

TIGA FAKTOR PENENTU PREFERENSI PENGHUNI RUMAH TINGGAL DI INDONESIA TERHADAP KAMAR MANDI PRIBADI

Mahya Fiddini Kaffah*) Hanson E. Kusuma, Ratna Amanati

*) Corresponding author email : mahyafiddini@gmail.com

Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung

Article info

MODUL vol 22 no 2, issues period 2022

Doi : 10.14710/mdl.22.2.2022.62-69

Received : 27 June 2022

Revised : 26 July 2022

Accepted : 8 November 2022

Abstrak

Sebelumnya, kamar mandi biasanya ditempatkan di bagian belakang rumah tinggal. Namun dewasa ini banyak penghuni rumah yang memiliki kamar mandi di dalam kamar tidurnya. Kamar mandi tersebut dikhususkan untuk pengguna kamar tidur dan sifatnya sangat personal sehingga dalam penelitian ini disebut dengan kamar mandi pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang melatarbelakangi preferensi terhadap kamar mandi pribadi. Untuk mencapai tujuan penelitian, dilakukan penyelidikan terhadap persepsi dan faktor internal penghuni rumah terkait penggunaan kamar mandi pribadi. Penelitian dilakukan secara bertahap menggunakan metode kualitatif-kuantitatif. Penelitian kualitatif dilakukan untuk melakukan eksplorasi terhadap persepsi dan faktor internal penghuni rumah tinggal terkait penggunaan kamar mandi pribadi. Sedangkan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengkonfirmasi data-data hasil penelitian kualitatif serta mengungkap hubungan sebab-akibat antara persepsi, faktor internal, dan preferensi terhadap kamar mandi pribadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi preferensi terhadap kamar mandi pribadi, antara lain familiarity, affordability, dan bedroom usage frequency.

Keywords: kamar mandi pribadi; persepsi; preferensi

PENDAHULUAN

Pada zaman dahulu, mandi menjadi bagian dari budaya kolektif. Bangsa Romawi kuno memanfaatkan kompleks pemandian sebagai tempat bersosialisasi,

seperti berdiskusi atau mengobrol sambil menikmati makanan (Zytka, 2013). Pada awal tahun 1990-an, sebuah tren baru dimulai, selain difungsikan untuk kebutuhan kebersihan dan utilitas, kamar mandi juga menjadi ruangan untuk relaksasi (Quitau & Røpke dalam Sivertsen & Berg, 2016). Kamar mandi dapat menjadi wadah untuk bersantai, merenung, bahkan mencari inspirasi (Akmal, 2006). Dalam penelitian sebelumnya ditemukan bahwa kamar mandi yang ideal dipersepsikan sebagai *relaxation room*, *wellness room*, *fun room*, dan *unique room*. Kamar mandi sebagai *relaxation room* berarti kamar mandi sebagai ruang yang aman dan tenang untuk berlindung dari hiruk-pikuk dunia yang sibuk. Kamar mandi sebagai *wellness room* bermakna bahwa kamar mandi merupakan tempat dimana seseorang bisa menghabiskan waktu untuk *quality time* serta menyeimbangkan tubuh dan pikiran. Kamar mandi dikatakan sebagai *fun room* karena di kamar mandi seseorang dapat menikmati kegiatan mandi dan merawat tubuh dengan cara yang menyenangkan. Adapun kamar mandi sebagai *unique room* yaitu kamar mandi dapat menjadi ruang yang memiliki sifat tersendiri, seperti canggih, eksklusif, unik, dan/atau eksotis (Reisinger, 2008). Pergeseran fungsi mandi tersebut membuat kegiatan mandi dianggap sebagai rutinitas yang paling personal sehingga kamar mandi menjadi ruang yang paling pribadi di rumah (Penner, 2013).

Di Indonesia, dahulu masyarakat mandi, mencuci pakaian, hingga buang air di mata air atau sungai-sungai terdekat. Hal ini dimungkinkan karena dahulu pola pertumbuhan permukiman berada di sepanjang mata air. Setelah mendapat pengaruh budaya kolonial Belanda, terjadi lah perubahan besar pada tata cara mandi dan konsep kamar mandi masyarakat Indonesia (Akmal, 2007). Umumnya kamar mandi di Indonesia terletak di luar atau terpisah dengan rumah induk. Hal ini dikarenakan secara awam kamar mandi identik dengan area basah, lembab, bau, bahkan kotor (Pramudya, 2010). Kalau pun di dalam rumah, kamar mandi

biasanya diletakkan di bagian belakang berdekatan dengan ruang dapur (Forshee, 2006). Kemudian pada abad ke-20, masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah mulai menunjukkan peningkatan ekspektasinya dalam hal privasi melalui perletakan kamar mandi. Kamar mandi diletakkan jauh dari penglihatan tamu, seperti di dekat kamar tidur dan lantai atas. Kamar mandi hanya digunakan bersama pasangan, saudara kandung, atau tidak dengan siapa pun. Pada saat itu, kamar mandi yang tidak berbagi dengan siapa pun adalah sebuah kemewahan yang tidak banyak orang bisa jangkau (Hoagland, 2018). Perkembangan tersebut terus berlanjut hingga dewasa ini sebagian rumah memiliki kamar mandi di dalam kamar tidur yang dalam penelitian ini disebut dengan kamar mandi pribadi.

