

# KESESUAIAN RUANG PUBLIK DI DKI JAKARTA SEBAGAI RUANG KETIGA DI ERA DIGITAL

Firmansyah Bachtiar<sup>1</sup>, VG Sri Rejeki<sup>2</sup>, Riandy Tarigan<sup>3</sup>,  
Antonius Ardiyanto<sup>4</sup>, Albertus Sidharta Muljadinata<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Doktor Arsitektur, Konsentrasi Arsitektur Digital, Unika Soegijapranata

<sup>1</sup>Program Studi Arsitektur Universitas Tanri Abeng

Surel: <sup>1</sup> [firmansyah.bachtiar@tau.ac.id](mailto:firmansyah.bachtiar@tau.ac.id)

Vitruvian vol 12 no 2 Februari 2023

Diterima: 14 01 2023 | Direvisi: 05 02 2023 | Disetujui: 13 02 2023 | Diterbitkan: 28 02 2023

## ABSTRAK

Ruang Ketiga (*Third Place*) merupakan ruang interaksi sosial yang berada di antara Ruang Pertama (rumah) dan Ruang Kedua (tempat kerja). Pada era digital, Ruang Ketiga mulai mengalami transformasi yang mempengaruhi aktifitas dan ruang yang terbentuk di dalamnya. Narasi Ruang Ketiga muncul di DKI Jakarta untuk mendefinisikan beberapa ruang publik kota yang populer dikunjungi oleh warga karena daya tarik arsitektur atau aktivitasnya. Penelitian ini dilakukan untuk menelaah berbagai Ruang Ketiga yang dinarasikan oleh media, kemudian melihat kesesuaiannya dengan teori Ruang Ketiga Oldenburg dan perbedaan karakternya di era digital. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deduktif, dengan mengelaborasi karakteristik Ruang Ketiga Oldenburg yang dipadukan dengan temuan dari penelitian oleh Memarovic dan Simões Aelbrecht untuk melihat perkembangan Ruang Ketiga dalam konteks ruang publik kota pada era digital. Analisis dilakukan melalui persandingan elemen-elemen karakteristik Ruang Ketiga pada tujuh lokasi yang populer dinyatakan sebagai Ruang Ketiga di DKI Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ruang Ketiga di Jakarta adalah ruang yang berperan lebih sebagai ruang untuk menarik minat warga berkunjung karena kebutuhan eksistensi digital. Hal ini berbeda dengan karakteristik Ruang Ketiga Oldenburg yang lebih berperan sebagai ruang yang mendorong terjadinya komunikasi intensif dan intim antar pengunjung. Hasil temuan ini dapat menjadikan pijakan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pencirian ulang terhadap Ruang Ketiga dalam konteks ruang publik kota dan kaitannya dengan perubahan gaya hidup digital di masyarakat.

**Kata Kunci:** ruang ketiga, perkotaan, ruang publik, era digital

## ABSTRACT

*The Third Place is a space for social interaction between the First Place (home) and the Second Place (workplace). In the digital age, Third Place begins to experience a transformation that affects the activities and spaces that are formed within it. Third Place narrative was raised in DKI Jakarta to define public spaces that are popularly visited by residents because of their architectural attractiveness or activities. This research was conducted to analyze various Third Places narrated by the media, then to observe their suitability with Oldenburg's Third Place theory and its transformation in the digital era. This research was conducted using a qualitative research method through a deductive approach, by elaborating the characteristics of Oldenburg Third Place combined with findings from research by Memarovic and Aelbrecht to see the development of Third Place in the context of digital lifestyle and contemporary urban public space. The analysis is carried out by comparing the characteristic of the Third Place at seven popular locations that are declared as the Third Place in DKI Jakarta. The results of the study show that the Third Place in DKI Jakarta is a place that acts more as a space to attract residents to visit because of the need for digital existence. This is different from the characteristics of Oldenburg Third Place which encourages intensive and intimate communication between visitors. The results of these findings can serve as a basis for further research regarding the re-characterization of the Third Place in the context of urban public space and its relation to the impact of digital lifestyles in society.*

**Keywords:** *third place, urban, public space, digital age.*

## PENDAHULUAN

Ruang publik kota adalah salah satu elemen kota yang menjadi ruang untuk interaksi warga dan berperan dalam keberlanjutan kota. Ruang publik diperlukan untuk menciptakan suatu lingkungan urban yang aman, mudah dikunjungi dan berkelanjutan (Schmidt & Németh, 2010). Ruang publik dalam suatu kota dapat hadir dalam berbagai wujud, seperti jalan, lapangan, taman dan lain-lain (Mulyandari, 2011). Sebuah ruang publik dapat menampung berbagai aktivitas sosial dan interaksi yang ada, dan diharapkan dapat memberikan kesenangan kepada seluruh warga tanpa kerkecuali (Rahmiati, 2017). Secara umum, ada suatu keterkaitan antara ruang kota dan masyarakat. Hubungan antara manusia dan ruang dalam kota dapat dideskripsikan dalam frase: manusia menciptakan ruang dan di waktu yang bersamaan kualitas dari ruang tersebut juga berpengaruh pada karakter manusianya (Siláči & Vitková, 2017). Aktivitas sosial kota mencakup komunikasi manusia dalam ruang kota, sehingga aktivitas sosial dapat berupa kontak pasif seperti melihat dan mendengar orang-orang, dan juga dapat memunculkan kontak aktif seperti bertukar salam dan pembicaraan singkat dalam suatu ruang kota (Gehl, 2010)

Ruang publik kota di DKI Jakarta dapat dilihat dalam berbagai bentuk, dimana jenis pengembangan yang menonjol pada beberapa waktu belakang ini adalah dalam bentuk taman, bangunan publik, infrastruktur dan fasilitas pejalan kaki. Taman-taman kota di DKI Jakarta dikembangkan sebagai Ruang Ketiga untuk tempat bersosialisasi warga (Goenawan, 2019). Penataan jalur pedestrian di DKI Jakarta juga diklaim sebagai penciptaan ruang untuk mendukung konsep Ruang Ketiga (Khumaini, 2019). Sebagaimana dikemukakan oleh Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan, bahwa pengembangan ruang kota diarahkan untuk membentuk ruang ketiga, yaitu ruang sebagai tempat interaksi warga (Dwi Setyaningsih, 2022).

