



KORELASI FAKTOR FISIK RUANG PUBLIK DENGAN PERSEPSI TEMPAT KETIGA (*THIRD PLACE*) BAGI GENERASI Y DAN Z

Studi Kasus: Generasi Y dan Z di Wilayah Denpasar - Badung

Ardina Susanti¹, Ida Ayu Shanty Pradnya Paramitha²

Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Udayana

E-mail: ardinanusanti@unud.ac.id, shantypradnya@unud.ac.id

Informasi Naskah:

Diterima:

3 Januari 2025

Direvisi:

6 Februari 2025

Disetujui terbit:

16 Maret 2025

Diterbitkan:

Cetak:

29 Maret 2025

Online

29 Maret 2025

Abstract. *Variation and characteristics of third places can change and develop according to user needs and activities. So that, one of the third place concepts is unstructured, and can adapt the social interaction needs of the humans who use it. Therefore, this research aims to further examine the characteristics of public spaces that can meet the needs of a third place for the young productive population, namely generation Y and generation Z in Indonesia. This research will focus on examining the characteristics of the third place of generations Y and Z in Bali, especially in the Denpasar - Badung area. The data collection method was obtained through a questionnaire, and 119 respondents' answers were obtained which were in accordance with the sampling criteria. The results of this questionnaire will be a reference for selecting further observation objects. The perceptual data from respondents was then analyzed for correlation with the physical characteristics of the objects of observation, and the results showed that the factors adequacy of seating, diversity of accommodation, environmental temperature, permeability of facades, and personalization of seating areas were physical factors of public space that were strongly correlated with perceptions of third places.*

Keyword: *Physical factors, Public space, Third place*

Abstrak: Variasi dan karakteristik tempat ketiga dapat berubah dan berkembang sesuai dengan perubahan kebutuhan dan aktivitas dari penggunanya. Salah satu konsep dari tempat ketiga adalah memiliki karakter yang tidak terstruktur, dan menyesuaikan dengan kebutuhan interaksi sosial dari manusia yang menggunakannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk dapat mengkaji karakteristik ruang publik dapat memenuhi kebutuhan tempat duduk bagi penduduk usia muda produktif yaitu generasi Y dan generasi Z di Indonesia lebih lanjut. Penelitian ini akan memfokuskan untuk meneliti karakteristik tempat ketiga dari generasi Y dan Z di Bali, khususnya pada wilayah Denpasar – Badung. Metode pengumpulan data diperoleh melalui kuisioner, dan didapatkan 119 jawaban responden yang sesuai dengan kriteria sampling. Hasil kuisioner ini akan menjadi acuan pemilihan obyek observasi selanjutnya. Data perseptual dari responden kemudian dianalisis korelasinya dengan karakter fisik obyek observasi, dan hasil yang ditunjukkan bahwa faktor ketercukupan tempat duduk, keberagaman akomodasi, temperatur lingkungan, permeabilitas fasad, dan personalisasi area duduk menjadi faktor fisik ruang publik yang berkorelasi kuat dengan persepsi tempat ketiga

Kata Kunci: Faktor fisik, Ruang publik, Tempat ketiga

PENDAHULUAN

Interaksi sosial merupakan kebutuhan manusia, sebab manusia adalah makhluk sosial. Dengan demikian, interaksi sosial yang positif memberikan pengaruh kepada tingkat kepuasan hidup yang positif. Dengan manusia berinteraksi sosial, akan memungkinkan manusia tersebut untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang bermakna, sehingga hal inilah yang dapat meningkatkan kepuasan hidup (Jeffres dkk, 2009; Fitriyadewi dan Suarya, 2016). Tempat ketiga (*third place*) dalam ilmu arsitektur merupakan suatu ruang yang menjadi wadah terjadinya interaksi sosial, sebagai suatu peralihan (*buffer*) manusia dari rutinitas kehidupan sehari – hari antara tempat pertama (*first place*) yaitu rumah dan tempat kedua

(*second place*) yaitu kantor/ tempat bekerja (Oldenburg, 1989, dalam Persson, 2022).

Terjadinya pandemi COVID-19 peran sebuah tempat ketiga bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan interaksinya, pembatasan sosial yang diberlakukan saat itu banyak menciptakan perubahan-perubahan khususnya perubahan tempat ketiga (*third place*), bahkan perubahan terjadi antara tempat tinggal (*first place*) dan tempat bekerja (*second place*) yang sebelumnya berbeda tempat, berubah menjadi berada dalam satu tempat. Dalam keterbatasan menikmati interaksi sosial secara langsung, membuat manusia menciptakan bentuk tempat ketiga baru yang didukung oleh perkembangan teknologi digital, seperti ruang-ruang

virtual pada *game online*, pameran secara virtual, dan media sosial (Gold, 1993; Ducherenaut dkk, 2007; McArthur dan White, 2016, dalam Nadizti dkk, 2020). Variasi dan karakteristik tempat ketiga dapat berubah dan berkembang sesuai dengan perubahan kebutuhan dan aktivitas dari penggunaannya. Salah satu konsep dari tempat ketiga adalah memiliki karakter yang tidak terstruktur, dan menyesuaikan dengan kebutuhan interaksi sosial dari manusia yang menggunakannya (Oldenburg, 1989, dalam Nadizti, 2020). Dengan demikian, kondisi geografis, faktor sosial budaya, dan perkembangan teknologi yang berbeda dapat membentuk variasi dan karakteristik tempat ketiga yang berbeda pula.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk dapat mengkaji karakteristik ruang publik yang memenuhi kebutuhan tempat ketiga bagi penduduk usia muda produktif yaitu generasi Y dan generasi Z di Indonesia lebih lanjut. Penelitian ini akan memfokuskan untuk meneliti karakteristik tempat ketiga dari generasi Y dan Z di Bali, khususnya pada wilayah Denpasar – Badung. Hal ini didasarkan pada karakter spesifik dari Kota Denpasar dan Kabupaten Badung yang berada pada area Bali Selatan dengan aktivitas pariwisata yang aktif, sehingga aktivitas ekonomi serta komposisi demografi penduduknya tergolong kompleks. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat menyajikan perkembangan bentuk dan karakteristik tempat ketiga yang baru dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

TINJUAN PUSTAKA

Dalam buku yang ditulis oleh Ray Oldenburg (1989) yang berjudul “*The Great Good Place*”, yang juga disitasi oleh Iranpanah dkk (2022), serta Mehta dan Bosson (2010), disebutkan bahwa tempat ketiga (*third place*) merupakan sebuah tempat perlindungan selain rumah dan tempat bekerja, yang dapat dikunjungi secara reguler dan tempat untuk dapat berkumpul dengan teman, tetangga, rekan kerja, bahkan orang asing. Tempat ketiga (*third place*) merupakan ruang rekreasi yang memiliki peran signifikan dalam vitalitas sebuah ruang kota (*urban space*) dan dinamika masyarakat suatu kawasan. Tempat ketiga (*third place*) berfungsi sebagai lingkungan sosial yang bersifat informal untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain, tanpa memandang status sosial. Dengan adanya fungsi tempat ketiga (*third place*) ini, diharapkan kebutuhan manusia untuk berinteraksi secara sosial dapat terpenuhi untuk mewujudkan kehidupan yang sehat bagi seluruh lapisan masyarakat. Sebuah tempat ketiga (*third place*) seharusnya memungkinkan orang untuk berkumpul dan berbincang, serta jauh dari polusi.

Berdasarkan fungsi-fungsi dari tempat ketiga (*third place*), maka Iranpanah dkk (2022) mengembangkan karakteristik tempat ketiga (*third place*) yang dirumuskan Ray Oldenburg (1989) dalam buku “*The Great Good Place*” antara lain adalah: *homes away from home*, yaitu orang dapat merasa jauh dari rutinitas sehari-hari, merasa damai, nyaman dan

dapat bersosialisasi dengan orang lainnya; *neutral ground/neutral bed*, yaitu rasa aman dan damai untuk semua kalangan untuk saling berinteraksi dan bersosialisasi; *Levelling/leveller*, yaitu semua orang yang menggunakan suatu tempat ketiga (*third place*) memiliki posisi yang sama, dan berhak untuk mendapatkan manfaat yang sama; *Dialogue*, dimana dialog dan interaksi merupakan kegiatan/aktivitas utama yang berlangsung pada tempat tersebut; *Accessibility*, dimana setiap orang merasa dapat dengan mudah mengakses tempat ketiga (*third place*) dengan mudah, walaupun untuk datang sendiri; *Regular Customer*, yaitu pengguna tempat ketiga (*third place*) merasa menjadi bagian dari tempat tersebut; *Having a simple appearance*, tampilan yang tidak kompleks dan elegan menciptakan kesan inklusif; *The atmosphere of the environment not being serious*, dimana pada tempat ketiga (*third place*) individu dapat berdiskusi secara akrab dan dalam situasi santai, informal dan tidak terlalu serius.