Kamar mandi pribadi menawarkan beberapa kelebihan, seperti efisiensi dan perlindungan privasi. Kamar mandi pribadi dikatakan efisien karena letaknya yang mudah dicapai oleh pengguna kamar tidur. Ruang yang efisien dicirikan dengan jaraknya yang dekat dan sebisa mungkin tidak memiliki hambatan fisik yang harus dilalui untuk mencapai ruangan tersebut (Mustafa, 2014). Posisi kamar mandi yang terhubung langsung dengan kamar tidur membuat kualitas privasinya menjadi lebih tinggi, terutama bagi wanita atau pasangan suami-istri (Rahmadhani, 2020). Rasa privasi dan bahkan kesendirian menjadi hal yang penting. Untuk memberikan rasa privasi pada individu dalam hunian dapat dilakukan dengan menyediakan ruangan yang memungkinkan ia dapat merasa terisolasi dari anggota keluarga lain (Nowakowski, 2018). Selain itu, kamar mandi pribadi lebih mudah dalam hal perawatan jika dibandingkan dengan kamar mandi bersama. Hal ini dikarenakan kamar mandi pribadi hanya digunakan oleh pemilik kamar tidur sehingga intensitas penggunaannya tidak sesering kamar mandi bersama. Ruang yang digunakan oleh banyak anggota keluarga dan intensitas penggunaannya tinggi cenderung akan lebih cepat kotor sehingga perlu sering dibersihkan (Asharhani & Sari, 2021).

Kamar mandi pribadi umumnya dikhususkan untuk pengguna kamar tidur. Tujuannya agar lebih mudah menjangkau fasilitas kamar mandi tanpa harus keluar kamar. Desain kamar mandi pribadi sebaiknya berbasis *user-centered* agar dapat mengakomodasi kebutuhan masing-masing penggunanya. Hal ini dikarenakan setiap pengguna tentunya memiliki perbedaan kebutuhan yang dipengaruhi oleh umur, jenis kelamin, dan kemampuan fisik (Penner, 2013). Berbagai aspek tersebut perlu dipertimbangkan oleh arsitek agar kamar mandi pribadi dapat secara efektif memenuhi kebutuhan pengguna. Di samping itu, aspek keamanan juga perlu diperhatikan. Kamar mandi pribadi harus dibangun dengan konstruksi lantai yang baik agar terhindar dari rembesan air dan mencegah munculnya

binatang-binatang tanah yang akan membahayakan pengguna kamar tidur (Sary, 2018).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, kelebihan kamar mandi pribadi dinilai lebih banyak jika dibanding kamar mandi bersama. Namun pada kenyataannya tidak semua rumah tinggal memiliki kamar mandi pribadi. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan diselidiki persepsi dan faktor internal penghuni rumah tinggal terkait penggunaan kamar mandi pribadi. Selain itu, akan diungkap juga hubungan sebab-akibatnya dengan preferensi terhadap kamar mandi pribadi. Hasilnya akan dianalisis untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi terhadap kamar mandi pribadi. Penelitian-penelitian sebelumnya hanya membahas kamar mandi secara umum tanpa membedakan kamar mandi bersama dan kamar mandi pribadi. Oleh karena itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi langkah awal untuk menentukan strategi yang tepat dalam merencanakan dan merancang kamar mandi pribadi agar pengguna kamar tidur dapat merasa aman dan nyaman.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan *mix methods* yang mencakup metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian *mix methods* adalah penelitian yang melibatkan pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, mengintegrasikan kedua jenis data tersebut, dan memiliki desain penelitian yang berbeda yang mungkin melibatkan asumsi filosofis dan kerangka teoritis (Creswell, 2014). Metode kualitatif bertujuan untuk melakukan eksplorasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan preferensi terhadap kamar mandi pribadi. Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk mengkonfirmasi data-data hasil penelitian kualitatif serta mengungkap hubungan sebab-akibat antara persepsi, faktor internal, dan preferensi terhadap kamar mandi pribadi.