Namun, apakah ruang ketiga itu sendiri? Jika menilik pada definisi yang dikemukakan oleh Ray Oldenburg, maka Ruang Ketiga adalah ruang diantara Ruang Pertama (tempat tinggal) dan Ruang Kedua (tempat bekerja), yang digunakan sebagai tempat bersosialisasi dan berkomunikasi secara informal, dalam suasana ruang yang nyaman seperti layaknya rumah (Oldenburg, 1989). Dalam pengertian Oldenburg, ruang

ketiga ini dapat berupa *café*, *barber shop*, pasar, gereja, perpustakaan dan lainnya (Oldenburg, 2001).

Ruang Ketiga sendiri dapat dilihat dari sudut pandang pengunjungnya, yaitu melihat kedudukan *place*/ruang berdasarkan makna yang dialami oleh individu dikategorikan sebagai *place-as-practical* (kebutuhan ruang sesuai fungsi utamanya), *place-as-gathering* (kebutuhan ruang sebagai tempat berkumpul), *place-as-home* (kebutuhan ruang karena unsur emosional) (Oldenburg, 1989). Ruang Ketiga sebagai ruang sosial dalam perkembangannya juga dilihat sebagai ruang untuk pengunjung tidak hanya berinteraksi sosial secara aktif namun juga secara pasif dengan orang yang tidak dikenal (Simões Aelbrecht, 2016). Seiring dengan perkembangan teknologi digital, Ruang Ketiga mulai mengalami beberapa perubahan karakteristik. Ketika perkembangan *Information and Communications Technology (ICT)* telah memudahkan komunikasi manusia dari segala penjuru dunia, muncul pertanyaan apakah ruang kota untuk bertemu secara fisik masih diperlukan? (Gehl, 2010).

Di tengah serbuan teknologi, kebutuhan untuk bertemu sosial secara fisik masih terlihat, dan yang terjadi adalah tren perpaduan komunikasi fisik dan virtual yang terjadi secara bersamaan di ruang kota. (Memarovic et al., 2014). Ruang fisik masih tetap penting di era digital, dimana perbincangan tatap muka masih menjadi esensi yang penting meskipun secara bersamaan, penggunaan perangkat digital dan interaksi visual juga terjadi bersamaan di ruang fisik tersebut (Nadiziti, Hanan, & Syamwil, 2021). Kebutuhan akan ruang sosial juga dapat muncul dari suatu komunitas yang terbentuk secara digital, dan kemudian pada akhirnya mencari ruang untuk berinteraksi secara fisik (Hadi & Ellisa, 2019).

Penelitian ini dilakukan antara lain untuk mengidentifikasi kembali berbagai narasi mengenai ruang ketiga di Jakarta yang disampaikan oleh pemangku kepentingan di DKI Jakarta dan telah dikutip dan dipublikasikan oleh berbagai media. Pada dasarnya suatu Ruang Ketiga memiliki kriteria-kriteria spesifik yang dapat menentukan suatu ruang dapat dikategorikan sebagai Ruang Ketiga seperti menurut teori Oldenburg atau penelitian-penelitian lain yang mengikutinya. Kesesuaian karakteristik lokasi yang

dinyatakan sebagai Ruang Ketiga di DKI Jakarta perlu ditelaah lebih lanjut untuk mengetahui kesesuaian pemaknaan dengan teori serta kondisi Ruang Ketiga untuk mendukung budaya hidup digital pada suatu ruang publik kota. Temuan yang dihasilkan juga dapat menjadi dasar untuk melakukan redefinisi makna dan karakteristik Ruang Ketiga di era digital untuk ke depannya.

## METODOLOGI

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif melalui pendekatan deduktif dengan mengelaborasi karakteristik Ruang Ketiga menurut teori Oldenburg (1989) yang disesuaikan dengan temuan yang didapat dari pengamatan terhadap lokasi-lokasi ruang publik yang dinyatakan sebagai Ruang Ketiga di DKI Jakarta. Selain teori Oldenburg, temuan diarahkan dapat melihat konteks Ruang Ketiga yang aktivitas dan interaksi sosialnya saat ini dipengaruhi oleh budaya hidup di era digital.

Pemilihan lokasi kasus studi didasarkan atas hasil pencarian melalui *search engine* Google terhadap frase Ruang Ketiga di DKI Jakarta. Nama lokasi yang muncul ditelaah dan dipilih sesuai kategori yaitu terwakili oleh kemunculan pada lebih dari satu berita pada media nasional yang kredibel. Lokasi-lokasi yang dinyatakan sebagai Ruang Ketiga tersebut lalu diidentifikasi dan dilakukan observasi langsung untuk melihat kesesuaian dengan Ruang Ketiga menurut teori Oldenburg dan kemunculan karakteristik spesifik terkait Ruang Ketiga pada ruang publik kontemporer di era digital.

Teknik analisis untuk melihat kesesuaian karakteristik Ruang Ketiga dilihat dari perpaduan teori Oldenburg dan elaborasi temuan dari hasil penelitian Ruang Ketiga di era digital (Memarovic et al., 2014) dan karakteristik ruang publik (Simões Aelbrecht, 2016). Penilaian dilakukan secara deskriptif untuk memaknai temuan di lapangan melalui persepsi peneliti dan penentuan kesesuaian terhadap aspek yang akan dinilai. Analisa awal dilakukan untuk mengukur kesesuaian karakteristik dari lokasi pengamatan terhadap ciri Ruang Ketiga Oldenburg. Kesesuaian di atas 50% menggambarkan suatu lokasi yang relatif masih memiliki ciri khas Ruang Ketiga Oldenburg. Untuk melihat karakteristik yang muncul terkait aspek ruang publik kota dan perkembangan di era digital, maka disusun matriks untuk mengidentifikasi secara

deskriptif pengamatan di lapangan terhadap beberapa aspek yang dirumuskan dari hasil temuan teori Oldenburg dan riset yang dilakukan oleh Memarovic dan Simões Aelbrecht. Hasil dari kesesuaian pada matriks tersebut menjadi acuan untuk menarik kesimpulan mengenai berapa besar kesesuaian suatu lokasi yang diklaim sebagai Ruang Ketiga di DKI Jakarta memenuhi definisi sesuai teori dan temuan penelitian sebelumnya serta bagaimana karakteristik yang terbentuk dilihat dari aspek terkait perkembangan ruang publik kota di era digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Ruang Ketiga

Teori Ruang ketiga dimunculkan Oldenburg pada masa dimana teknologi digital belum mendominasi kebutuhan sehari-hari manusia. Interaksi langsung tatap muka merupakan interaksi *real time* antara dua atau lebih orang merupakan jenis interaksi yang terjadi dan dijadikan sebagai dasar teori Ruang Ketiga. Menurut Oldenburg, Ruang Ketiga memiliki karakter sebagai berikut (Oldenburg, 1989):