Dalam penelitiannya, Iranpanah dkk (2022) menganalisis indikator-indikator yang berdampak pada pembentukan tempat ketiga (*third place*) melalui proses pengumpulan data dengan observasi, dokumentasi dan survey (menggunakan kuisisioner). Metode survey ditujukan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi ekspektasi responden terhadap sebuah tempat ketiga (*third place*), metode observasi dan dokumentasi dilakukan pada beberapa studi kasus untuk melihat karakter tempat tersebut dan aktivitas-aktivitas manusia di dalamnya. Berdasarkan analisis dari data tekstual dari 50 kuisisioner, Iranpanah dkk (2022) menyimpulkan beberapa hal mengenai ekspektasi responden untuk karakteristik tempat ketiga (*third place*) antara lain adalah penggunaan ruang-ruang hijau dan tata lansekap alami menjadi ekspektasi yang paling dominan dari responden yaitu pada kisaran 10,9%, kemudian penambahan pencahayaan dan pengembangan keamanan tempat sekitar 8,5%, ekspektasi adanya akomodasi dan *urban furniture* yang bersifat universal sebesar 8,4%, serta ekspektasi adanya ruang-ruang rekreasional untuk berbagai kelompok usia, baik itu untuk anak-anak, remaja, kalangan muda dan lansia, serta diharapkan adanya pelarangan untuk aktivitas merokok sebesar 8,6%, dan sisanya adalah ekspektasi untuk memberikan perhatian lebih pada kualitas audio pada lansekapnya. Berdasarkan hasil tersebut dari penelitian Iranpanah dkk (2022) ini, bahwa karakteristik tempat ketiga harus dapat menghadirkan rasa aman (melalui pencahayaan, sistem keamanan, dan pelarangan untuk aktivitas tertentu seperti merokok), tersedianya area dengan tata lansekap alami, tersedianya akomodasi dan ruang-ruang rekreasional untuk berbagai kelompok usia, termasuk ketersediaan furniture yang bersifat publik dan universal (dapat digunakan oleh siapa saja), serta tempat ketiga (*third place*) diharapkan memiliki kualitas audio yang baik.

Karakteristik mengenai tempat ketiga (*third place*) yang disampaikan oleh Ray Oldenburg (1989), menurut Mehta dan Bosson (2010) lebih banyak menekankan pada aspek sosial, dimana sebuah tempat ketiga (*third place*) haruslah nyaman dan terkesan menyambut (*welcoming*), dan hanya sedikit menekankan pada aspek fisik, yaitu hanya terkait kemudahan akses pencapaian dari rumah menuju tempat ketiga (*third place*) atau dari tempat kerja menuju tempat ketiga (*third place*). Oleh karena itu, Mehta dan Bosson (2010) mengajukan 4 karakteristik fisik dari tempat ketiga (*third place*) dalam penelitiannya, yaitu aspek personalisasi, permeabilitas, ketersediaan area duduk, serta ketersediaan penanggu (*shelter*) pada tempat ketiga (*third place*). Penelitian ini dilakukan dengan cara mewawancarai orang-orang pada lokasi studi kasus di Amerika Serikat, yaitu Massachusetts Avenue di lingkungan Central Square, Harvard Street di lingkungan Coolidge Corner, Brookline, dan pada Elm Street di lingkungan Davis Square. Hasil wawancara tersebut diperlukan untuk mengetahui tempat-tempat mana saja yang dianggap sebagai tempat ketiga (*third place*), untuk kemudian dilihat keempat aspek fisiknya yaitu aspek personalisasi, permeabilitas, area duduk, dan kondisi penangguannya. Aspek personalisasi terkait pada peluang pengguna tempat untuk dapat memodifikasi lingkungan fisik, dan sebagai ekspresi klaim atas teritorinya. Pengguna tempat ketiga (*third place*) dapat mengubah lingkungannya sesuai dengan kebutuhan mereka untuk pola aktivitas yang spesifik. Aspek personalisasi dari properti yang ada pada tempat ketiga (*third place*) membuat lingkungan tampak lebih aman dan familiar, sehingga memunculkan stimulasi, minat, dan menjadi alasan untuk berhenti dan meningkatkan peluang orang dapat memulai percakapan dan interaksi sosial.

Aspek permeabilitas lebih dari sekedar transparansi dari fasad bangunan. Sebuah *street front* dikatakan permeabel apabila dapat secara aktif memperlihatkan kondisi interior dari sisi eksterior, sehingga orang-orang yang melihat dari eksterior dapat merasakan aktivitas yang terjadi di dalam bangunan. Aspek *seating* (area duduk) diidentifikasi sebagai salah satu dari karakteristik paling penting untuk menahan orang-orang pada ruang publik dan memberikan peluang untuk terjadinya interaksi dan perilaku sosial. Jenis kursi yang mudah dipindahkan lebih diminati orang-orang karena lebih membuat nyaman untuk disesuaikan dengan kebutuhan aktivitasnya. Dengan tersedianya tempat duduk, aktivitas makan dan minum menjadi lebih mudah dilakukan, dimana aktivitas ini sering diasosiasikan dengan relaksasi dan bersosialisasi, dan adanya tempat duduk juga akan memungkinkan orang untuk berada di suatu tempat lebih lama. Aspek penanggu (*shelter*) adalah jumlah ketersediaan pohon-pohon peneduh, tenda, kanopi, dan serambi. Tersedianya penanggu pada suatu tempat, akan meningkatkan kenyamanan mikroklimatik. Kenyamanan mikroklimatik meliputi temperatur, cahaya matahari,

dan pembayangan sangat penting untuk mendukung berlangsungnya aktivitas di luar ruangan (*outdoor*). Hasil yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Mehta dan Bosson (2010) adalah jenis tempat yang sama seperti coffeeshops tidak selalu dianggap sebagai tempat ketiga (*third place*). Orang-orang memilih sebuah tempat ketiga (*third place*) berdasarkan pada waktu/ lamanya seseorang tinggal di lingkungan tersebut, berdasarkan usia, dan berdasarkan kelas dan sikap orang-orang yang ditunjukkan saat beraktivitas pada suatu tempat. Sedangkan temuan Mehta dan Bosson (2010) mengenai 4 aspek karakteristik tempat ketiga (*third place*) antara lain bahwa sebagian besar tempat-tempat yang dianggap sebagai tempat ketiga (*third place*) memiliki tingkat personalisasi yang tinggi, berdasarkan hasil ANOVA yang signifikan secara statistik, dengan $p < 0,001$. Aspek personalisasi ini dilihat dari pergantian *show window*, dekorasi, *display* dan penanda. Tempat ketiga (*third place*) juga dinilai memiliki permeabilitas yang tinggi, dengan hasil statistik yang signifikan dimana nilai $p \leq 0,001$. Hasil yang signifikan juga didapatkan dari aspek lainnya yaitu *seating* dan penangguannya. Kondisi mikroklimatik pada tempat ketiga (*third place*) rata-rata memiliki temperatur dari 55°F sampai 85°F atau 12,8°C sampai 29,4°C.

Buku Ray Oldenburg (1989) yang berjudul "*The Great Good Place*", juga disitasi dalam penelitian T.A.K (2022) yang berjudul "Karakter Spasial Ruang Publik sebagai Tempat Ketiga" dengan mengambil studi kasus Pasar Seni dan Wisata Gabusan yang terletak di daerah Bantul, Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut, T.A.K (2022) menyimpulkan bahwa karakter tempat ketiga (*Third Place*) dalam 3 aspek yaitu dalam aspek *setting* fisik dan non-fisik, aktivitas, dan pencapaian. Dalam aspek *setting* non – fisik, tempat ketiga (*Third Place*) memiliki karakter yang netral, yang berarti pengunjung bebas datang dan pergi, tidak ada tuan rumah, semua pengunjung memiliki level yang sama. Sedangkan dalam aspek *setting* fisik tempat ketiga (*Third Place*) bersifat terbuka dimana siapa pun bebas datang, yang diperlihatkan secara fisik dari transparansi bangunan pada material fasad, terdapat ramp untuk difabel, karakter pembatas bangunan-kawasan, dan adanya jalur pedestrian dan sepeda.

Masih dalam aspek *setting* fisik, tempat ketiga (*Third Place*) memiliki karakter sederhana, dengan karakter fisik tidak mencolok dan memiliki kualitas kenyamanan seperti di rumah, ditunjukkan dengan kondisi fisik dengan kualitas visual yang tidak dominan, skala ruang jalan sesuai dengan skala manusia, adanya ruang terbuka dan karakter langgam lokal. Karakter langgam lokal yang dimaksud adalah adanya taman, adanya musik, air mancur/ *water feature* lainnya, suara hewan, serta adanya material *ground cover* tertentu. Dalam aspek aktivitas, tempat ketiga (*Third Place*) mampu menciptakan/ sebagai generator dan katalisator aktivitas sosial/ interaksi sosial. Kemudian dalam aspek pencapaian, tempat ketiga (*Third Place*) mudah diakses dan dijangkau, kemudahan akses

tersebut dapat dilihat dari ketersediaan transportasi umum dan jangkauan antar halte bus. Selain mudah diakses, tempat ketiga (*Third Place*) juga memiliki karakter mudah dikenali secara visual dengan akses masuk yang lebar dengan *signage*/ penanda yang jelas.