Penelitian Kualitatif

Pada tahap awal, penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *grounded theory*. Pendekatan *grounded theory* yaitu strategi kualitatif di mana peneliti memperoleh gambaran umum, teori abstrak dari suatu proses, tindakan, atau interaksi yang didasarkan pada pandangan para partisipan dalam sebuah penelitian (Creswell, 2014). *Grounded theory* bertujuan untuk mengidentifikasi teori yang muncul dari sebuah proses analitis (Groat & Wang, 2013). Kelebihan *grounded theory* terletak pada metodenya yang jelas dalam mengkodekan data kualitatif, mengkategorikan kode-kode tersebut, merefleksikan kode dan kategori, dan mengembangkan posisi teoritis dari proses analisis berulang (Bollo & Collins, 2017). Pendekatan ini

menghasilkan kategori informasi (*open coding*), memilih salah satu kategori dan memposisikannya dalam model teoretis (*axial coding*), dan menjelaskan cerita dari interkoneksi kategori (*selective coding*) (Creswell, 2014).

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner daring yang dibagikan secara *non-random sampling* dengan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* didasarkan pada kemudahan peneliti dalam mengakses populasi sampel dan karakteristik orang yang menjadi sampel tidak terlihat jelas. Pengumpulan data berhenti ketika jumlah responden sudah mencapai jumlah yang diperlukan peneliti (Kumar, 2011). Responden terdiri dari berbagai kelompok usia, profesi, jenis kelamin, dan tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Proses pengumpulan data melalui kuesioner daring dilakukan sebanyak dua kali. Kuesioner daring pertama digunakan pada tahap kualitatif, sedangkan kuesioner daring kedua digunakan pada tahap kuantitatif.

Kuesioner daring tahap pertama disebarakan melalui media sosial pada tanggal 5 September 2021 selama 9 hari. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan terbuka (*open-ended*) dan disebarakan melalui media sosial pada tanggal 5 September 2021 selama 9 hari. Jumlah responden yang diperoleh sebanyak 157 orang dengan responden laki-laki sebanyak 59 orang (38%) dan responden perempuan sebanyak 98 orang (62%). Responden didominasi oleh kelompok usia remaja akhir yaitu usia 17-25 tahun. Responden berdomisili di berbagai wilayah di Indonesia, yaitu Pekanbaru, Medan, Tanjung Pinang, Bukittinggi, Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, dan lainnya.

Data yang terkumpul dari kuesioner daring pada tahap kualitatif dianalisis menggunakan metode analisis isi. Metode tersebut terdiri dari tiga tahapan yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Creswell, 2014). Proses *open coding* dilakukan dengan mengidentifikasi segmen makna dan kata kunci dari pernyataan responden, serta mengetahui hubungan antar kata kunci yang memiliki makna mirip ke dalam kategori. Selanjutnya dilakukan *axial coding* untuk mengungkap hubungan antar kategori. Kategori-kategori tersebut kemudian digunakan pada tahap *selective coding* untuk melakukan penyusunan model hipotesis.

Pada analisis isi, tahap awal yang dilakukan yaitu *open coding*. Contoh pengidentifikasian kata kunci dalam tahap *open coding* dapat diamati pada kutipan berikut.

“Untuk privasi dan menjaga kebersihan pribadi.” (Responden yang butuh kamar mandi pribadi)

Dari pernyataan di atas, ditemukan kata kunci yaitu ‘privasi’ dan ‘kebersihan’. Kedua kata kunci tersebut dinyatakan secara eksplisit oleh responden sehingga mudah untuk dipahami.

“Saya tidak butuh kamar mandi pribadi di dalam kamar tidur karena kamar mandi bersama keluarga sudah ada.” (Responden yang tidak butuh kamar mandi pribadi)

Sedangkan pada pernyataan di atas, untuk menemukan kata kunci, kalimat perlu ditelaah lebih dalam karena mengandung makna implisit. Dari pernyataan tersebut dipahami bahwa responden tidak butuh kamar mandi pribadi karena sudah terbiasa menggunakan kamar mandi bersama. Beberapa kata kunci yang memiliki makna mirip kemudian dikelompokkan ke dalam satu kategori sehingga dihasilkan beberapa kategori seperti yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil *open coding* persepsi terhadap kamar mandi pribadi (Penulis, 2022)

No	Kata Kunci	F	Kategori	F
1	Privasi Terjaga	55		
2	Penggunaan Barang Pribadi	2	Privasi	58
3	Aman	1		
4	Mudah Menjangkau	24	Aksesibilitas	40
5	Dekat	16		
6	Hemat Waktu	22		
7	Praktis	14		
8	Efisiensi	2	Efektivitas dan Efisiensi	42
9	Efektivitas	1		
10	Hemat Air	1		
11	Hemat Ruang	1		
12	Sering di luar kamar	1		
13	Nyaman	22	Kenyamanan	23
14	Sudah Cukup	8		
15	Tidak Masalah	4		
16	Sudah Terbiasa	2	Keterbiasaan	17
17	Lebih Suka	1		
18	Tidak Penting	1		
19	Tradisi	1		
20	Bersih	9	Kebersihan	11