1. Netral, dimana pengunjung dapat secara bebas mengakses ruang tanpa batasan dan beban harus menjadi tuan rumah.
2. Setara, dimana ruang memberikan kesempatan bagi seluruh golongan dan segmen warga untuk bisa menikmatinya.
3. Komunikasi aktif, dimana perbincangan adalah aktivitas utama yang terjadi dan dilakukan secara kasual, informal menyenangkan dan rileks.
4. Kemudahan akses, dimana Ruang Ketiga dapat dengan mudah diakses sepanjang waktu dan memudahkan untuk kembali/rutin dikunjungi.
5. Reguler, dimana ruang memiliki kelompok/komunitas yang rutin menggunakan sehingga memunculkan daya tarik dan nuansa khas.
6. *Low Profile*, suasana cenderung sederhana, tidak menonjol.
7. *Playful*, dimana *mood* yang muncul umumnya menyenangkan, rileks dan tidak menyentuh hal formal.
8. Serasa rumah, dimana ruang ketiga memberikan kesan yang familiar, serasa rumah sendiri.

Ruang Ketiga dalam wujud dasarnya merupakan ruang yang secara bentuk relatif sederhana, bernuansa

menyenangkan, dan didominasi oleh interaksi informal para pengunjungnya. Oldenburg mengamati fenomena tersebut sebagian besar pada konteks ruang komersial privat seperti kafe, *coffee house tavern*, dan *pub*. Pada saat definisi ruang ketiga dirumuskan oleh Oldenburg, perkembangan teknologi digital belum memberikan dampak terhadap model interaksi manusia. Saat ini, ciri yang dimunculkan oleh Oldenburg sebagai karakteristik Ruang Ketiga banyak yang sudah bertransformasi sejalan berkembangnya platform digital seperti chat grup Whatsapp atau teknologi *video conference*. Sejalan dengan itu, terdapat beberapa penelitian yang mencoba menelaah karakteristik ruang ketiga yang muncul pasca berkembangnya gaya hidup digital. Berbagai transformasi karakteristik ruang ketiga di era digital menjadi hal yang perlu menjadi perhatian untuk dapat membuat keberlanjutan Ruang Ketiga di era digital. Beberapa ciri dari ruang ketiga di era digital antara lain (Memarovic et al., 2014):

1. Ruang ketiga memberikan peluang untuk kemudahan melihat dan dilihat, dalam kaitannya terkait upaya mengkomunikasikan eksistensi diri di media sosial.
2. Ruang ketiga dapat tercipta dimana saja, baik secara virtual dan fisik. Ruang ketiga dapat muncul dalam bentuk "*virtual table*" berupa platform online yang memberikan peluang orang untuk berinteraksi.
3. Ruang ketiga dapat menjembatani kebutuhan digital melalui penyediaan fasilitas pendukung seperti akses internet dan versi virtual dari ruang ketiga fisik.

Ruang ketiga dalam definisi Oldenburg sebagian besar mengarah pada ruang dalam skala mikro, yaitu konteks *café*, *restaurant* dan sebagainya, dimana wujud ruang ketiga untuk konteks ruang publik kota tentu memerlukan perspektif yang berbeda. Salah satu penelitian ada yang berupaya mengangkat karakter ruang sosial dalam kacamata kawasan yang lebih luas, dimana pendekatan ini dinarasikan sebagai ruang Keempat (*fourth place*) oleh Simões Aelbrecht. Penelitian Simões Aelbrecht mencoba melihat karakteristik ruang sosial kota (studi kasus Park of Nation, Lisbon) secara lebih luas sehingga memunculkan beberapa perbedaan karakter yaitu meliputi (Simões Aelbrecht, 2016):

1. Komunikasi pasif, lebih didominasi kegiatan melihat-melihat orang, berjalan, dsb.
2. Pengunjung heterogen, tidak dominan reguler
3. Skala yang besar, bentuk ruang yang bervariasi dan kompleks
4. Variasi kegiatan yang lebih banyak karena keterbukaan fungsi.
5. Bersifat publik dan tidak ada keharusan mengeluarkan dana untuk menikmatinya.

Berdasarkan atas identifikasi karakteristik tersebut, maka disusun elemen analisis untuk melihat kesesuaian makna Ruang Ketiga pada ruang publik di DKI Jakarta dilihat dari perpaduan karakteristik dasar Ruang Ketiga menurut Oldenburg dan ciri khas lain yang memadukan temuan dari Memarovic (pengaruh digital) dan Simões Aelbrecht (karakteristik ruang publik). Aspek yang diobservasi mencakup:

1. Netralitas dan kebebasan pengunjung untuk mengakses ruang.
2. Kesetaraan berinteraksi antar pengunjung.
3. Tipe komunikasi pengunjung yang dominan.
4. Kemudahan akses dan pencapaian pengunjung.
5. Keberadaan komunitas, pelanggan tetap atau pengunjung rutin.
6. Suasana dan kesan ruang ketiga yang ditampilkan.
7. Tipe aktivitas dan mood pengunjung yang dominan.
8. Tingkat kenyamanan yang membawa pengunjung serasa di rumah.
9. Eksistensi pengunjung untuk dilihat dan melihat.
10. Kebutuhan biaya untuk menikmati ruang.
11. Dilengkapi fasilitas untuk menunjang interaksi digital.
12. Memiliki potensi keragaman aktifitas yang dapat muncul, baik formal dan informal.

#### Identifikasi Ruang Ketiga di Jakarta

Ruang publik kota yang dipilih untuk dilakukan identifikasi adalah pada beberapa ruang publik dengan karakteristik yang berbeda. Penyaringan terhadap ruang publik yang dipilih dilakukan melalui hasil penelusuran melalui *search engine* Google dan menyaring dari beberapa pemberitaan media formal mengenai wacana ruang ketiga di DKI Jakarta. Lokasi dipilih tidak mewakili keterwakilan wilayah administratif

tertentu, namun terhadap intensitas kemunculan artikel yang menjelaskan lokasi-lokasi yang dinyatakan oleh media sebagai suatu Ruang Ketiga di wilayah DKI Jakarta. Narasi yang diperoleh merupakan pemberitaan dari narasumber dengan kredibilitas dan kompetensi yang diakui, yaitu antara lain dari Gubernur DKI Jakarta dan media-media berskala nasional. Berdasarkan hal tersebut, maka beberapa pernyataan terkait lokasi Ruang Ketiga dalam bentuk ruang publik kota yang muncul adalah:

1. Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA)/Taman Maju Bersama (TMB)
2. Taman Literasi Martha Tiahahu.
3. Halte Terintegrasi CSW.
4. Kawasan Dukuh Atas.
5. Tebet Eco Park.
6. Perpustakaan Jakarta Taman Ismail Marzuki.
7. Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) Pinisi Karet Sudirman.