Dalam ilmu arsitektur terdapat perbedaan pengertian antara ruang (*space*) dan tempat (*place*). Iranpanah dkk (2022) mendefinisikan tempat ketiga (*third place*) melalui definisi – definisi tentang tempat (*place*) yang dirangkum dari para ahli, seperti definisi dari Edward Relph bahwa tempat (*place*) merupakan inti semantik dari lingkungan yang terbentuk dari pengalaman personal dari pengguna. Tempat (*place*) terbentuk ketika seseorang memaknai sebuah ruang, baik memaknai ruang tersebut secara personal, maupun memaknai ruang secara berkelompok atau sebagai sebuah komunitas. Pembentukan tempat (*place*) sebagai integrasi antara ruang dengan makna juga disampaikan dalam penelitian Carlino dan Saiz, Mansouri dan Jahan Bakhsh, serta Partori (dalam Iranpanah dkk, 2022). Dengan demikian Iranpanah dkk (2022) merumuskan sebuah tempat (*place*) memiliki 3 unsur, yaitu bentuk (*form*), fungsi (*function*), dan makna (*meaning*). Dominasi dari masing-masing dari unsur tersebut terhadap unsur lainnya menurut penelitian para ahli berubah-ubah, dimana kecenderungan pendapat ahli mengenai unsur-unsur tempat (*place*) sejak tahun 1990 dan seterusnya adalah unsur fungsi yang paling mendominasi dibandingkan unsur bentuk dan makna. Maka dari itu, dalam membedakan tempat ketiga (*third place*) dengan 2 tipe lainnya, yaitu tempat pertama (*first place*) dan tempat kedua (*second place*), Iranpanah dkk (2022) mengklasifikasikannya melalui fungsi, yaitu tempat ketiga (*third place*) merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Ray Oldenburg (1989) adalah tempat untuk berkumpul, dan berinteraksi secara sosial.

Seperti layaknya sebuah *place*, tempat ketiga (*third place*) juga memiliki faktor-faktor pembentuk *place* yaitu bentuk (*form*), fungsi (*function*), dan makna (*meaning*). Pada tabel 1 di bawah ini terangkum faktor-faktor pembentuk tempat ketiga (*third place*):

Tabel 1. Faktor pembentuk *third place*

No	Penelitian Third Place	Faktor – faktor Pembentuk Place		
		Bentuk (form)	Fungsi (function)	Makna (meaning)
1.	Iranpanah dkk (2022): “An analysis of Indicator Affecting the	Having an elegant and simple appearance	Dialogue	Home away from home
		Accessibility	Regular Customer	Neutral ground/neutral

Creation of the Third Place Using an Evidence – Based Approach”	Lighting quality	Accommodation	Leveling/leveler
	Green spaces & landscape	Inclusive recreational spaces	Safety
	Urban Furniture	Smoking restriction	The atmosphere of the environment not being serious
	Audio quality		
2. Mehta dan Bosson (2010): “Third Place and The Social Life of Streets”	Personalization	Dialogue, social interaction	Safety, familyarity
	Permeability	Drinking & eating activity	
	Seating	Microclimatic comfort	
	Shelter		
3. T.A.K (2022): “Karakter Spasial Ruang Publik sebagai Tempat Ketiga”	Transparansi bangunan pada material fasad	Terdapat ramp untuk difabel	Netral
	Karakter pembatas bangunan-kawasan	Adanya jalur pedestrian dan sepeda	Kualitas kenyamanan seperti di rumah
	Karakter fisik tidak mencolok	Generator dan katalisator aktivitas sosial/ interaksi sosial	
	Skala ruang jalan sesuai dengan skala manusia	Ketersediaan transportasi umum dan jangkauan antar halte bus	
	Adanya ruang terbuka		

Karakter langgam: adanya taman, adanya musik, air mancur/ water feature lainnya, suara hewan, serta adanya material ground cover tertentu

Akses masuk yang lebar dengan signage/ penanda yang jelas.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan melakukan studi untuk mengkategorisasikan variasi bentuk tempat ketiga yang dipersepsikan dapat memenuhi kebutuhan generasi Y dan Z di wilayah Denpasar – Badung dengan pertanyaan terkait dengan prinsip-prinsip tempat ketiga yang dikemukakan oleh Oldenburg (1989, dalam Swapan, 2013; Crick, 2011; Nadizti, 2020; Persson, 2022) dan Carmona (2001, dalam Swapan, 2013).

Berdasarkan kategorisasi tersebut akan dipilih beberapa obyek observasi yang dianggap dapat mewakili masing-masing kategori. Masing-masing obyek terpilih akan diobservasi secara terukur menggunakan instrumen *Third Place Evaluation Tool / TPOT* (Persson, 2022), *Waxman's Observational Model* (Waxman, 2004, dalam Persson, 2022), serta faktor-faktor pembentuk tempat ketiga (*third place*) yang telah disampaikan pada Tabel 1. Hasil observasi obyek terpilih akan menghasilkan peta karakteristik tempat ketiga di wilayah Denpasar – Badung. Karakteristik tempat ketiga tersebut akan kembali dianalisis korelasinya dengan kebutuhan generasi Y dan Z yang didapatkan dari data responden kuisisioner dan studi pustaka mengenai kecenderungan kebutuhan dan preferensi dari generasi Y dan Z.

Pada penelitian ini variable dalam penelitian terbagi menjadi dua macam yakni variabel sosial dan variabel fisik. Variabel sosial meliputi demografi, nilai-nilai budaya lokal, persepsi aksesibilitas, aktivitas yang dilakukan di tempat ketiga, dan kefasihan responden terhadap teknologi digital (*digital tech savvy*). Sedangkan variabel fisik meliputi lokasi dari tempat ketiga, aktivitas yang dapat diakomodasi oleh tempat ketiga, dekorasi dari tempat ketiga, suasana yang dihadirkan oleh tempat ketiga, serta organisasi ruang/*layout* dari tempat ketiga.

Pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana responden difokuskan pada generasi Y dan Z yang berdomisili di wilayah Denpasar – Badung. Pemilihan fokus populasi didasarkan pada kompleksitas komposisi demografi,

serta aktivitas dari generasi Y dan Z. Menurut Jackson et.al (2011, dalam Susanti dkk, 2021), generasi Y atau generasi milenial merupakan manusia yang lahir dalam periode tahun 1981 sampai dengan 1995, sedangkan generasi Z disebut sebagai generasi *post* milenial yaitu manusia yang lahir pada tahun setelah 1995 hingga tahun 2012. Dengan demikian faktor usia responden memegang peranan penting bagi penelitian ini. Responden yang akan dijangkau untuk mengisi kuisisioner adalah orang-orang yang berusia 15 tahun sampai dengan maksimal 43 tahun, yang berdomisili di area Denpasar dan Kabupaten Badung, Bali. Pemilihan sampel obyek observasi didasarkan pada kategorisasi bentuk tempat ketiga yang disampaikan responden pada kuisisioner. Dimana masing-masing kategori akan diwakili oleh 1-2 obyek, diharapkan pembagian tersebut merata antara obyek tempat ketiga yang berlokasi di Denpasar dan obyek tempat ketiga yang berlokasi di Kabupaten Badung.

Terdapat beberapa alat dan instrumen yang digunakan sebagai sarana dan peralatan yang digunakan dalam penelusuran dan pengumpulan data. Peralatan yang digunakan untuk pendataan visual dan model adalah peralatan sketsa, alat tulis, foto. Sementara itu peralatan yang digunakan untuk pengukuran ruang adalah *laser distance meter*, alat pengukur suhu ruang dan lingkungan, alat ukur *luxmeter* untuk mengukur intensitas cahaya, dan alat *soundmeter* untuk mengukur kebisingan lingkungan. Sementara instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data persepsional menggunakan kuisisioner dengan pertanyaan yang dibagikan secara daring baik melalui jejaring tim peneliti serta media sosial. Selain instrumen dalam pengumpulan data juga diperlukan berupa peralatan dan sarana analisis data. Data-data yang bersifat kuantitatif akan dianalisis dengan program analisis data JMP Pro 17, sedangkan data yang bersifat deskripsi kemudian dikumpulkan selanjutnya dibuatkan dalam bentuk tabel atau diagram.

Jika dilihat dari tujuan penelitian, menganalisis variasi bentuk tempat ketiga yang disukai oleh generasi Y dan Z di wilayah Denpasar – Badung akan digunakan analisis data konten (*Content Analysis*) dari jawaban yang disampaikan oleh responden. Analisis data konten dibuat berdasarkan kata kunci-kata kunci, untuk kemudian disajikan ke dalam tabel, lalu dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu yang relevan.