21	Kotor	1		
22	Repot Membersihkan	1		
23	Tidak Cukup Ruang	6	Keterbatasan Ruang	10
24	Bebas Menggunakan	3		
25	Bisa Berlama-Lama	2		
26	Kebersihan Tergantung Pemilik	1	Keleluasaan	7
27	Kerapian Tergantung Pemilik	1		
28	Jumlah Penghuni Sedikit	5	Jumlah Penghuni Sedikit	5
29	Tidak Nyaman	3	Ketidaknyamanan	4
30	Ketidakteraturan	1		

Keterangan: F = Frekuensi

Penelitian Kuantitatif

Untuk mengonfirmasi data yang dihasilkan pada penelitian kualitatif, dilakukan penelitian kuantitatif yang diawali dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner daring. Pembagian kuesioner daring dilakukan pada tanggal 1 November 2021 selama 10 hari. Responden berasal dari berbagai wilayah di Indonesia, seperti Jawa Barat, Jakarta, Riau, Kepulauan Riau, Kalimantan Barat, dan lain-lain. Responden yang diperoleh berjumlah 133 orang dengan responden laki-laki sebanyak 56 orang (41%) dan perempuan sebanyak 78 orang (59%). Kuesioner pada tahap ini berisi pernyataan-pernyataan yang diukur dengan Skala Likert (Tabel 2). Dalam teknik skala Likert, biasanya menggunakan lima titik skala yang terdiri dari 1 (*disagree*), 2 (*tend to disagree*), 3 (*cannot say*), 4 (*tend to agree*), dan 5 (*agree*) (Singh, 2006).

Tabel 2. Contoh pernyataan yang diajukan pada kuesioner daring penelitian kuantitatif (Penulis, 2022)

Variabel	Skala					
	Persepsi	Kamar mandi pribadi lebih bersih				
Sangat Tidak Setuju		1	2	3	4	5
Faktor Internal	Jarang keluar kamar tidur					
	Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5

Variabel pernyataan diperoleh dari kata kunci yang dihasilkan oleh penelitian kualitatif. Pernyataan dalam kuesioner dibagi menjadi dua kategori, yaitu

kategori persepsi dan kategori faktor internal. Kategori persepsi berisi pernyataan yang mengandung persepsi mengenai karakteristik fisik kamar mandi pribadi. Adapun kategori faktor internal merupakan pernyataan yang berisi tentang faktor internal responden terkait kebutuhan terhadap kamar mandi pribadi. Responden diminta untuk memberikan penilaian dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju) pada setiap pernyataan.

Data numerik yang dihasilkan dari kuesioner daring tahap kuantitatif dianalisis menggunakan metode *Principal Component Analysis (PCA)*, *Factor Analysis (FA)*, dan analisis regresi multivariat. PCA digunakan untuk menemukan komponen prinsip yang dapat mewakili beberapa variabel terukur. Selanjutnya, sejumlah komponen prinsip dengan *eigenvector* yang nilainya lebih dari satu dan dirotasi menggunakan *varimax rotation* pada FA. Hasil FA berupa variabel laten diberi nama sesuai dengan makna dari variabel terukur yang diwakilinya. Pada penelitian ini variabel laten selanjutnya dapat disebut juga sebagai dimensi. Terakhir, analisis regresi multivariat digunakan untuk mencari hubungan sebab-akibat antara setiap dimensi dengan preferensi terhadap kamar mandi pribadi.

HASIL DAN DISKUSI

Persepsi

Dari proses analisis PCA dan FA pada kategori persepsi, dihasilkan beberapa dimensi, antara lain 'kemudahan dan privasi', 'ketidaknyamanan', 'pemborosan', dan 'penghematan' (Tabel 3).

Tabel 3. Dimensi pada Kategori Persepsi (Penulis, 2022)

	Kemudahan dan Privasi	Ketidaknyamanan	Pemborosan	Penghematan
<i>Mean</i>	4.18	2.78	2.89	2.83
<i>Standar deviasi</i>	0.82	0.83	0.99	0.78
<i>Alpha cronbach</i>	0.97	0.86	0.9	0.57
<i>Eigen value/ Variance</i>	13.35	3.93	2.94	1.96
<i>Percentage of variance</i>	43.1	12.69	9.48	6.31
<i>Cum percent</i>	43.1	55.75	65.23	71.54
Variabel Terukur	<i>Factor Loading</i>			
Mudah menjangkau	0.92	-0.03	0.06	-0.02
Keleluasaan	0.92	-0.01	0.10	-0.04
Jarak lebih dekat	0.90	0.02	0.04	-0.01
Bebas menggunakan	0.90	0.10	0.12	-0.09