### Karakteristik Ruang Publik di Jakarta Sebagai Ruang Ketiga

#### 1. RPTRA dan TMB di Jakarta

Taman kota di DKI Jakarta hadir dalam bentuk ruang terbuka hijau aktif yang memiliki *branding* RPTRA (Ruang Publik Terbuka Ramah Anak) pada jaman Gubernur Basuki Tjahja Purnama dan TMB (Taman Maju Bersama) pada era Gubernur Anies Baswedan. RPTRA dan TMB tersebar di seluruh penjuru Kelurahan di DKI Jakarta, sehingga ruang publik ini bersifat melayani lingkungan masyarakat sekitar. RPTRA dan TMB memiliki fasilitas selain sebagai ruang terbuka hijau juga umumnya memiliki taman bermain anak, perpustakaan, ruang multifungsi dan lapangan olahraga.

RPTRA dan TMB adalah ruang yang terbuka untuk seluruh pengunjung dan tidak ada batasan sosial sehingga memiliki karakter netral dan setara. RPTRA dan TMB seringkali memiliki kegiatan-kegiatan rutin dan kondisional baik dari lingkungan warga sekitar maupun dari eksternal. Hal ini menunjang terjadinya ruang-ruang untuk berkomunikasi langsung antar warga yang bisa terjadi di area bermain anak, ruang multifungsi maupun sekitar lapangan. Aktivitas sosial terkait komunikasi yang muncul berupa

komunikasi aktif terbatas (mengobrol dengan rekan/keluarga) maupun komunikasi pasif (melihat orang). Pengunjung dapat bervariasi antara pengunjung reguler maupun non reguler dan RPTRA/TMB seringkali menjadi tempat berkumpul komunitas lokal tertentu.

Pengunjung RPTRA/TMB cenderung lebih bersifat lokal, karena jangkauan pelayanan dalam skala lingkungan sehingga karakter pengunjung yang ada cenderung lebih reguler dan mudah ditemui kembali. Karakter keruangan umumnya dirancang *low profile*, tidak ada dekorasi berlebihan karena penataan taman umumnya dirancang lebih fungsional. Aspek estetika umumnya muncul dari tata lanskap dan *signage* untuk memperkuat *branding* taman. Dukungan terhadap aktivitas berbasis digital antara lain penyediaan *wifi* di beberapa lokasi dan juga ketersediaan media sosial untuk melihat info kegiatan secara *online*.



**Gambar 1.** RPTRA Abdi Praja di Jaksel  
Sumber : Penulis, 2023

#### 2. Taman Literasi Martha Tiahahu

Taman Literasi dikembangkan pada Taman Martha Tiahahu yang merupakan penghubung antara Terminal Blok M dengan Jl. Panglima Polim, Jakarta Selatan. Taman Literasi dapat dikunjungi oleh berbagai masyarakat yang melintas di sekitar kawasan Blok M, sehingga memiliki karakter netral dan setara. Pada masa pasca pandemi, masih ada pembatasan jumlah pengunjung harian untuk mencegah kepadatan berlebihan, sehingga kunjungan harus melalui sistem registrasi *online* melalui aplikasi JAKI. Hal ini disebabkan karena pengunjung yang datang relatif dari

berbagai tempat dan memunculkan kepadatan di waktu-waktu tertentu. Taman Literasi memiliki ruang-ruang untuk berinteraksi secara kelompok di bagian *amphitheatre* maupun ruang-ruang untuk aktivitas mandiri di dek paviliun bagian atas. Pada Taman Literasi belum terlihat adanya komunitas khusus yang berkembang, namun lokasi yang strategis dan akses transportasi publik yang beragam berpotensi memunculkan komunitas dan pengunjung reguler. Beberapa *tenant* kafe yang ada dirancang dengan pendekatan ruang yang intim sehingga cukup membuat nyaman pengunjung untuk tinggal lama. Interaksi visual dimungkinkan secara baik, terutama karena bentuk massa dan ruang luar yang melingkar sehingga memudahkan pengamatan ke segala arah. Fasilitas penunjang budaya digital dapat dilihat dari desain taman yang menarik sehingga mayoritas pengunjung menggunakan sebagai sarana foto untuk kebutuhan sosial media. Ketersediaan *wifi* dan koneksi listrik juga merupakan fasilitas yang memungkinkan aktivitas berbasis digital dapat terlaksana.



**Gambar 2.** Taman Literasi  
Sumber: Penulis, 2023

### 3. Halte Terintegrasi CSW

Halte integrasi CSW merupakan suatu ruang pertemuan moda transportasi umum massal yang dirancang dalam suatu bentuk *mix-use* dengan fasilitas antara lain jembatan penghubung, *meeting room*, area komersial, toilet, musholla dan ATM. Direncanakan sebagai tempat perlintasan, dengan kekhasan ruang yang dimiliki Halte Integrasi CSW saat ini diharapkan menjadi tujuan destinasi dan bukan hanya sebatas transit. Popularitas halte CSW antara lain disebabkan dari segi estetika bangunan yang menarik dan berbeda, sehingga menimbulkan ketertarikan bagi

pengunjung namun suasana relatif berkesan *high profile*.

Aktivitas sosial yang terjadi bervariasi dan beberapa sesuai dengan kriteria Ruang Ketiga Oldenburg khususnya dari aspek netral, kesetaraan, kemudahan akses, dan reguler (pengguna Trans Jakarta/MRT). Ruang berkomunikasi relatif terbatas, dan karakter pengunjung cenderung tinggal tidak lama karena harus berganti moda transportasi. Hal ini membuat karakteristik sebagai ruang ketiga relatif tidak terlihat.



**Gambar 3.** Halte Integrasi CSW  
Sumber: Penulis, 2023

### 4. Kawasan Dukuh Atas

Kawasan Dukuh Atas (Stasiun MRT BNI City-Terowongan Kendal) pada awalnya merupakan kawasan pendukung pergerakan beberapa moda transportasi umum. Titik simpul transportasi ini memiliki kelebihan kemudahan akses pencapaian, sehingga berkembang menjadi tempat pertemuan informal dari berbagai segmen masyarakat. Pada Terowongan Kendal yang ditata dengan mural dan pencahayaan di malam hari, muncul kegiatan hiburan yang menarik minat pengunjung warga perkantoran Sudirman-Thamrin untuk singgah sejenak sebelum pulang ke rumah.

