

HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI NILAI BUDAYA DENGAN *SENSE OF PLACE* WARGA DI KAMPUNG ASLI SEMARANG (KAMPUNG PURWODINATAN)

Oleh :

Naila Tsabita

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email : naylatsa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara orientasi nilai budaya dengan *sense of place* warga di kampung asli Semarang (kampung Purwodinatan). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan pada 126 warga di kampung Purwodinatan dengan *cluster random sampling*. Penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala orientasi nilai budaya dan skala *sense of place*. Skala *sense of place* berjumlah 23 aitem dengan rentang daya beda 0,268-0,733 dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,914. Skala orientasi nilai budaya berjumlah 11 aitem dengan rentang daya beda 0,297-0,429 dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,591. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *product moment* dibantu program spss versi 22. Hasil analisis hipotesis yang dilakukan diperoleh nilai korelasi $r_{xy} = 0,339$ dengan taraf signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara variabel orientasi nilai budaya dengan *sense of place*.

Kata kunci : orientasi nilai budaya, *sense of place*

**RELATION BETWEEN CULTURE VALUE ORIENTATION WITH SENSE
OF PLACE OF THE ORIGINAL VILLAGERS OF SEMARANG
(PURWODINATAN VILLAGE)**

By :

Naila Tsabita

Faculty of psychology, islamic university of sultan agung semarang

Email : naylatsa@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the orientation of cultural values with the sense of place resident in the original village of Semarang (Purwodinatan village). This research uses quantitative method conducted on 126 residents in Purwodinatan village with cluster random sampling. This study uses two scales, namely the scale of cultural value orientation and sense of place scale. The sense of place scale is 23 items with different power ranges 0.268-0.733 with reliability coefficient 0.914. Cultural value orientation scale is 11 aitem with different power range 0,297-0,429 with reliability coefficient equal to 0,591. Data analysis technique used is product moment assisted by spss program version 22. Result of hypothesis analysis got correlation value $r_{xy} = 0,339$ with significance level $p = 0,000$ ($p < 0,01$). These results show a significant positive relationship between cultural value orientation variables and sense of place.

Keywords: culture value orientation, sense of place