Dalam menemukan tujuan penelitian yang lain yaitu karakteristik tempat ketiga, hasil observasi berupa data kuantitatif dan kualitatif akan dipaparkan secara kualitatif deskriptif. Analisis korelasional juga akan digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ketiga yaitu untuk menemukan korelasi antara karakteristik tempat ketiga dengan kebutuhan generasi Y dan Z khususnya yang berdomisili di wilayah Denpasar – Badung, dengan melihat keterkaitan antar faktor dari hasil observasi obyek terpilih dengan jawaban responden pada data persepsional kuisisioner.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kuisisioner pendataan secara persepsional diisi oleh 123 responden secara keseluruhan. Dari sejumlah 123 data responden tersebut terdapat 4 data responden yang dieliminasi untuk analisis lanjutan. Sejumlah 4 data responden yang tereliminasi tersebut adalah data responden yang menyebutkan tempat yang sering dikunjungi saat waktu luang, bukanlah ruang-ruang publik, kemudian data dari responden yang berusia di atas 43 tahun (usia maksimal generasi Y saat tahun penelitian), serta data dari responden yang berdomisili di luar Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Dengan tereliminasi 4 data responden, maka total data responden yang akan dianalisis lebih lanjut adalah data dari 119 responden yang menjawab secara lengkap dan memiliki karakter usia dan domisili yang sesuai dengan fokus penelitian ini.

Responden generasi Y dan Z menjadi fokus dalam penelitian ini, dimana proporsi responden dari generasi Y ada pada jumlah 72 orang dari keseluruhan 119 responden, pada kisaran 61%. Sedangkan proporsi responden dari generasi Z ada pada jumlah 47 orang dari keseluruhan 119 responden, pada kisaran 39%. Generasi Z yang mengisi kuisisioner sudah memiliki pekerjaan, meskipun sebagian kecil masih berstatus sebagai Pelajar/ Mahasiswa, karena usia minimal syarat responden yang masih dapat mengisi kuisisioner adalah 15 tahun, dimana usia tersebut merupakan usia sekolah. Hal tersebut juga tergambar pada hasil analisis korespondensi antara responden generasi Y dan Z dengan rentang usianya pada gambar 4.3., dimana responden generasi Z termuda adalah berusia 16 tahun, dan sebagian kecil responden generasi Z ada pada rentang usia di bawah 23 tahun, masih pada usia sekolah dan berkuliah.

Sebagian besar responden berdomisili di Kota Denpasar sejumlah 72 responden dari total keseluruhan 119 responden, dengan proporsi 61% dari data. Sedangkan responden yang berdomisili di wilayah Kabupaten Badung berjumlah 47 responden dari keseluruhan 119 responden, dengan proporsi 39% dari data. Sebaran domisili responden generasi Y dan Z, terlihat sebaran domisili generasi Y dan Z cukup berimbang pada daerah domisili Kota Denpasar, sedangkan responden generasi Y dengan domisili Kabupaten Badung lebih mendominasi daripada responden generasi Z.

Proses analisis kategorisasi bentuk tempat ketiga, didahului dengan penentuan tempat-tempat publik yang dipersepsikan sebagai tempat ketiga oleh responden. Nilai persepsi tempat ketiga selanjutnya disebut dengan TPM (*Third Place Meaning*) dan Non-TPM (*Non - Third Place Meaning*), diperoleh dari penjumlahan keseluruhan jawaban responden dari pertanyaan persepsional mengenai tempat publik yang paling sering dikunjungi pada waktu luang, seperti perasaan dan penilaian mengenai kenyamanan untuk berdiskusi, kondisi akomodasi, akses dari tempat tersebut yang diuraikan dalam 23 pertanyaan. Masing-masing pertanyaan tersebut berupa jawaban “Ya”, “Tidak”, dan “Tidak Tahu”. Jawaban tersebut akan diberikan skor 3 untuk

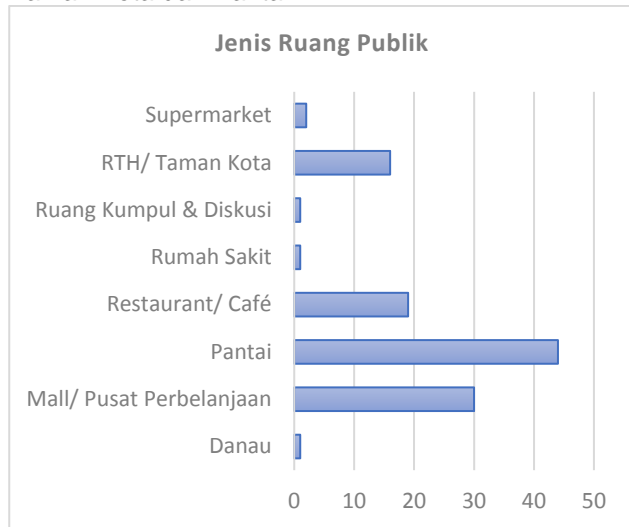
jawaban semakin positif untuk karakter tempat ketiga (*third place*), dan skor 0 untuk jawaban yang paling negatif untuk karakter tempat ketiga (*third place*), serta skor 1,5 untuk jawaban netral yaitu “Tidak Tahu”. Jawaban “Ya” tidak selalu memiliki skor 3, dan jawaban “Tidak” tidak selalu memiliki skor 0. Terutama pada pertanyaan “Apakah tempat ini hanya ditujukan untuk kalangan tertentu?” yang mengindikasikan tingkat inklusivitas dari tempat publik yang menjadi favorit responden. Bila responden menjawab “Ya” untuk pertanyaan tersebut, berarti tingkat inklusivitas dari tempat tersebut dianggap rendah, sehingga jawaban “Ya” untuk pertanyaan tersebut dinilai dengan skor 0, sebaliknya bila responden menjawab “Tidak” untuk pertanyaan yang sama, berarti tingkat inklusivitas dari tempat tersebut dianggap tinggi, sehingga jawaban “Tidak” akan dinilai dengan skor 3.

Jawaban responden untuk pertanyaan “Seberapa sering anda mengunjungi tempat ini?” memiliki pilihan jawaban yang berbeda yaitu “Sangat sering, hampir setiap hari”, “Cukup sering”, “Jarang”, “Hanya pernah sekali kunjungan”. Semakin sering responden menyatakan ke tempat publik tersebut, maka responden adalah *regular customer* yang berarti tempat publik tersebut dipersepsikan sebagai tempat ketiga (*third place*), sehingga jawaban “Sangat sering, hampir setiap hari” dinilai dengan skor 3, jawaban “Hanya pernah sekali kunjungan” dinilai dengan skor 0, jawaban “Cukup sering” dinilai dengan skor 2, sedangkan jawaban “Jarang” dinilai dengan skor 1. Jawaban-jawaban nilai persepsional tersebut akan dijumlahkan. Apabila jumlah nilai jawaban tersebut berkisar antara nilai 31 – 60 maka, data responden tersebut akan dikelompokkan pada TPM, dan akan dimasukkan dalam analisis kategorisasi bentuk tempat ketiga dan pemilihan obyek observasi. Nilai minimal TPM adalah 31, karena mean nilai jawaban persepsi tempat ketiga (total 20 pertanyaan) berkisar pada nilai jawaban 1,55, di atas nilai netral. Sedangkan apabila jumlah nilai persepsional adalah ≤ 30 , maka data akan dikelompokkan dalam kelompok Non-TPM, dan tidak akan dimasukkan dalam analisis kategorisasi bentuk tempat ketiga dan pemilihan obyek observasi.

Hasil penilaian TPM dan Non-TPM dari 119 data responden, sebanyak 5 data responden masuk dalam kelompok Non-TPM. Dengan demikian terdapat 114 data responden yang termasuk dalam kelompok TPM, sehingga memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut untuk analisis kategorisasi tempat ketiga (*third place*) dan pemilihan obyek observasi.

Berdasarkan 114 data responden, terdapat 4 jenis ruang publik dominan yang dipersepsikan sebagai tempat ketiga (*third place*), yaitu Ruang Terbuka Hijau/ Taman Kota, Restaurant/ Café, Pantai, dan Mall/ Pusat Perbelanjaan. Dari 4 jenis ruang publik sebagai tempat ketiga (*third place*) dapat dikelompokkan dalam 2 kategori besar yaitu tempat ketiga kategori “dalam bangunan/ *indoor*” dan kategori “luar bangunan/ *outdoor*”. Tempat ketiga dengan kategori “dalam bangunan/ *indoor*” adalah

Restaurant/ Café dan Mall/ Pusat Perbelanjaan, sedangkan tempat ketiga dengan kategori “luar bangunan/*outdoor*” adalah Ruang Terbuka Hijau/ Taman Kota dan Pantai.



Grafik 1. Distribusi Jenis Ruang Publik yang Tergolong dalam *Third Place Meaning*

Analisis pemilihan obyek observasi akan dipilih berdasarkan 2 kategori besar tersebut, dan tempat-tempat yang sering disebutkan oleh responden, dan 1 obyek mewakili pilihan responden dari kelompok domisili Kota Denpasar, dan 1 obyek mewakili pilihan responden dari kelompok domisili Kabupaten Badung.