Penggunaan barang dalam ruang tidur	0.90	0.03	0.12	-0.07
Privasi terjaga	0.89	0.08	0.09	-0.05
Tenang	0.89	0.02	0.07	0.01
Minimal	0.89	-0.02	-0.05	0.09
Aman	0.86	-0.01	0.09	0.04
Praktis	0.85	0.06	0.06	0.10
Nyaman	0.83	-0.11	-0.05	0.25
Bisa berlama-lama	0.80	0.21	-0.07	-0.11
Teratur	0.79	-0.01	-0.13	0.11
Sehat	0.74	-0.11	0.01	0.30
Bersih	0.73	-0.14	-0.10	0.35
Efektivitas	0.72	-0.17	-0.11	0.33
Tempat relaksasi	0.72	0.07	-0.14	0.04
Hemat tenaga	0.71	0.05	-0.19	0.20
Hemat waktu	0.66	-0.17	0.06	0.46
Ruang tidur menjadi lembab	0.20	0.86	0.03	-0.17
Ruang tidur menjadi bau	0.05	0.82	0.02	-0.11
Menyebabkan banyak nyamuk	-0.09	0.78	0.29	0.09
Lantai ruang tidur menjadi basah	-0.03	0.71	0.19	0.18
Perawatannya sulit	-0.08	0.70	0.42	0.07
Repot membersihkan	0.04	0.52	0.28	-0.17
Boros air	0.06	0.28	0.85	-0.01
Boros biaya	0.06	0.36	0.84	-0.07
Boros ruangan	0.10	0.30	0.79	-0.20
Hemat ruang	0.29	-0.12	-0.43	0.69
Hemat air	0.41	-0.11	-0.37	0.58
Membuat privasi terganggu	-0.19	0.42	0.12	0.53

Dari analisis faktor, diketahui bahwa kategori persepsi memiliki tiga dimensi, antara lain kemudahan privasi, ketidaknyamanan, dan pemborosan. Penghematan tidak termasuk karena memiliki alpha's cronbach di bawah 0,6 (0,57) sehingga nilai reliabilitasnya rendah. Kemudahan dan privasi memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung menganggap kamar mandi pribadi lebih mudah digunakan dan lebih mampu melindungi privasi dibanding kamar mandi bersama. Di samping itu, responden juga memiliki persepsi negatif terhadap kamar mandi pribadi, yaitu ketidaknyamanan dan pemborosan. Keberadaan kamar mandi dalam kamar tidur dirasa akan memberikan rasa tidak nyaman karena dapat menyebabkan kamar tidur menjadi lembab, bau, banyak nyamuk, dan basah. Selain

itu, perawatan kamar mandi pribadi dinilai sulit dan repot dalam membersihkannya. Kamar mandi pribadi juga dianggap sebagai pemborosan, baik dalam hal penggunaan air, biaya, maupun ruangan.

Faktor Internal

Dalam kategori faktor internal, dihasilkan dua dimensi, yaitu keterbiasaan menggunakan kamar mandi luar dan intensitas berada di dalam kamar tidur (Tabel 4).

Tabel 4. Dimensi pada kategori Faktor Internal (Penulis, 2022)

	Keterbiasaan Menggunakan Kamar Mandi Bersama	Intensitas Berada di Kamar Tidur
Mean	3.48	3.18
Standar deviasi	0.90	1.21
Alpha cronbach	0.77	-
eigen value/Variance	2.08	1.73
Percentage of variance	41.5	34.62
Cum percent	41.5	76.12

Variabel Terukur	Factor Loading	
Sudah terbiasa	0.86	0.10
Sudah cukup	0.84	-0.03
Tidak masalah	0.79	0.10
Malas keluar kamar tidur	0.02	0.93
Jarang keluar kamar tidur	0.10	0.92

Beberapa dari responden merasa sudah terbiasa menggunakan kamar mandi bersama sehingga merasa sudah cukup jika hanya memiliki kamar mandi bersama. Responden juga beranggapan bahwa adanya kamar mandi pribadi akan menyebabkan mereka menjadi malas dan jarang keluar kamar tidur.

Pengaruh Dimensi pada Kategori Persepsi dan Faktor Internal terhadap Preferensi Kamar Mandi Pribadi

Dimensi-dimensi dalam kategori persepsi dan motivasi kemudian dicari hubungan sebab-akibatnya dengan preferensi terhadap kamar mandi pribadi menggunakan analisis regresi multivariat. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi yang memiliki hubungan signifikan dengan preferensi terhadap kamar mandi pribadi, antara lain 'pemborosan' ($\beta = -0.28, p = 0.0003$), 'keterbiasaan menggunakan

kamar mandi bersama' ($\beta = -0.35, p = < 0.0001$), dan 'intensitas berada di kamar tidur' ($\beta = 0.17, p = 0.0304$) (Tabel 5).