Pada awal 2022, popularitas kawasan ini meningkat seiring dengan kedudukan kawasan ini menjadi *hang out place* bagi anak-anak muda yang hadir dari pinggiran Jakarta. Fenomena anak-anak muda SCBD (Sudirman-Citayam-Bojong-Depok)(Alfarizi, 2022) dengan *outfit* pakayan yang unik dan menarik membuat muncul suatu ruang sosial baru yang tidak direncanakan sebelumnya. Kawasan ini menjadi tempat destinasi sepulang aktivitas dan

menjadi tempat ekspresi anak muda sehingga lahirlah Citayam Fashion Week yang diselenggarakan di area *zebra cross* jalan umum.

Karakteristik ruang ketiga yang muncul pada lokasi ini relatif unik, karena merupakan lokasi yang tidak direncanakan khusus sebagai ruang ketiga, namun tumbuh secara spontan karena keterlibatan komunitas kreatif (Alfarizi, 2022). Seluruh segmen masyarakat dimungkinkan datang untuk menikmati aktivitas sosial yang terjadi (Romadoni, 2022).

Karakteristik yang muncul dari teori Oldenburg masih terlihat dari aspek netral, kesetaraan, *low profile*, *playful*, komunikasi aktif, regular dan kemudahan akses. Adanya komunitas yang tumbuh secara spesifik membuat lokasi ini memiliki pengunjung regular (anak-anak muda) sebagai salah satu ciri dari Ruang Ketiga. Ruang yang terjadi pun memberikan kesetaraan bagi siapa saja untuk hadir, terlihat pengunjung yang ada bervariasi mulai dari pejabat, artis, remaja, pekerja seni hingga pekerja kantoran. Hal yang menjadi perhatian adalah karena keterbentukannya terjadi secara spontan, maka keberlanjutannya pun tidak lama (Permana, 2023). Penggunaan area jalan publik untuk tempat berekspresi menimbulkan kendala terhadap kemacetan jalan. Secara karakter sosial, aktivitas yang terjadi sangat berkaitan dengan teori yang diutarakan oleh Oldenburg, namun sifat temporeranya membuat Ruang Ketiga ini tidak bisa dijamin keberlanjutannya. Peran budaya digital relatif menonjol karena munculnya kegiatan di Dukung Atas tidak terlepas dari kreatifitas dan kegiatan ekspresif untuk kebutuhan konten media sosial.



**Gambar 4.** Citayam Fashion Week  
Sumber: Antara Foto, 2022

## 5. Tebet Eco Park

Tebet Eco Park hadir sebagai versi RTH publik dengan skala kawasan/kota. Kepopuleran Tebet Eco Park membuat pada awal pembukaannya, pengunjung melimpah sehingga taman tidak dapat dimasuki dan menimbulkan kemacetan karena kepadatan parkir kendaraan. Secara konsep, Tebet Eco Park memberikan tawaran fasilitas berupa tempat bermain anak, tempat piknik, toilet-musholla dan lokasi untuk berfoto.

Fungsi dasar dari Tebet Eco Park adalah RTH skala lingkungan, namun seiring dengan desainnya yang menarik, taman ini populer dikunjungi oleh berbagai warga dari seluruh penjuru kota. Jika dilihat dari kriteria Ruang Ketiga Oldenburg, Tebet Eco Park mencakup aspek netral, setara, *playful* dan kemudahan akses. Komunikasi pengunjung yang timbul tidak seintensif pada fungsi *café* dan *restaurant* tapi lebih berupa komunikasi yang dibarengi aktivitas lain (olahraga, rekreasi, bermain). Karena konteks ruang yang luas, interaksi dengan orang lain relatif kecil, dan interaksi lebih pada segmen kelompok-kelompok tertentu. Lokasinya yang berada di dekat kawasan permukiman berpotensi memunculkan pengunjung regular. Beberapa komunitas sudah mulai memanfaatkan beberapa fasilitas yang ada untuk kegiatan yang dilakukan. Tebet Eco Park sendiri hingga awal 2023 masih menerapkan akses masuk melalui registrasi *online* melalui aplikasi JAKI untuk membatasi jumlah pengunjung per hari.



**Gambar 5.** Tebet Eco Park  
Sumber : Penulis, 2023

## 6. Perpustakaan Jakarta-Taman Ismail Marzuki

Perpustakaan Jakarta merupakan bagian dari proyek revitalisasi Taman Ismail Marzuki menjadi fasilitas edukasi, budaya dan seni yang menasar pada generasi muda. Perpustakaan Jakarta diklaim sebagai fasilitas publik kota dengan konsep ruang ketiga, dimana perpustakaan dikembangkan tidak hanya sebagai tempat membaca buku, tapi bisa menjadi tempat bekerja dan *meeting point* untuk berbagai kegiatan. Konsep perpustakaan yang kaku dan formal digantikan dengan konsep ruang yang mengadopsi suasana yang biasa didapat di kafe kekinian. Jika menilai dari kriteria Ruang Ketiga, maka beberapa hal yang bisa dilihat pada konteks Perpustakaan Jakarta adalah karakter netral, setara, kemudahan pencapaian, dan kesan serasa rumah.

Penataan interior di perpustakaan memunculkan kesan *homey* sehingga pengunjung merasa nyaman khususnya untuk melakukan aktivitas yang membutuhkan konsentrasi. Karakter komunikasi yang tercipta lebih kepada komunikasi terbatas, sejalan dengan karakteristik perpustakaan yang membutuhkan suasana tenang. Komunikasi yang muncul lebih pada interaksi virtual atau pun terbatas di ruangan tertentu yang memungkinkan pembicaraan secara lebih bebas. Sejalan dengan keterbatasan tempat dan animo yang tinggi, maka aspek netral dan kesetaraan pada saat ini masih terlihat terbatas, karena untuk mengunjungi fasilitas ini mekanisme reservasi diperlukan akibat kebutuhan pembatasan kapasitas di masa pandemi.