Berdasarkan hasil analisis korespondensi, tempat ketiga yang banyak disebutkan oleh responden yang berdomisili di Kota Denpasar adalah Pantai Sanur, Living World Mall, Lapangan Bajra Sandhi Renon, dan Taman Kota Denpasar. Sedangkan tempat ketiga yang banyak disebutkan oleh responden yang berdomisili di Kabupaten Badung adalah Mall Bali Galeria, Beachwalk Shopping Center, Trans Studio Mall, dan Pantai Legian. Jenis ruang publik berupa Restaurant/ Café cukup banyak disebutkan oleh responden, tetapi tidak terdapat kecenderungan restaurant/ café tertentu yang dipilih oleh responden, diasumsikan karena begitu banyak bertebaran restaurant/café pada Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Ruang publik jenis restaurant/café yang berimbang disebutkan oleh responden yang berdomisili di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung adalah Café Starbucks, dengan demikian obyek observasi untuk jenis tempat ketiga Restaurant/café adalah Café Starbucks yang berdiri sendiri (tidak berada di dalam Mall/ Pusat Perbelanjaan) yang berlokasi di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Perbedaan yang cukup mencolok dari tempat ketiga yang disebutkan oleh responden Kota Denpasar dan Kabupaten Badung, adalah responden dari Kabupaten Badung sangat jarang menyebutkan tempat ketiganya pada RTH/ Taman Kota, sekalipun disebutkan, RTH/Taman Kota tersebut berada di Kota Denpasar, dengan demikian pemilihan obyek observasi untuk kategori RTH/Taman Kota hanya yang berlokasi di Kota Denpasar. Obyek – obyek observasi yang terpilih tertuang pada Tabel 2., yang berjumlah 8 obyek observasi.

Tabel 2. Tabel pemilihan obyek observasi

No.	Kategori Tempat Ketiga	Jenis Tempat Ketiga	Nama Tempat	Lokasi
1.		Mall/ Pusat Perbelanjaan	Living World Mall	Kota Denpasar
2.			Mall Bali Galeria	Kabupaten Badung
3.	Dalam ruangan/ indoor	Restaurant/Café	Starbucks Mudutaki	Kota Denpasar
4.			Starbucks Bypass Ngurah Rai	Kabupaten Badung
5.		Pantai	Pantai Sanur	Kota Denpasar
6.			Pantai Legian	Kabupaten Badung
7.	Luar ruangan/ outdoor	RTH/ Taman Kota	Lapangan Bajra Sandhi Renon	Kota Denpasar
8.			Taman Kota	Kota Denpasar

Selain untuk pemilihan obyek observasi, data perseptual dengan media kuisioner yang disebarakan secara *online* kepada responden yang merupakan Generasi Y dan Z dengan wilayah domisili di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung, juga akan digunakan sebagai bahan analisis korelasional yang akan melihat nilai korelasi antara faktor-faktor perseptual yang tertuang dalam pertanyaan kuisioner terhadap nilai persepsi makna tempat ketiga (*Third Place Meaning*). Selain itu data perseptual juga akan digunakan untuk memetakan aktivitas yang biasa dilakukan oleh responden pada tempat ketiga yang sering mereka kunjungi.

Analisis korelasional data perseptual dilakukan dengan melihat nilai korelasi antara faktor-faktor perseptual yang terkait pembentukan tempat ketiga dengan nilai skor pemaknaan tempat ketiga responden (*Third Place Meaning*). Nilai korelasi yang dikategorikan sebagai korelasi yang signifikan apabila nilai $p < 0,001$. Berdasarkan hasil analisis korelasional, didapatkan nilai korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. Tabel Nilai Korelasi Faktor Perseptual dan Mean *Third Place Meaning* (TPM)

No.	Faktor Perseptual	Nilai Korelasi dengan Mean TPM
1	Kecukupan tempat duduk	0,62
2	Adanya fasilitas lansia	0,61
3	Adanya fasilitas anak muda	0,54
4	Kesan elegan	0,53
5	Akomodasi yang beragam	0,53
6	Adanya area bermain anak	0,53
7	Adanya area khusus merokok	0,43
8	Nyaman bersosialisasi	0,42
9	Nyaman dan Santai	0,41

10	Merasa aman	0,38
11	Memberi kemudahan	0,36
12	Intensitas kunjungan/ familiarity	0,36
13	Kesan casual	0,35
14	Dapat berdiskusi santai	0,34
15	Adanya pelarangan merokok	0,33
16	Tenang	0,31
17	Area hijau yang cukup	0,27
18	Inklusif	0,26

Adapun beberapa faktor perseptual yang memiliki nilai korelasi yang tidak signifikan terhadap nilai skor persepsi pemaknaan tempat ketiga (*Third Place Meaning*), yaitu nilai $p > 0,001$ adalah faktor kemudahan akses ke tempat ketiga (*accessible*) dan faktor perasaan aman untuk datang sendiri ke tempat ketiga tersebut.

Faktor perseptual yang memiliki nilai korelasi tertinggi dengan angka korelasi 0,62 terhadap persepsi pemaknaan tempat ketiga adalah faktor kecukupan tempat duduk yang disediakan oleh ruang publik. Faktor perseptual lainnya yang memiliki nilai korelasi tinggi dengan persepsi pemaknaan tempat ketiga sebuah ruang publik antara lain adalah faktor ketersediaan fasilitas untuk lansia, fasilitas untuk anak muda, kesan elegan yang ditampilkan oleh ruang publik, keberagaman akomodasi yang disediakan pada ruang publik, serta tersedianya area bermain untuk anak, dengan nilai korelasi yang tertuang pada tabel 3.

Faktor perseptual mengenai kecukupan area hijau dan inklusivitas dari sebuah ruang publik, pada penelitian ini memiliki korelasi yang cenderung kecil dengan persepsi pemaknaan tempat ketiga. Nilai korelasi tersebut dapat dilatarbelakangi oleh perbedaan pemaknaan responden terhadap terminologi inklusif itu sendiri. Pertanyaan kuisioner untuk faktor perseptual mengenai inklusivitas adalah “Apakah tempat ini hanya ditujukan untuk kalangan tertentu?”, makna “kalangan tertentu” dapat dipersepsikan sebagai sebuah kelompok kelas ekonomi tertentu, kelompok usia, ramah untuk kaum disabilitas, dan juga komunitas – komunitas dengan minat tertentu, sehingga nilai untuk jawaban ini tidak selalu tinggi sehingga menyebabkan nilai skor mean persepsi pemaknaan tempat ketiga (*Third Place Meaning*) juga tidak selalu tinggi. Meskipun nilai faktor inklusivitas memiliki korelasi yang rendah terhadap skor persepsi pemaknaan tempat ketiga, tetapi nilai korelasi terhadap penyediaan fasilitas untuk segala usia (lansia, anak muda, dan anak-anak) cenderung tinggi di atas 0,50. Dengan demikian dalam penelitian ini, inklusifnya sebuah ruang publik sebagai tempat ketiga (*Third Place*) dimaknai oleh responden sebagai sebuah tempat yang aman dan nyaman dikunjungi oleh pengguna dari segala kelompok usia (lansia, anak muda, anak-anak).

Nilai korelasi yang tinggi antara ketersediaan fasilitas untuk segala kelompok usia (lansia, anak muda, dan anak-anak) terhadap persepsi pemaknaan tempat ketiga kemungkinan juga dipengaruhi oleh faktor

dengan siapa biasanya mereka mengunjungi tempat ketiga tersebut. Analisis korespondensi juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran dengan siapa responden generasi Y dan Z mengunjungi tempat ketiga.

Hasil analisis korespondensi menunjukkan bahwa responden pada kelompok generasi Y lebih sering mengunjungi tempat ketiga dengan pasangan atau keluarga, dan cenderung sedikit yang menjawab mengunjungi tempat ketiga sendirian dan juga dengan rekan kerja. Respon untuk pertanyaan yang sama dari responden kelompok generasi Z memberikan hasil yang cukup berbeda dari kelompok generasi Y, dimana responden generasi Z mengunjungi tempat ketiga sendirian, dengan pasangan/ keluarga, dan dengan rekan kerja cenderung digambarkan dengan proporsi yang hampir berimbang. Terkait dengan hasil analisis korespondensi ini, bila dikaitkan dengan gambaran responden yang didominasi oleh responden dari kelompok generasi Y (sekitar 61%), sehingga tempat ketiga yang menjadi pilihan dari responden generasi Y memang mengutamakan adanya fasilitas yang dapat dinikmati oleh seluruh keluarga (lansia, anak muda, dan anak-anak).