Tabel 5. Hasil analisis regresi multivariat (Penulis, 2022)

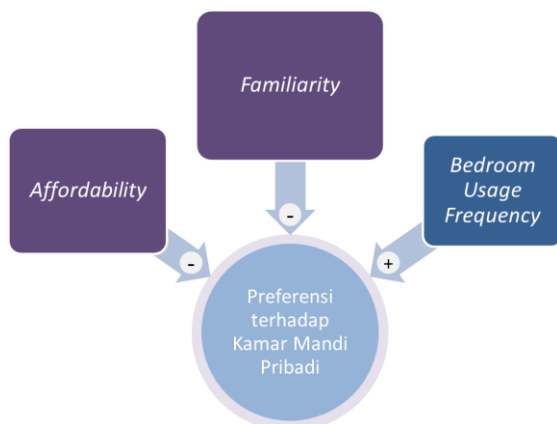
	Preferensi terhadap Kamar Mandi Pribadi
Kemudahan dan Privasi	0.11
Ketidaknyamanan	-0.13
Pemborosan	-0.28**
Keterbiasaan Menggunakan Kamar Mandi Bersama	-0.35***
Intensitas Menggunakan Kamar Tidur	0.17*

Keterangan: * $p < 0.05$. ** $p < 0.01$. *** $p < 0.0001$

Koefisien regresi pada dimensi pemborosan dan keterbiasaan dalam kamar mandi bersama bernilai negatif. Hal itu menunjukkan bahwa responden yang menganggap bahwa kamar mandi pribadi merupakan suatu pemborosan dan sudah terbiasa dengan kamar mandi bersama cenderung merasa tidak membutuhkan kamar mandi pribadi. Dimensi intensitas berada di kamar tidur bernilai positif karena responden yang lebih sering berada di dalam kamar tidur cenderung merasa butuh kamar mandi pribadi.

Tiga Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Kamar Mandi Pribadi

Dari penelitian yang telah dilakukan, didapatkan tiga faktor yang berpengaruh terhadap preferensi kamar mandi pribadi, antara lain *familiarity*, *affordability*, dan *bedroom usage frequency* (Gambar 1).



Gambar 1. Tiga faktor yang mempengaruhi preferensi terhadap kamar mandi pribadi (Penulis, 2022)

1. Keterbiasaan Menggunakan Kamar Mandi Bersama: *Familiarity*

Dari analisis regresi diketahui bahwa dimensi yang memiliki hubungan paling signifikan dengan preferensi terhadap kamar mandi pribadi yaitu 'keterbiasaan menggunakan kamar mandi bersama'. Dimensi ini bermakna bahwa faktor yang paling menentukan butuh atau tidak butuhnya seseorang terhadap kamar mandi pribadi yaitu keterbiasaan penghuni dalam menggunakan kamar mandi bersama. Bagi orang yang sudah terbiasa menggunakan kamar mandi bersama maka orang tersebut cenderung tidak membutuhkan kamar mandi pribadi. Hal ini dibuktikan oleh analisis regresi yang menunjukkan bahwa dimensi tersebut memiliki pengaruh negatif pada preferensi terhadap kamar mandi pribadi.

Keterbiasaan seseorang pada sesuatu akan membuatnya merasa familier terhadap sesuatu tersebut. Kondisi ini disebut sebagai *familiarity*. *Familiarity* merupakan sebuah konsep tentang sesuatu yang seseorang ketahui secara intim dan ia kenal dari apa yang pernah ia lihat sebelumnya (Felder, 2021). Tingkat rasa familier atau keakraban seseorang dengan sesuatu dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap sesuatu tersebut. Semakin tinggi *familiarity* seseorang terhadap sesuatu maka semakin mudah ia melakukan prediksi (Imamoglu, 2000). *Familiarity* dapat dihasilkan dari adanya perulangan berupa rutinitas dalam kehidupan sehari-hari, misalnya dalam hal penggunaan kamar mandi. Orang yang sudah biasa menggunakan kamar mandi bersama cenderung akan sulit memprediksi tentang penggunaan kamar mandi pribadi dan merasa tidak membutuhkan kamar mandi pribadi.

Namun disamping itu, ada sebagian kecil responden yang terbiasa menggunakan kamar mandi bersama merasa membutuhkan kamar mandi pribadi. Hal ini dikarenakan terkadang pengalaman mempengaruhi preferensi dengan cara yang berlawanan. Preferensi terkadang cenderung kepada sesuatu yang belum pernah dialami sebelumnya (Liao, 2011).