**Gambar 6.** Perpustakaan Jakarta TIM  
Sumber : Antara Foto, 2022

## 7. JPO Pinisi Karet Sudirman

Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) Pinisi di Jl. Sudirman diklaim sebagai salah satu wujud ruang ketiga di Jakarta. Fungsi JPO sendiri merupakan area perlintasan pejalan kaki untuk menyeberangi sisi barat dan timur jalur pedestrian di Jl. Sudirman. Dalam konteks ruang ketiga, JPO sebenarnya tidak masuk dalam kategori yang diformulasikan oleh Oldenburg. Hal ini dikarenakan tidak ada suatu aktivitas permanen yang memungkinkan pengunjung untuk berinteraksi dalam durasi yang lama. Pengunjung pada dasarnya hanya bersifat melintas, walapun karena daya tarik bentuk yang atraktif, JPO ini juga menjadi sasaran berfoto bagi warga. Dari kriteria Ruang Ketiga yang ada, sebenarnya JPO ini memiliki kesamaan ciri dari aspek netral, setara, kemudahan pencapaian dan *playful*. Namun dalam konteksnya sebagai ruang bersosialisasi aktif, maka JPO ini tidak memiliki peran yang kuat. Secara tidak langsung, JPO ini memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk berswafoto dan mengkomunikasikannya via media sosial sehingga interaksi yang muncul karena keberadaan JPO ini justru marak di *platform digital*.

Dari aspek keruangan, tidak ada ruang-ruang yang memungkinkan orang untuk duduk atau bersosialisasi. Untuk melihat keutuhan sebagai Ruang Ketiga, maka pengamatan perlu ditarik lebih jauh ke jalur pedestrian di sekelilingnya yang memungkinkan terjadinya kluster-kluster kecil interaksi masyarakat. Namun Ruang Ketiga yang muncul di jalur pedestrian itu relatif bersifat spontan dan temporer, sehingga keberlanjutannya pun tidak bisa dipastikan.



**Gambar 7.** JPO Pinisi Karet Sudirman  
Sumber : Penulis, 2023

**Tabel 1.** Kesesuaian Ruang Ketiga di Jakarta terhadap Teori Oldenburg

	Karakteristik	RPTRA/TMB	TAMAN LITERASI	HALTE CSW	DUKUH ATAS	TEBET ECO PARK	PERP. TIM	JPO PINISI
1	Netral	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Status yang Setara	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Komunikasi Tatap Muka Dominan	✓	✓	X	✓	✓	X	X
4	Aksebilitas Mudah	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓
5	Keberadaan Komunitas	✓	✓	X	✓	✓	X	X
6	Low Profile	✓	X	X	X	X	X	X
7	Mood: Playful	✓	X	X	✓	✓	X	X
8	Serasa Rumah	X	X	X	X	X	X	X
	Kesesuaian	87,5%	62,5%	37,5%	75%	75%	37,5%	37,5%

Sumber : Analisa Penulis, 2023

**Tabel 2.** Karakteristik Ruang Ketiga di Jakarta

Aspek	RPTRA/TMB	TAMAN LITERASI	HALTE CSW	DUKUH ATAS	TEBET ECO PARK	PERP. TIM	JPO PINISI
1	Netralitas	Terbuka untuk semua	Terbuka untuk semua	Terbuka untuk semua	Terbuka untuk semua	Terbuka untuk semua	Terbuka untuk semua
2	Kesetaraan	Setara	Setara	Setara	Setara	Setara	Setara
3	Komunikasi	Informal, tatap muka	Informal, tatap muka, virtual	Minim komunikasi	Informal, tatap muka, virtual	Minim komunikasi	Minim komunikasi
4	Aksebilitas	Akses setiap saat	Akses setiap saat, terbatas kuota	Akses setiap saat	Akses setiap saat, terbatas kuota	Akses terba Tas, kuota	Akses setiap saat
5	Komunitas	Lokal	Berpotensi Ada	Tidak ada	Komunitas Kreatif	Berpotensi Ada	Tidak ada
6	Tampilan	Low Profile	Estetika	Estetika	Estetika	Estetika	Estetika
7	Suasana	Ramai-Dinamis	Tenang	Ramai-Statik	Ramai-Dinamis	Tenang	Tenang
8	Serasa Rumah	Karakter Publik.	Karakter Publik.	Karakter Publik.	Karakter Publik.	Karakter Publik.	Karakter Publik.
9	Interaksi Visual	Aktif-Pasif	Aktif-Pasif	Pasif	Aktif-Pasif	Aktif-Pasif	Pasif
10	Fasilitas Digital	Wifi	Wifi, remote working, Aplikasi	Tidak Ada	Tidak Ada	Wifi, Aplikasi	Wifi, Aplikasi

Sumber : Analisa Penulis, 2023

### Kesesuaian Ruang Publik sebagai Ruang Ketiga

Berdasarkan elaborasi karakteristik Ruang Ketiga yang mengacu pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Oldenburg, maka dapat dilihat bahwa tidak semua lokasi Ruang Ketiga yang diklaim di DKI Jakarta memiliki karakteristik sesuai teori dari Oldenburg. Jika melihat dominasi kesesuaian aspek, maka ada 4 lokasi yang memiliki kesesuaian di atas 50%, yaitu ruang-ruang yang berbentuk taman atau ruang terbuka publik. RPTRA/TMB merupakan bentuk ruang sosial yang memiliki aspek paling mendekati (6 dari 8 aspek atau setara 87,5%) dari definisi Ruang Ketiga Oldenburg dikarenakan beberapa karakter seperti kehadiran pengunjung yang relatif mudah dikenali karena umumnya berasal dari lingkungan yang sama, ruang dapat diakses secara mudah dari segi waktu dan pencapaian, serta memiliki nuansa kekerabatan dan aktivitas informal yang lebih dominan (anak bermain, remaja berkumpul, orang tua mengobrol).

Ruang terbuka dalam skala kota yang juga masih memiliki karakteristik Ruang Ketiga Oldenburg yang cukup dominan adalah Kawasan Dukuh Atas, Tebet Eco Park dan Taman Literasi. Berbeda dari lingkup RPTRA/TMB yang lebih mikro untuk masyarakat lingkungan sekitar, maka Kawasan Dukuh Atas, Tebet Eco Park dan Taman Literasi adalah ruang terbuka publik yang terbuka dikunjungi masyarakat dari berbagai penjuru kota. Atraksi dan *setting* ruang yang menarik lebih dominan menjadi pemicu kehadiran pengunjung dibandingkan kebutuhan untuk berkomunikasi secara informal. Kawasan Dukuh Atas memiliki beberapa lokasi yang menjadi tempat berkumpul komunitas tertentu (sebagian besar anak remaja) yang melakukan kegiatan kreatif seperti bermain *skate board*, bermusik dan berekspresi dengan busana. Hal ini yang sempat mendorong terjadinya fenomena pemanfaatan ruang untuk Citayam Fashion Week yang justru memiliki karakter Ruang Ketiga yang kental, dimana terjadi interaksi sosial lintas kelompok, terjadi kegiatan sosial dengan *mood* yang *playful* dan kesetaraan terhadap semua yang hadir.

