

# Analisis Skywalk Senayan Park dari Kacamata *Third Place* dan *Public Space*

**Kencana Rahma Dewi**

Program studi Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain,  
Universitas Pembangunan Jaya  
Kencana.rahma@student.upj.ac.id

**Dwi Siswi Hariyani**

Program studi Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain,  
Universitas Pembangunan Jaya  
dwi.siswi@upj.ac.id

## ABSTRAK

Jakarta telah melahirkan banyak tempat-tempat berupa ruang publik (*public space*) bagi semua kalangan. Salah satunya adalah Skywalk Senayan Park yang secara resmi dibuka pada tanggal 20 Desember 2021, dan telah menjadi tempat wisata pilihan bagi warga Jakarta. Skywalk Senayan Park adalah salah satu bentuk fisik dari ruang ketiga (*third place*), dan menjadi pilihan bagi kalangan masyarakat sekitar untuk melarikan diri dari rumah (*first place*) ataupun tempat kerja (*second place*). *Third place* sendiri memiliki karakter mudah di akses, tidak terikat pada aturan, siapapun diperbolehkan untuk masuk, suasana yang santai untuk bertukar pikiran dan berinteraksi. Oleh karena itu, penulis menggunakan teori *Third Place* untuk menganalisis karakteristik *third place* pada Skywalk Senayan Park, dan teori ruang publik sebagai pendekatan untuk menjawab isu serta pertanyaan yang ada pada tujuan dan masalah. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu, metode observasi, studi dokumentasi/literature, dan kuesioner yang berguna sebagai target penelitian.

Kata Kunci: ruang ketiga, ruang publik, interaksi

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Secara umum ruang publik atau *public space* dapat diartikan dengan membedakan arti katanya secara harafiah terlebih dahulu. Publik adalah perkumpulan untuk individu atau sekelompok orang tak terbatas siapa saja dan *space* atau ruang merupakan suatu bentukan tiga dimensi yang terjadi akibat adanya unsur-unsur yang membatasinya (Ching, 1992).

Dengan adanya sebuah ruang publik yang dapat mewadahi berbagai kegiatan individu membuat hubungan antar personal yang lebih baik, tanpa adanya ruang publik menyebabkan timbulnya sikap individualisme antar individu, dikarenakan mayoritas individu tidak akan mau keluar rumah tanpa adakepentingan, ataupun melakukan interaksi sosial dengan individu lainnya, dan tidak sedikit juga dari mereka yang hanya melakukan rute pulang-pergi; dari rumah (*first place*) ke

tempat kerja (*second place*) setiap harinya, dikarenakan tidak adanya ruang publik sebagai ruang ketiga (*third place*) dengan manfaat untuk menjadikan tempat peralihan yang dapat digunakan bersama sehingga individu dapat melepas penat dari kehidupan yang sudah mereka jalani di rumah (*first place*) dan tempat kerja (*second place*), ataupun mereka dapat melakukan interaksi sosial antar individu lainnya pada ruang publik tersebut, yang dalam hal penelitian ini *third place* di fokuskan kedalam bentuk ruang publik untuk masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah merumuskan berbagai masalah yang ada pada Skywalk Senayan Park dari sudut pandang *third place*. Apakah Skywalk Senayan Park sudah layak disebut sebagai *third place*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik pembentuk *third place* pada Skywalk Senayan Park, mengetahui kualitas fasilitas ruang publik pada Skywalk Senayan Park, dan untuk mengetahui hubungan perilaku pengguna yang ada pada Skywalk Senayan Park.

## **KAJIAN TEORI**

### **Pengertian Third Place**

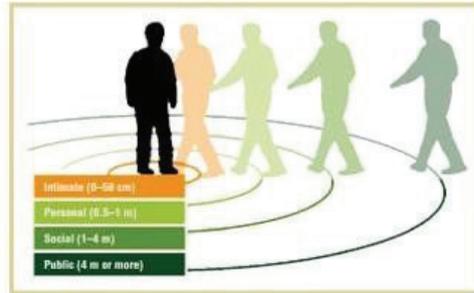
Third place adalah tempat untuk orang yang ingin mengobati stress, kesepian, dan keterasingan. Berdasarkan penelitiannya, Oldenburg (1999) mengungkap 8 (delapan) karakter yang membentuk *third place* yaitu pengunjung bebas untuk datang dan pergi ke tempat tersebut kapan saja. Tidak terikat dari segi ekonomi, politik, dan aspek lain (Neutral Ground), *third place* menerima semua kalangan masyarakat tanpa membedakan status sosial, ras, agama, umur, jenis kelamin, pekerjaan, dll (Leveler), Interaksi adalah fokus utama dalam karakteristik *third place* (Conversation is the main activity), menjadi tempat yang terbuka, mudah bagi pengunjung. Serta semua pengunjung merasa kebutuhannya telah terpenuhi (Accessibility&Accommodation), menampung pengunjung tetap untuk memberi ruang dan mengatur suasana hati mereka (The Regulars), menjadi tempat yang menyehatkan bagi pengunjung, dan menerima segala jenis individu (A low profile), memberikan suasana yang jauh dari konflik, menyenangkan, hangat, dan nyaman. Adanya canda tawa yang timbul dalam interaksi (The mood is playful), pengunjung dari *third place* merasakan sebuah kehangatan layaknya seperti dirumah sendiri. Perasaan dimana individu merupakan bagian dari tempat tersebut (A home away from home).