2. Pemborosan: *Affordability*

Dimensi ke-dua yaitu 'pemborosan'. Dimensi ini juga memiliki pengaruh yang negatif terhadap preferensi kamar mandi pribadi. Memiliki kamar mandi dianggap pemborosan karena dirasa akan meningkatkan pengeluaran. Kamar mandi termasuk bagian dalam rumah yang secara proporsional paling mahal dalam hal

pembangunan dan pemasangannya (Penner, 2013). Kamar mandi memiliki tingkat biaya yang tinggi terkait spesifikasi mekanikal, elektrikal, dan arsitektural. Kamar mandi juga memerlukan tingkat manajemen dan perencanaan yang jauh lebih tinggi dibanding elemen bangunan lainnya (Taylor et al, 2009). Oleh karena itu, untuk membangun kamar mandi dalam setiap kamar tidur tentunya membutuhkan dana yang lebih banyak dibanding hanya membangun satu kamar mandi bersama, baik dana untuk lahan, material, pemasangan utilitas, dan lain-lain. Disamping itu, dana pemeliharaan juga harus dipertimbangkan. Pemeliharaan kamar mandi meliputi kegiatan merawat kamar mandi beserta berbagai perangkat saniternya agar selalu bersih dan berfungsi dengan baik. Selain itu, memiliki kamar mandi pribadi juga berpotensi menghabiskan lebih banyak air. Bagi rumah yang pompa airnya membutuhkan energi listrik, hal ini tentu akan menambah biaya listrik yang harus dikeluarkan.

Dengan demikian, preferensi terhadap kamar mandi pribadi ditentukan oleh kemampuan finansial responden untuk menjangkau biaya pembangunan, pemeliharaan, dan penggunaan kamar mandi. Keterjangkauan finansial seseorang terhadap suatu harga disebut juga *affordability*. *Affordability* dipengaruhi oleh faktor harga dan pendapatan (Wong et al, 2010). Semakin tinggi harga yang dibutuhkan untuk sebuah kamar mandi, semakin banyak pula biaya yang harus dibayar. Kemampuan untuk membayar tersebut juga tergantung pendapatan yang dimiliki oleh seorang individu. Oleh karena itu, dalam merencanakan kamar mandi dalam sebuah rumah tinggal, baik kamar mandi pribadi ataupun kamar mandi bersama, dianjurkan untuk menerapkan sistem sanitasi yang sederhana, dapat diterima, dan ekonomis, baik dalam pembuatan, pemeliharaan, dan pemindahan atau pengantiannya (Soeparman & Suparmin, 2002).

3. Intensitas Menggunakan Kamar Tidur: *Bedroom Usage Frequency*

Dimensi ke-tiga yaitu 'intensitas menggunakan kamar tidur'. Penghuni yang lebih sering berada di kamar tidur cenderung akan membutuhkan kamar mandi pribadi. Sedangkan penghuni yang lebih sering di luar kamar tidur akan merasa cukup jika hanya memiliki kamar mandi bersama.

Tidak hanya berfungsi sebagai ruang untuk tidur, kamar tidur juga dapat mewadahi berbagai kegiatan

lainnya. Kegiatan yang biasa dilakukan di kamar tidur, antara lain berpakaian, membersihkan tempat tidur, mengerjakan tugas tertentu, mendengarkan radio, membaca buku, merias diri, dan lain-lain (Nowakowski, 2018). Terlebih lagi pada saat pandemi covid-19 kamar tidur sering dijadikan ruang untuk bekerja atau sekolah daring (Yuanditasari et al, 2021). Dengan demikian, keberadaan kamar mandi pribadi bagi orang yang lebih sering beraktivitas di kamar tidur tentunya menjadi hal yang penting untuk memudahkan orang tersebut dalam menjangkau fasilitas kamar mandi.

Dari uraian di atas, disimpulkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi preferensi terhadap kamar mandi pribadi, antara lain '*familiarity*', '*affordability*', dan '*bedroom usage frequency*'. Ketiganya menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan ketika merencanakan pembangunan rumah tinggal yang kamar tidurnya dilengkapi dengan kamar mandi pribadi. Tujuannya agar rumah yang direncanakan mampu mengakomodasi kebutuhan penghuni dengan baik, khususnya kebutuhan terkait kamar mandi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa kategori persepsi terhadap kamar mandi pribadi memiliki tiga dimensi, antara lain kemudahan dan privasi, ketidaknyamanan, dan pemborosan. Selain itu, ditemukan juga dua dimensi dalam kategori faktor internal, yaitu keterbiasaan menggunakan kamar mandi bersama, dan intensitas menggunakan kamar tidur. Adapun dimensi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi kamar mandi pribadi, yakni keterbiasaan menggunakan kamar mandi bersama, pemborosan, dan intensitas menggunakan kamar tidur. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa dimensi yang secara signifikan mempengaruhi preferensi terhadap kamar mandi pribadi yaitu keterbiasaan menggunakan kamar mandi bersama, pemborosan, dan intensitas menggunakan kamar tidur. Sehingga disimpulkan bahwa preferensi terhadap kamar mandi pribadi dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yakni '*familiarity*', '*affordability*', dan '*bedroom usage frequency*'.