Beberapa lokasi yang dinyatakan sebagai Ruang Ketiga seperti Halte CSW, Perpustakaan TIM dan JPO Piniisi secara kesesuaian memiliki sedikit kesesuaian karakter dengan Ruang Ketiga Oldenburg. Obyek-obyek tersebut memang didesain dengan bentuk yang menarik perhatian sehingga mengundang banyak pengunjung untuk berswafoto. Meskipun terjadi aktifitas sosial yang tinggi, namun interaksi yang terjadi relatif minim, dimana komunikasi hanya berlangsung pada kelompok kecil dari pengunjung yang hadir. Aktivitas juga relatif berlangsung dalam periode yang singkat dan sebagian besar memiliki sifat sebagai ruang untuk aktifitas transit (khususnya di Halte CSW dan JPO Piniisi). Perpustakaan Jakarta sendiri memiliki peran lebih kepada tempat untuk bekerja/membaca secara nyaman dibandingkan sebagai tempat untuk berinteraksi sosial, terutama dikarenakan perpustakaan adalah fasilitas yang menuntut adanya suasana yang tenang.

Jika melihat dari kondisi yang ada, maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan Ruang Ketiga di DKI Jakarta terlihat lebih mengarah pada ruang publik yang dapat mendorong warga untuk mengunjungi dan beraktifitas di dalamnya, namun tidak menekankan pada terciptanya suatu komunikasi yang intensif. Seluruh

ruang tersebut umumnya dirancang dengan desain ruang dan aktifitas yang menarik sehingga menjadi daya tarik utama untuk dikunjungi. Hal ini dapat menjadi dasar untuk dikaji lebih lanjut, apakah perlu adanya suatu definisi baru yang lebih sesuai untuk memaknai ruang sosial yang diberi label Ruang Ketiga di Jakarta dengan karakter tersebut.

### Ruang Publik sebagai Ruang Ketiga di Era Digital

Perkembangan teknologi digital yang mengubah perilaku manusia dapat juga berdampak pada pembentukan ruang kota. Dalam konteks ruang ketiga di era digital, berdasar pengamatan dari beberapa penelitian dan kondisi di lapangan, dapat dilihat bahwa terdapat kebutuhan Ruang Ketiga konvensional untuk beradaptasi terhadap kebutuhan gaya hidup digital. Ruang ketiga yang didefinisikan Oldenburg belum menyentuh karakteristik yang muncul dari dampak budaya digital. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dilihat pula karakteristik Ruang Ketiga di DKI Jakarta yang ada terhadap kebutuhan era digital adalah sebagai berikut:

#### 1. Penyediaan Dukungan Akses Teknologi Digital di Ruang Ketiga

Upaya menjembatani kebutuhan digital sudah dimulai melalui penyediaan akses *wifi* di taman-taman kota Jakarta (Selviany, 2022). Fasilitas pendukung lain yang dapat menunjang adalah ketersediaan *charging station*, teknologi pembayaran *cashless*, dan juga registrasi *online* melalui aplikasi. Umumnya fasilitas pendukung ini terdapat pada ruang publik yang bersifat bangunan seperti di Perpustakaan Jakarta dan Halte Integrasi CSW. Konsep registrasi *online* sendiri sudah ditetapkan di Tebet Eco Park, Taman Literasi dan Perpustakaan Jakarta.

#### 2. Ruang Ketiga sebagai Media Pemicu Komunikasi Virtual di Media Sosial

Halte CSW, JPO Pinisi, Taman Literasi, Tebet Eco Park dan Kawasan Dukuh Atas sebagai suatu ruang publik kota memberikan dimensi ruang ketiga yang memiliki peran sebagai obyek wisata visual. Desain dan aktivitas di ruang ketiga yang atraktif dan menarik membuat banyak pengunjung memanfaatkan sebagai obyek swafoto atau membuat video pendek yang

kemudian diunggah di media sosial. Gaya hidup digital ini memunculkan suatu kanal komunikasi virtual yang secara tidak langsung melibatkan Ruang Ketiga tersebut sebagai obyek. Percakapan muncul di kolom komentar media sosial sebagai respon dari *posting* yang melibatkan sosok ruang ketiga, sehingga dari aspek sosial, bentukan arsitektur dan fenomena aktivitas turut menjadi stimulan terciptanya interaksi virtual di media sosial. Salah satu contoh adalah kemunculan fenomena viral Citayam Fashion Week di ruang publik sekitar Dukuh Atas yang memicu *trending topic* di media sosial dan juga menjadi liputan media.

#### 3. Penciptaan Ruang Ketiga yang Fleksibel untuk Berbagai Aktivitas Virtual

Ruang Ketiga pada era digital dituntut dapat memberikan fleksibilitas pelaksanaan kegiatan, seperti misalnya bekerja secara *online*, *virtual meeting* atau menikmati hiburan *online*. Ruang Ketiga khususnya pada lokasi yang berbentuk bangunan seperti Taman Literasi dan Perpustakaan Jakarta telah memnberikan peluang pelaksanaan multifungsi tersebut karena adanya beberapa fasilitas seperti ruang untuk aktivitas yang membutuhkan suasana yang fokus seperti di Perpustakaan Jakarta dan Taman Literasi. Penggunaan ruang tersebut dapat memungkinkan aktivitas *hybrid* dari berinteraksi sosial informal hingga bekerja secara *online*. Penyediaan ruang fleksibel ini masih minim ditemukan dalam ruang ketiga yang bersifat *outdoor*, meskipun pada beberapa lokasi seperti Tebet Eco Park terdapat bangunan-bangunan paviliun yang memungkinkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan seperti diskusi, bekerja dan mengobrol.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan kajian yang dilakukan dengan mengamati narasi ruang ketiga di Jakarta yang muncul di media massa, maka dapat dilihat bahwa definisi ruang ketiga tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan pengertian Ruang Ketiga Oldenburg. Ruang Ketiga di DKI Jakarta sebagian besar hadir

dalam bentuk ruang publik kota dalam sosok ruang *outdoor* dan sebagian dalam bentuk *indoor*. Bentuk ruang ketiga menurut Oldenburg terdiri dari 8 karakter yang memunculkan definisi ruang ketiga yang dikunjungi secara reguler, setara, dan memberikan kesan nyaman untuk beraktifitas secara informal. Ruang Ketiga yang ada di Jakarta lebih memiliki peran sebagai ruang yang dapat menarik minat warga untuk datang namun sebagian besar karena latar belakang untuk kebutuhan eksistensi digital (swafoto, konten media sosial) dan bukan untuk bersosialisasi informal. Dalam hal ini sosok arsitektur yang atraktif dan *high profile* memegang peranan penting, sehingga justru berlawanan dengan beberapa karakteristik Ruang Ketiga Oldenburg yang lebih *low profile*.

