kegiatan politik di Lapangan Merdeka

No.	Aktivitas	Frekuensi Pengguna
1.	Menghadiri kegiatan pemerintahan	57
2.	Pengenalan partai	17
3.	Aksi demo	8

Responden mengetahui adanya kegiatan politik melalui sosial media sebesar 46,8%, melalui teman 36,4% dan 16,9% secara spontan atau melihat langsung pada saat terjadinya aktivitas tersebut (gambar 5)

**Gambar 5.** Data Mengetahui adanya suatu kegiatan politik

Aktivitas Ekonomi

Robb Krier (1979) beranggapan bahwa ruang publik harus berfungsi sebagai tempat aktivitas komersial. Dapat terlihat bahwa di Lapangan Merdeka pada saat ini sudah berdiri *Merdeka walk* yang dijadikan sebagai pusat komersil yang menjajakan berbagai kuliner. Selain itu *Merdeka Walk* yang merupakan salah satu kawasan wisata di kota Medan juga memiliki beberapa *retail* yang menjual berbagai souvenir khas kota Medan. Dalam hal ini sosial media berpengaruh untuk memberi informasi mengenai apa saja yang diperjual belikan di kawasan Lapangan Merdeka. Terdapat 64.4% (58 orang) yang mengetahui apa saja yang diperjual belikan. Namun 35,6% (32 orang) tidak mengetahuinya melalui sosial media (Tabel 8)

Tabel 8. Mendapatkan informasi tentang kegiatan ekonomi

	<i>Frekuensi</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>
Mengetahui	58	64,4	64,0
Tidak mengetahui	32	35,6	36,0
Total	90	100,0	100,0

Para pengusaha pasti berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen sehingga sebagian dari mereka menawarkan promo di beberapa produk yang ditawarkan. Namun kondisi tersebut tidak selalu menjanjikan konsumen akan membeli barang dagangannya. Rata-rata dari para pengusaha mempromosikannya melalui sosial media, tetapi pada kenyataannya hanya sebagian besar masyarakat kota Medan mengetahui adanya promo melalui sosial media. Sebesar 51,6% yang mengetahui dan 48,4% yang tidak mengetahuinya (Tabel 9)

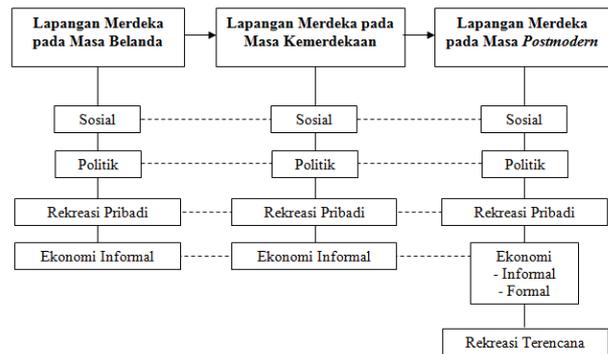
Tabel 9. Mendapatkan informasi tentang kegiatan ekonomi

	<i>Frekuensi</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>
Mengetahui	47	51,6	52,0
Tidak mengetahui	44	48,4	48,0
Total	91	100,0	100,0

Kesimpulan

Fungsi ruang publik pada masa penjajahan Belanda adalah sebagai tempat untuk kegiatan pasar malam, olahraga, rekreasi maupun upacara resmi. Lapangan Merdeka dulu dikenal dengan nama Medan Esplanade. Setelah kemerdekaan Medan Esplanade berubah nama menjadi Lapangan Merdeka. Namun fungsinya tetap sebagai tempat olahraga, rekreasi, pertunjukan, pameran, maupun acara upacara resmi.

ada masa *postmodern* perkembangan teknologi membantu penyebaran informasi mengenai Lapangan Merdeka baik itu kondisi fisiknya maupun aktivitas apa saja yang sedang terjadi. Dapat dilihat dari subbab sebelumnya kegiatan rekreasi terencana yang sangat membutuhkan kehadiran sosial media untuk menarik pengunjung. Selain itu keberadaan sosial media juga mempermudah masyarakat untuk berkomunikasi dengan kerabat. Baik itu hanya sekedar berkomunikasi di dunia virtual maupun bersama-sama mengunjungi ruang publik. Kehadiran sosial media juga menarik wisatawan untuk mengunjungi Lapangan Merdeka karena di Lapangan Merdeka terdapat Merdeka Walk yang merupakan salah satu pusat kuliner di Kota Medan (Gambar 6)

**Gambar 6.** Perkembangan aktivitas Lapangan Merdeka

Daftar Pustaka

- Adler, R. B & Rodman, G (1991). *Understanding Human Communication*. Ne York: Rinehart and Winston.
- Ardianto, E (2011). *Handbook Of Public Relations: pengantar komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Darmawan, Edy (2005). *Analisa Ruang Publik Arsitektur Kota*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Dijk, Van (2006). *The Network Society*. London; SAGE Publications.
- Gehl, Jan (1936). *Cities For People*. Island Press. Washington
- Hakim, Rustam (1987). *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lanskap*. Jakarta
- Krier, Rob (1992). *Urban pace*, Rizolli, New York
- Moughtin, Cliff (1992). *Urban Design Street and Square*. Butterworth-Heinemann Ltd, Great Britain
- Safanayong, Yongky (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: ARTE INTERMEDIA
- Webb, Michael (1990). *The City Square, Thames and Hudson*. London
- Zucker, Paul (1959). *Town and Square*. Columbia University Press, New York.