Pemetaan aktivitas responden pada ruang-ruang publik yang menjadi tempat ketiga bagi mereka, pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan analisis korespondensi antara 4 kategori ruang publik tempat ketiga terbanyak yang disebutkan responden dengan variasi aktivitas mereka lakukan di tempat tersebut. Hasil analisis korespondensi tersebut dituangkan pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Tabel pemetaan aktivitas ruang publik tempat ketiga

No	Kategori Ruang Publik Third Place	Aktivitas	Persentase Jawaban
1	Mall/ Pusat Perbelanjaan	Makan & minum	23,28%
		Mengobrol santai	22,41%
		Menjelajah tempat	17,24%
		Mengamati perilaku orang lain	12,07%
		Menggunakan laptop/tablet/handphone	7,76%
		Offline meeting	6,90%
		Online meeting	3,45%
2	Pantai	Mengobrol santai	25%
		Makan & minum	20,24%
		Mengamati perilaku orang lain	16,67%
		Menjelajah tempat	16,67%
		Membaca	7,14%
3	Restaurant/ Café	Menggunakan laptop/tablet/handphone	2,38%
		Makan & minum	19,54%
		Mengobrol santai	17,24%
		Menggunakan laptop/tablet/handphone	13,79%
		Belajar	8,05%
		Membaca	8,05%
		Meeting online	6,90%
Mengamati perilaku orang lain	6,90%		

4	RTH/ Taman Kota	Menulis	5,75%
		Menjelajah tempat	3,45%
		Mengobrol santai	18,88%
		Makan & minum	18,87%
		Menjelajah tempat	16,98%
		Mengamati perilaku orang lain	13,21%
		Olahraga	9,43%
Membaca	3,77%		

Berdasarkan hasil analisis korespondensi antara kategori ruang publik dengan aktivitas yang biasa dilakukan responden pada ruang publik tersebut, terlihat bahwa aktivitas “mengobrol santai” dan aktivitas “makan dan minum” selalu menjadi salah satu dari 3 aktivitas yang paling banyak dilakukan oleh responden pada 4 kategori ruang publik tempat ketiga yang paling sering dikunjungi responden generasi Y dan generasi Z. Keempat kategori ruang publik yang paling banyak dimaknai sebagai tempat ketiga oleh responden berfungsi sesuai dengan fungsi dari konsep tempat ketiga yaitu sebagai tempat untuk bersosialisasi atau berinteraksi secara sosial (Oldenburg, 1989; Mehta & Bosson, 2010; Iranpanah dkk, 2022). Aktivitas makan dan minum sering diasosiasikan sebagai aktivitas yang memberi relaksasi dan mendukung terjadinya interaksi sosial, seperti penelitian yang dilakukan oleh Mehta dan Bosson (2010). Aktivitas yang juga hampir selalu muncul hampir pada keempat kategori ruang publik adalah aktivitas “menggunakan laptop/tablet/handphone”, meskipun tidak menjadi 3 aktivitas yang paling banyak dilakukan responden pada masing-masing kategori ruang publik. Aktivitas ini merupakan aktivitas yang sudah sangat lekat dengan kehidupan generasi Y dan generasi Z secara keseluruhan, dan aktivitas ini mungkin juga dapat diasosiasikan sebagai aktivitas relaksasi terutama untuk generasi Y dan generasi Z.

Aktivitas “menjelajah tempat” juga menjadi salah satu dari 3 aktivitas terbanyak yang dilakukan responden pada kategori ruang publik mall/ pusat perbelanjaan, pantai, dan ruang terbuka hijau/ taman kota. Apabila hasil pemetaan aktivitas ini dikaitkan dengan hasil analisis korelasi, dimana faktor kecukupan area hijau pada ruang publik tempat ketiga ditunjukkan dengan nilai korelasi yang tergolong rendah terhadap skor persepsi pemaknaan tempat ketiga pada tabel 3. Pentingnya area hijau pada tempat ketiga seperti yang disebutkan dalam penelitian – penelitian sebelumnya (Iranpanah dkk, 2022; Persson, 2022; T.A.K, 2022) tidak hanya terkait kecukupan luasan, tetapi merujuk pada penataan lansekap atau ruang luar yang menarik minat pengguna serta memudahkan pengguna untuk menjelajah dan mengeksplorasi ruang publik tempat ketiga tersebut.

Korelasi hasil analisis data perseptual dengan karakter fisik dari obyek observasi ruang publik tempat ketiga (*third place*)

Nilai korelasi yang tinggi (0,62) antara faktor perseptual kecukupan tempat duduk dengan skor persepsi pemaknaan tempat ketiga dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada 8 obyek observasi, didapatkan hasil bahwa 6 obyek observasi

yaitu Living World Mall, Mall Bali Galeria, Pantai Sanur, Pantai Legian, Lapangan Bajra Sandhi dan Taman Kota Lumintang menyediakan area duduk yang dapat diakses publik secara gratis. Akses area duduk gratis tidak berlaku pada 2 obyek lainnya yaitu Starbucks By Pass Ngurah Rai dan Starbucks Mudutaki. Meskipun berdasarkan hasil analisis distribusi pada grafik 1 menunjukkan bahwa ruang publik tempat ketiga kategori Restaurant/Café adalah jawaban ketiga terbanyak, dan RTH/ Taman Kota adalah jawaban keempat terbanyak, varian Restaurant/Café yang menjadi favorit responden sangat beragam, tentunya karakter pelayanan fasilitas dari masing-masing restaurant/café sangat beragam pula sehingga sistem penyediaan fasilitas yang dinikmati secara gratis juga berbeda.

Berdasarkan keterkaitan hasil analisis data perseptual dan analisis data observasi, maka dapat dikatakan bahwa faktor pembentuk tempat ketiga yang dikemukakan oleh Oldenburg (1989) yaitu tempat ketiga adalah tempat yang menyediakan akomodasi secara gratis dan mudah diakses oleh publik, terwujud dalam penyediaan area duduk yang dapat dinikmati oleh seluruh pengunjung tanpa harus membayar, yang merupakan salah satu karakteristik penting untuk meningkatkan persepsi pemaknaan tempat ketiga pada ruang publik.



Gambar 1. Area duduk gratis yang disediakan pada Mall Bali Galeria (atas) dan Living World Mall (bawah)

Hal tersebut tidak sama dengan penyediaan akomodasi lainnya seperti fasilitas makan dan minum, dimana pengguna harus membayar akomodasi tersebut untuk dapat menikmatinya. Akan tetapi, meskipun tidak tersedia secara gratis, berdasarkan hasil analisis korelasi antara faktor perseptual keberagaman akomodasi dengan skor persepsi pemaknaan tempat ketiga juga memiliki korelasi yang cukup tinggi pada angka 0,53, sehingga dapat dikatakan bahwa keberagaman akomodasi merupakan salah satu kebutuhan dari responden (generasi Y dan Z) yang meskipun tidak disediakan secara gratis, hal itu tidak menjadi masalah bagi mereka, seperti misalnya akomodasi yang disediakan oleh Mall/ pusat perbelanjaan yang memang

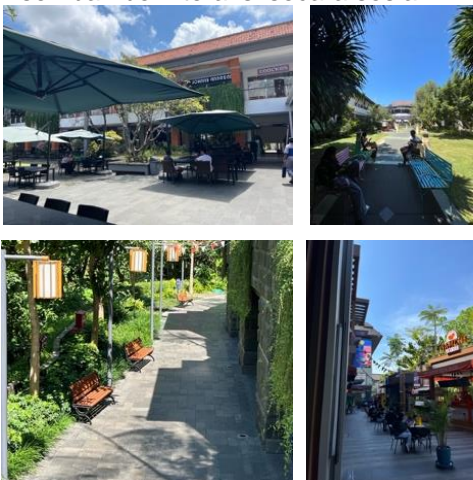
merupakan ruang publik komersial dan beberapa akomodasi yang ada pada ruang publik non – komersial seperti Pantai. Akomodasi untuk berbagai kelompok usia umumnya disediakan secara gratis pada ruang-ruang publik non – komersial seperti ruang terbuka hijau atau taman kota seperti menyediakan arena bermain anak secara gratis.



Gambar 2. Arena bermain anak gratis pada Taman Kota Lumintang

Furniture kursi pada area tempat duduk yang disediakan pada ruang-ruang publik tempat ketiga memiliki dimensi lebar tempat duduk rata-rata adalah 40 – 53 cm, dimana ukuran lebar ini merupakan ukuran yang sesuai dengan standar kenyamanan tempat duduk, dengan tinggi dudukan kursi dengan ukuran 37 – 50 cm. Pada obyek observasi mall, pantai dan ruang terbuka hijau terdapat 2 jenis pengaturan area duduk yang disediakan gratis, yaitu area duduk berupa rangkaian kursi dan meja, dan jenis rangkaian area duduk yang kedua adalah berupa kursi saja atau berupa kursi taman panjang/ *bench*.

Dengan 2 jenis rangkaian furniture di atas, hasil observasi menunjukkan bahwa pengguna cenderung lebih banyak menggunakan rangkaian furniture yang terdiri dari kursi dan meja. Hal ini dapat terkait dengan aktivitas yang dilakukan oleh pengguna pada ruang publik tempat ketiga sesuai hasil analisis korespondensi pada tabel 4 dimana aktivitas makan dan minum merupakan salah satu dari 3 aktivitas terbanyak yang dilakukan responden pada hampir keempat kategori ruang publik tempat ketiga. Rangkaian furniture yang terdiri dari meja dan kursi lebih sesuai atau lebih memenuhi kebutuhan pengguna untuk melakukan aktivitas makan dan minum sembari berinteraksi secara sosial.