Jika dilihat dari fenomena yang ada, maka Ruang Ketiga di DKI Jakarta memiliki potensi mendukung gaya hidup digital yang ada, hal ini antara lain dengan adanya kemudahan akses internet dan juga potensi sosok arsitektural yang dapat menjadi konten untuk kemunculan komunikasi secara virtual di media sosial. Namun untuk menciptakan ruang ketiga yang sejalan dengan esensi yang dicetuskan Oldenburg, maka ruang ketiga yang ada perlu menciptakan suatu suasana yang mendukung terciptanya ruang untuk interaksi fisik dan virtual secara bersamaan.

#### Saran/Rekomendasi

Berdasarkan dari hasil penelitian terhadap ruang publik sebagai Ruang Ketiga ini, maka dapat dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk mendefinisikan penamaan ruang yang sesuai dengan ruang publik di DKI Jakarta yang menarik untuk dikunjungi warga dan dapat berpotensi menghidupkan ruang publik.

Penelitian lebih lanjut juga dapat diarahkan untuk mengidentifikasi ruang-ruang privat di DKI Jakarta yang juga memiliki potensi sebagai Ruang Ketiga. Keberadaan kawasan-kawasan di DKI Jakarta dengan ruang-ruang ketiga konvensional (*cafe/coffeeshop/restaurant*) dapat dikaji lebih lanjut untuk melihatnya potensinya terhadap tata ruang di DKI Jakarta, khususnya keberadaannya terhadap kawasan perkantoran dan permukiman dan dampaknya terhadap karakteristik interaksi sosial warga DKI Jakarta.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, M. K. (2022). Kata Anies Baswedan soal Fenomena Remaja Citayam Main di Terowongan Kendal. Retrieved 5 November 2022, from <https://metro.tempo.co/read/1609683/kata-anies-baswedan-soal-fenomena-remaja-citayam-main-di-terowongan-kendal>
- Dwi Setyaningsih, S. B. (2022). Apa Itu Ruang Ketiga di Jakarta? Bisa Jadi Tempat Interaksi Warga, Ini Penjelasan Anies Baswedan. Retrieved 4 November 2022, from <https://www.tribunnews.com/metropolit/2022/01/17/apa-itu-ruang-ketiga-di-jakarta-bisa-jadi-tempat-interaksi-warga-ini-penjelasan-anies-baswedan>
- Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Washington: Island Press.
- Goenawan, Z. (2019). Taman Kota, Ruang Ketiga Tempat Interaksi Warga Jakarta. Retrieved 4 November 2022, from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/zulfah-goenawan/taman-kota-ruang-ketiga-tempat-interaksi-warga-jakarta-csc>
- Hadi, R., & Ellisa, E. (2019). Rethinking Third Place in The Digital Era. In Universitas Surabaya (Ed.), *International Conference on Informatics, Technology, and Engineering 2019*. Universitas Surabaya. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/337448665>
- Khumaini, A. (2019). Interaksi Ruang Ketiga di Jalur Pedestrian DKI Jakarta. Retrieved 4 November 2022, from <https://www.merdeka.com/jakarta/interaksi-ruang-ketiga-di-jalur-pedestrian-dki-jakarta.html>
- Memarovic, N., Fels, S., Anacleto, J., Calderon, R., Gobbo, F., & Carroll, J. M. (2014). *Rethinking Third Places: Contemporary Design with Technology*. *The Journal of Community Informatics* (Vol. 10). Retrieved from <http://communityjournal.net/index.php/ciej/rt/printerFriendly/1048/>
- Mulyandari, H. (2011). *Pengantar Arsitektur Kota*. CV Andi Offset.
- Nadizti, F., Hanan, H., & Syamwil, I. B. (2021). Spatial Experience for Third Places in the Digital Era. In *ARTEPOLIS 8 - The 8th Biannual*

- International Conference* . Atlantis Press.
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place*. Cambridge: Da Capo Press.
- Oldenburg, R. (2001). *Celebrating The Third Places*. New York: Marlowe & Company.
- Permana, R. H. (2023, January 5). Fenomena Citayam Fashion Week yang Viral dan Memudar di 2022 . *Detik.Com*. Jakarta. Retrieved 14 January 2023 from <https://news.detik.com/berita/d-6500382/fenomena-citayam-fashion-week-yang-viral-dan-memudar-di-2022/3>
- Rahmiati, D. (2017). Kajian Elemen Pembentuk Ruang Kota pada Ruang Terbuka Publik Kota (Studi Kasus : Alun-Alun Karanganyar). *IKRAITH-Teknologi*, 1(2).
- Romadoni, A. (2022, July 7). Anies Soal ABG Citayam: Jalan Sudirman Milik Semua, Siapa Saja Bisa Datang. *Kumparan News*. Jakarta. Retrieved 15 July 2022 from <https://kumparan.com/kumparannews/anies-soal-abg-citayam-jalan-sudirman-milik-semua-siapa-saja-bisa-datang-1yPrvIGlb7S/full>
- Schmidt, S., & Németh, J. (2010). Space, place and the city: Emerging research on public space design and planning. *Journal of Urban Design*. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/13574809.2010.502331>
- Selviany, D. (2022). Ratusan Wifi Gratis Tersebar di Taman Jakarta, Begini Cek Keberadaannya. Retrieved 5 November 2022, from <https://wartakota.tribunnews.com/2022/07/26/ratusan-wifi-gratis-tersebar-di-taman-jakarta-begini-cek-keberadaannya>
- Siláci, I., & Vitková, L. (2017). Public Spaces as the Reflection of Society and its Culture. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 245). Institute of Physics Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1088/1757-899X/245/4/042009>
- Simões Aelbrecht, P. (2016). 'Fourth places': The Contemporary Public Settings for Informal Social Interaction among Strangers. *Journal of Urban Design*, 21(1), 124–152. Retrieved from
- <https://doi.org/10.1080/13574809.2015.1106920>