Penelitian ini sudah cukup berhasil menjawab pertanyaan penelitian dan mengungkap berbagai hal terkait kamar mandi pribadi yang belum banyak dibahas sebelumnya. Namun akan lebih baik jika penelitian dilakukan dengan *random sampling* agar golongan

responden lebih beragam sehingga tingkat generalisasi data dapat lebih tinggi. Selain itu, pengumpulan data menggunakan kuesioner daring memiliki kelemahan, yaitu besarnya kemungkinan untuk terjadi perbedaan antara pemahaman responden dan pemahaman peneliti terhadap jawaban responden. Terlebih lagi jika jawaban yang diungkap responden mengandung makna implisit. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya dilakukan pengambilan data secara luring agar validitas dan reabilitas penelitian dapat lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, I. (2006). Seri Menata Rumah Kamar Mandi. *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.*
- Akmal, I. (2007). Seri Rumah Ide: Saniter. *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.*
- Asharhani, I. S., & Sari, M. G. (2021). Perilaku Adaptasi dan Perubahan Penataan Hunian di Masa Pandemi Covid-19. *MODUL*, 21(2), 102–110.
- Bollo, C., & Collins, T. (2017). The power of words: Grounded theory research methods in architecture & design. *Architecture of Complexity: Design, Systems, Society and Environment: Journal of Proceedings*, 87-94.
- Creswell, J. W. (2014). *Qualitative, Quantitative, and Mix methods Approach*. United States of America.
- Felder, M. (2021). Familiarity as a practical sense of place. *Sociological Theory*, 39(3), 180-199.
- Forshee, J. (2006). *Culture and customs of Indonesia*. Westport CT: Greenwood Press.
- Groat, L., & Wang, D. (2013). *Architectural Research Methods*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Hoagland, A. K. (2018). *The bathroom: a social history of cleanliness and the body*. ABC-CLIO.
- Imamoglu, Ç. (2000). Complexity, Liking and Familiarity: Architecture and Non-Architecture Turkish Students'assessments of Traditional and Modern House Facades. *Journal of Environmental Psychology*, 20(1), 5-16.
- Kumar, R. (2011). *Research Methodology : A Step by Step Guide for Beginners, Edisi Ketiga*. London : Sage Publication.
- Liao, H. I., Yeh, S. L., & Shimojo, S. (2011). Novelty vs. familiarity principles in preference decisions: task-context of past experience matters. *Frontiers in psychology*, 2, 43.
- Nowakowski, P. (2018). Ergonomics in functional and spatial shaping of bedrooms. In *International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics* (pp. 430-437). Springer, Cham.
- Penner, B. (2013). *Bathroom*. Reaktion Books.
- Pramudya, H. (2010). *Kamar Mandi Nuansa Alam*. PT Niaga Swadaya.
- Reisinger, M. (2008). Bathroom moments—light and water as intimate experiences.
- Sary, R. K. (2019). Pengaruh Material Bangunan Terhadap Kekuatan Lantai Kamar Mandi Pada Rumah Tinggal. *Arsir*, 2(2), 93-100.
- Singh, Y. K. (2006). *Fundamental of research methodology and statistics*. New Age International.
- Sivertsen, A.K., Berg, A. (2016). Designing for Small Bathrooms. *International Conference on Engineering and Product Design Education*, Aalborg University, Denmark.
- Soeparman, & Suparmin. (2002). *Pembuangan tinja dan limbah cair: suatu pengantar*. Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Taylor, M. D., Fisher, A., & Wamuziri, S. C. (2009, September). A comparison of modern methods of bathroom construction: A project case study. In *25th Annual ARCOM Conference, Nottingham* (Vol. 1173).
- Wong, K. W., Hui, C. M., To, W. H., & Chung, K. W. (2010). Measuring affordability and factors affecting affordability of elderly in Hong Kong. In *CIB World Congress*.
- Yuanditasari, A., Nastiti, R. A., & Hasya, A. H. (2021). Adaptasi Desain Interior dan Perubahan Perilaku Masyarakat terhadap Rumah Tinggal Selama Krisis Pandemi Covid-19.
- Zytka, M. J. (2013). *Baths and bathing in late Antiquity* (Doctoral dissertation, Cardiff University).