Gambar 3. Perbandingan jumlah pengguna pada rangkaian furniture kursi dan meja, dengan pengguna *bench*

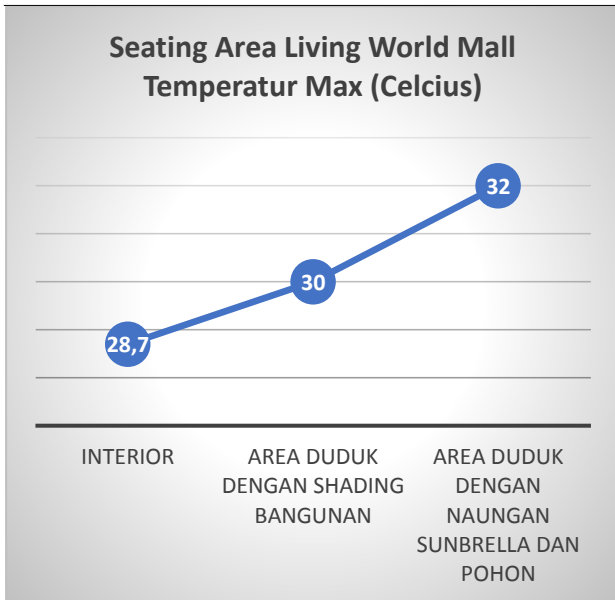
Pada obyek observasi restaurant/café, jenis-jenis pengaturan furniture lebih beragam, dan lebih banyak menyediakan kursi yang memiliki bantalan (*cushiony*) dibandingkan kursi pada area duduk di 3 kategori ruang publik lainnya (mall, pantai, ruang terbuka hijau). Selain model kursi yang lebih beragam, model meja yang disediakan juga beragam, seperti disediakan model *coffee table* yaitu meja dengan ketinggian yang hampir sama dengan ketinggian bantalan kursi terhadap lantai (39 – 45 cm), hingga meja dengan ketinggian menyerupai meja bar (tinggi 90 cm).

Varian furniture yang lebih beragam ini memang sesuai dengan aktivitas - aktivitas yang dilakukan pada kategori ruang publik Restaurant/ café yang tertuang pada tabel 4, dimana selain mengobrol santai serta makan dan minum, aktivitas menggunakan laptop/tablet/ handphone merupakan 3 aktivitas terbanyak yang dilakukan responden. Selain itu ada pula aktivitas yang membutuhkan kenyamanan duduk lebih lama seperti belajar, menulis, *online meeting*, *offline meeting* sehingga kursi dengan bantalan sangat dibutuhkan. Kegiatan mengobrol santai juga terbantu dengan adanya meja tipe *coffee table*, sehingga meja sangat tidak menghalangi secara visual ketika pengguna sedang berdialog, demikian pula dengan meja dengan ukuran hampir setinggi meja bar, cenderung digunakan oleh pengunjung yang ingin melakukan dialog lebih intens seperti melakukan *offline meeting* (gambar 4).



Gambar 4. Meja dengan ketinggian meja bar pada Starbucks By Pass Ngurah Rai

Peletakan area duduk juga penting untuk pertimbangan pencahayaan (*shelter*), yang berfungsi menjaga temperatur lingkungan supaya tetap nyaman bagi pengguna. Hal ini terlihat dari hasil observasi di Living World Mall, dimana area duduk gratis diletakkan pada 3 zona area, yaitu di bagian dalam/ interior bangunan, bagian ruang luar pada area pembayangan bangunan, serta pada bagian ruang luar dengan naungan *sunbrella* dan pohon peneduh. Hasil pengukuran temperatur pada masing-masing area dijelaskan pada grafik 2 di bawah ini:



Grafik 2. Kondisi temperatur lingkungan area duduk gratis Living World Mall

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dikatakan bahwa area duduk pada ruang luar dengan pembayangan bangunan (*shading*) kondisi temperaturnya lebih rendah dibandingkan area duduk ruang luar yang dinaungi oleh sunbrella dan pohon peneduh. Temperatur maksimum pada area duduk di pembayangan bangunan adalah 30 °C, yang mana temperatur ini masing di bawah ambang atas kenyamanan termal kategori hangat nyaman yaitu 31°C menurut standar tata cara perencanaan teknis konservasi energi pada bangunan gedung (Talarosha, 2005), sedangkan area duduk pada area duduk ruang luar yang dinaungi oleh sunbrella dan pohon peneduh kondisi temperatur maksimum ada pada 32 °C, dimana sudah melebihi ambang atas kategori hangat nyaman. Perilaku pengguna yang muncul akibat kondisi tersebut adalah banyak pengguna lebih memilih untuk duduk pada area duduk yang terkena pembayangan bangunan.



Gambar 5. Perilaku pengguna yang lebih memilih duduk pada area pembayangan bangunan di Living World Mall. Perilaku yang serupa juga muncul pada obyek observasi lainnya seperti pada Mall Bali Galeria, dimana pengguna lebih memilih duduk di area

naungan sunbrella dan duduk di bench pada area pembayangan bangunan dibandingkan pada area bench tanpa naungan, demikian pula halnya dengan area duduk pada obyek observasi Lapangan Bajra Sandhi.

Data kebisingan yang diperoleh pada seluruh obyek observasi dengan mengambil sampel masing-masing pada waktu-waktu sepi dan waktu-waktu ramai dengan pengunjung didapatkan hasil seperti yang tertuang pada tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5. Tabel Tingkat Kebisingan pada Obyek Observasi

No.	Obyek Observasi	Tingkat kebisingan (dbA)
1	Living World Mall	50,7 - 61,4
2	Mall Bali Galeria	50,3 - 62
3	Starbucks Mudutaki	59 - 60,2
4	Starbucks By Pass	59 - 60,2
5	Pantai Sanur	30 - 75
6	Pantai Legian	52 - 75
7	Lapangan Bajra Sandhi	45 - 95
8	Taman Kota Lumintang	30 - 85

Berdasarkan data tabel kebisingan di atas hampir sebagian besar ruang publik tempat ketiga yang menjadi obyek observasi memiliki tingkat kebisingan di atas baku tingkat kebisingan 50 dbA (Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup 1996, dalam Widodo dkk, 2022), hanya pada beberapa obyek observasi yang memiliki tingkat kebisingan minimum di bawah 50 dbA seperti Pantai Sanur, Lapangan Bajra Sandhi, dan Taman Kota Lumintang. Akan tetapi tingkat kebisingan maksimum pada ketiga tempat tersebut cenderung lebih tinggi dari obyek tempat lainnya berkisar antara 75 – 95 dbA. Tingkat kebisingan kategori tinggi yang muncul pada kondisi obyek ruang publik tempat ketiga bisa dikatakan merupakan konsekuensi dari sebuah ruang publik. Namun, kebisingan tersebut kemungkinan tidak terlalu memberikan dampak kepada pengguna ruang publik tempat ketiga, karena bila dikaitkan dengan hasil analisis korelasi pada tabel 2, faktor perseptual ketenangan memiliki korelasi rendah – sedang dengan skor persepsi pemaknaan tempat ketiga pada angka 0,31. Dengan melihat angka ini, dapat dikatakan bahwa ketenangan tidak selalu menjadi kebutuhan penting seseorang saat mengunjungi ruang publik tempat ketiga.

Kesan elegan tidak selalu dikaitkan dengan kemewahan atau kemegahan, tetapi pada kerapian dan terorganisirnya bentuk-bentuk lingkungan binaan, dalam hal ini adalah ruang publik tempat ketiga. Pada obyek observasi dengan kategori mall/pusat perbelanjaan, pantai dan taman kota, kesan elegan dimunculkan dengan penataan koridor-koridor atau jalur-jalur pejalan kaki yang berukuran lebar berkisar antara 1,5 – 6,8 meter, terutama pada ruang luar. Dalam hal ini pula tata ruang luar menjadi memiliki peranan penting dalam menghadirkan kesan elegan, serta persepsi kemudahan dengan

pengaturan *hardscape* dan *softscape*. Pengaturan tersebut akan meningkatkan kerapian pada lingkungan ruang publik tempat ketiga.



Gambar 6. Penataan jalur pejalan kaki pada Pantai Sanur. Kesan elegan yang ditampilkan oleh ruang publik tempat ketiga dalam kategori indoor yaitu mall/pusat perbelanjaan dan restaurant/ café juga ditunjukkan dengan pemilihan material dan warna-warna yang natural atau mendekati warna material alam, seperti warna bata, kayu dan batu alam. Selain itu, khususnya pada ruang publik mall/pusat perbelanjaan, penataan ruang luar yang dinamis dengan melibatkan elemen air juga lebih menarik minat pengunjung untuk “menjelajah tempat”, yang mana aktivitas ini adalah salah satu dari empat aktivitas terbanyak yang dilakukan responden pada ruang publik tempat ketiga.

Faktor perseptual mengenai kemudahan memiliki nilai korelasi yang sedang dengan skor persepsi pemaknaan tempat ketiga pada angka 0,36. Faktor kemudahan yang didapatkan dari hasil observasi antara lain adalah kemudahan dalam mengenali tempat, pada faktor permeabilitas dari fasad, dan juga signage. Khususnya untuk ruang publik indoor seperti mall/ pusat perbelanjaan dan restaurant/café, permeabilitas fasad yang tinggi menjadi karakter fisik penting untuk meningkatkan kemudahan pengguna mengenali tempat dan memahami fungsinya. Permeabilitas dari fasad juga didukung dengan signage bangunan yang berukuran besar dan solid. Tingkat permeabilitas fasad bangunan ditentukan oleh persentase penggunaan material transparan seperti kaca pada bagian fasad.



Gambar 7. Tingkat permeabilitas fasad bangunan Mall dan Cafe

Faktor kemudahan juga berkaitan dengan personalisasi elemen ruang. Perilaku personalisasi pengguna ruang publik terlihat pada beberapa obyek observasi yaitu di Pantai Legian – Kuta, dan Lapangan Bajra Sandhi. Pada obyek tersebut, pengguna duduk pada area yang sebenarnya tidak didesain secara khusus sebagai area duduk, tetapi karena tempat tersebut masih dirasa nyaman secara ukuran, berada pada naungan sehingga temperaturnya masih nyaman, dan mudah meletakkan barang bawaan atau makanan/minuman, serta dapat membatasi teritori diri sendiri maupun kelompok seperti yang ditunjukkan pada gambar 8 di bawah ini:



Gambar 8. Personalisasi area duduk oleh pengguna

KESIMPULAN

Penelitian ini dapat menyimpulkan beberapa hal yang terkait dengan perencanaan dan perancangan sebuah ruang publik yang dapat dimaknai sebagai sebuah tempat ketiga (*third place*) khususnya oleh generasi Y dan Z yang berdomisili di wilayah Denpasar – Badung. Pertama, bahwa faktor perseptual mengenai ketercukupan tempat duduk memiliki nilai korelasi tertinggi dengan skor persepsi pemaknaan tempat ketiga, diikuti dengan faktor penyediaan akomodasi dan fasilitas yang dapat dinikmati oleh segala usia (lansia, anak muda, dan anak-anak). Dengan demikian, perencanaan sebuah ruang publik untuk dapat dimaknai sebagai sebuah tempat ketiga (*third place*), khususnya dalam penelitian ini oleh generasi Y dan Z yang berdomisili di wilayah Denpasar – Badung, harus mempertimbangkan penyediaan tempat duduk yang dapat digunakan secara gratis oleh pengguna dan menyediakan akomodasi serta fasilitas yang dapat dinikmati oleh segala usia.

Kedua, pencahayaan yang baik pada area duduk ruang luar sangat berperan penting dalam menciptakan kenyamanan termal bagi pengguna ruang publik tempat ketiga. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa area duduk ruang luar yang dinaungi oleh pembayangan bangunan lebih efektif menciptakan kenyamanan termal dibandingkan dinaungi hanya oleh sunbrella maupun pohon peneduh, dengan temperatur di bawah ambang batas hangat nyaman 31°C. Dengan demikian, untuk perencanaan peletakan area duduk ruang luar pada ruang publik tempat ketiga sebaiknya dilakukan dengan simulasi terlebih dahulu untuk dapat memperkirakan arah pembayangan bangunan, sehingga menghasilkan peletakan area duduk yang nyaman digunakan oleh pengguna sekalipun pada kondisi lingkungan luar yang paling panas (iklim tropis).

Ketiga, kerapian penataan koridor dan jalur-jalur pedestrian pada ruang publik tempat ketiga *outdoor* (pantai dan ruang terbuka hijau), serta permeabilitas fasad khususnya pada ruang publik tempat ketiga *indoor* (mall dan cafe) dapat meningkatkan persepsi kemudahan dalam pengenalan tempat ketiga. Kesan

elegan pada ruang publik tempat ketiga dapat diwujudkan dengan penampilan tekstur dan material alami, serta penataan ruang luar yang dinamis seperti melibatkan adanya *water features*/ unsur air. Personalisasi pengguna terkait dengan persepsi kemudahan dalam hal menemukan area duduk dengan temperatur yang nyaman dan mudah untuk membuat teritori bagi diri sendiri dan kelompok.

Penelitian ini menghasilkan beberapa hal yang masih bersifat global, sehingga dalam penelitian selanjutnya, hasil-hasil penelitian ini perlu untuk dikaji kembali secara spesifik beberapa karakter fisik yang penting dalam perancangan ruang publik sebagai tempat ketiga. Seperti mengkaji penataan area duduk yang dalam penelitian ini tergambarkan sebagai faktor terpenting dalam keberhasilan pemaknaan tempat ketiga oleh pengguna generasi Y dan Z di wilayah Denpasar – Badung. Dalam pengkajian penataan area duduk pada ruang publik untuk penelitian selanjutnya dirasa perlu dilakukan analisis *Space Syntax* untuk mengkaji ketepatan peletakan area duduk dari aspek sirkulasi dan visibilitas pengguna, serta simulasi pembayangan naungan (bangunan sekitar dan pohon peneduh) dengan bantuan *software*, yang mana hasil simulasi ini juga akan dibuktikan secara nyata melalui observasi lapangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada Fakultas Teknik dan LPPM Universitas Udayana atas pendanaan PNBPN UNUD tahun anggaran 2024 skim Penelitian Unggulan Program Studi, sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Crick, Anne.P., (2011). "Rethinking Oldenburg: Third Places and Generation Y in a Developing Country Context". International CHRIE Conference-Refereed Track. 7. https://scholarworks.umass.edu/refereed/ICHRIE_2011/Friday/7
- Fitriyadewi, L.P.W. & Suarya, L.M.K.S. (2016). Peran Interaksi Sosial Terhadap Kepuasan Hidup Lanjut Usia. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(2), 332-341
- Iranpanah, A. Charehjoo, F. & Ketabollahi, K. (2022). An Analysis of Indicators Affecting the Creation of the Third Place Using an Evidence-Based Approach (Case Studies: Mellat and Didgah Park/ Hills in Sanandaj city). *Bagh-e Nazar*, 19(115), 67-80. DOI: 10.22034/BAGH.2022.330893.5133
- Jeffres, L. W., Bracken, C. C., Jian, G., & Casey, M. F. (2009). The impact of third places on community quality of life. *Applied Research in Quality of Life*, 4, 333-345. doi:10.1007/s11482-009-9084-8
- Mehta, V. & Bosson, J.K. (2010). Third Places and The Social Life of Streets. *Environment and Behavior*, 42(6), 779-805. DOI: 10.1177/0013916509344677
- Nadizti, F., Hanan, H., & Syamwil, I.B. (2020). Spatial Experience for Third Places in Digital Era. *Atlantis Press : Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, Vol. 602. <https://www.atlantispress.com/proceedings/artepolis-20/125964878>

- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place*. New York: Marlowe & Company
- Persson, Johan. (2022). *The Third Places of Lund : A Study of Post Pandemic Gathering*. Master Thesis, Malmo University. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1665669/FULLTEXT01.pdf>
- Susanti, A. & Natalia, T.W. (2018). Public Space Strategic Planning Based on Z Generation Preferences. In *IOP Conference Series : Materials Science and Engineering*. <http://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012076>
- Susanti, A. Dewi, P.S.T. & Putra, I.W.Y.A. (2021). Desain Interior *Coffee Shop* di Denpasar dan Loyalitas Konsumennya: Generasi Y dan Z. *Waca Cipta Ruang: Jurnal Ilmiah Desain Interior*, 7(1), 1-17. doi10.34010/WCR.V7I1.4383
- Swapan, Abu Yousuf. (2013). 'Third Place'- an Urban Regeneration Strategy. In *Proceedings International Conference on Engineering, Research, Innovation, and Education (ICERIE)*. https://www.researchgate.net/publication/273948851_'Third_Place'-an_Urban_Regeneration_Strategy
- T.A.K, A.R. (2022). Karakter Spasial Ruang Publik sebagai Tempat Ketiga (Studi Kasus: Pasar Seni dan Wisata Gabusan). *RUAS* 20 (1), 98-108. DOI: 10.21776/ub.ruas.2022.020.01.10
- Talarosha, B. (2005). Menciptakan Kenyamanan Thermal dalam Bangunan. *Jurnal Sistem Teknik Industri* 6 (3), 148-158.
- Widodo, S. Dwangga, M. Manaf, M. Salam, R.A. Agustiar, I. (2022). Tinjauan Tingkat Kebisingan Terhadap Kenyamanan Pengunjung pada Kawasan Ruang Terbuka Publik Alun - alun Aimas Kabupaten Sorong. *Jurnal Rekayasa Lingkungan* 22 (2). 1-11.