### **Definisi Ruang Publik**

Ruang publik merupakan suatu sistem kompleks berkaitan dengan segala bagian bangunan dan lingkungan alam yang dapat diakses tanpa memungut biaya oleh publik yang meliputi jalan, plaza, lapangan, ruang terbuka hijau, atau ruang privat yang memiliki keterbukaan aksesibilitas untuk publik (Carmona, 2010). ruang publik yang baik menurut *American Planning Association* yaitu, mempromosikan kontak antar masyarakat, aman, berkesan mengundang dan mengakomodir semua pengguna ruang, desain yang menarik, mempromosikan partisipasi komunitas, merefleksikan budaya setempat, menghubungkan dengan wilayah sekitar, terawat, dan memiliki karakter yang unik.

### **Proksemik, Arsitektur dan Perilaku Manusia**

Menurut (Hall, 1966), proksemik adalah bentuk lain untuk mendefinisikan hubungan antara pengamatannya dan teori tentang bagaimana seseorang menggunakan ruang dalam kebudayaan dan kebiasaan untuk berkomunikasi antarpersonal.



**Gambar 1 Jarak Antar Manusia**  
(Sumber: <https://images.app.goo.gl/kjp2SFud8ESb7yYF7>)

Jarak sosial antar manusia dapat dipercaya berhubungan dengan jarak fisik, yang terdiri dari jarak intim dan jarak personal, kemudian di bagi lagi sebagai berikut:

1. Jarak Intim (15 - 45 cm)  
Hubungan atau aktivitas pada jarak ini biasanya kontak intim (hubungan seksual, kenyamanan kontak badan). Kualitas sensorik adalah peningkatan kewaspadaan input sensor; sentuhan mengambil alih vokalisasi verbal sebagai bentuk komunikasi.
2. Jarak Personal (45 – 120 cm)  
Hubungan atau aktivitas pada jarak ini adalah kontak antar teman dekat, dan juga interaksi setiap hari dengan kenalan. Kualitas sensoriknya adalah input sensor sedikit lebih waspada daripada jarak intim, pandangan normal dan menyediakan feedback spesifik; komunikasi verbal daripada sentuhan.
3. Jarak Sosial (1,2 – 3,6 m)  
Hubungan atau aktivitas pada jarak ini adalah kontak yang tidak pribadi dan kontak bisnis. Kualitas sensoriknya adalah input sensor minimal; pandangan kurang spesifik daripada jarak. pribadi; suara normal (audible 6m) dipertahankan; tidak memungkinkan sentuhan.
4. Jarak Publik (3,6 – 7,5 m)  
Hubungan atau aktivitas pada jarak ini adalah kontak formal antara individu (aktor, politikus) dengan publik. Kualitas sensoriknya adalah tidak ada input sensor, tidak ada visual spesifik.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian eksplanatif. Penelitian ini dilaksanakan untuk mendapatkan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala itu terjadi. Dengan metode pengumpulan data berupa observasi, studi literatur/tinjauan pustaka, dokumentasi, wawancara, kuesioner/angket

## **PEMBAHASAN**

Senayan Park yang terletak di Jalan Gerbang Pemuda, RT.1/RW.3, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Senayan Park memiliki kelebihan dalam menarik pengunjung dengan fasilitas yang ditawarkannya yaitu Skywalk yang berada diatas pusat perbelanjaan tersebut dimanfaatkan oleh para pengunjung untuk melihat kota Jakarta dari ketinggian.

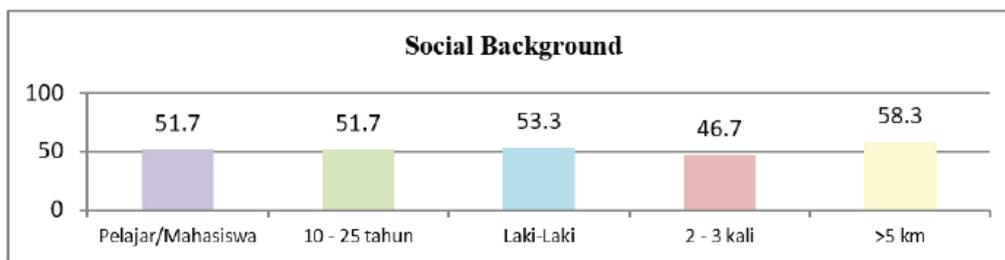


**Gambar 2 Taman Ria Senayan dulu**  
(sumber : jakarta.suara.com  
<https://images.app.goo.gl/CRYsm5aFtrJkBDyi8>)



**Gambar 3 Senayan Park (SPARK)**  
(Sumber:<https://images.app.goo.gl/cjB3krE6RqfEu3hZA>)

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 60 responden, hasil dari data social background pengujung Skywalk Senayan Park sebagai berikut, 51,7% pengunjung merupakan pelajar/mahasiswa, 51,7% pengunjung rata-rata berusia 10-25 tahun, dengan 53,3% pengunjung didominasi oleh laki-laki, 46,6% pengunjung berkunjung sebanyak 2-3 kali, dan 58,3% pengunjung menempuh jarak >5 km.

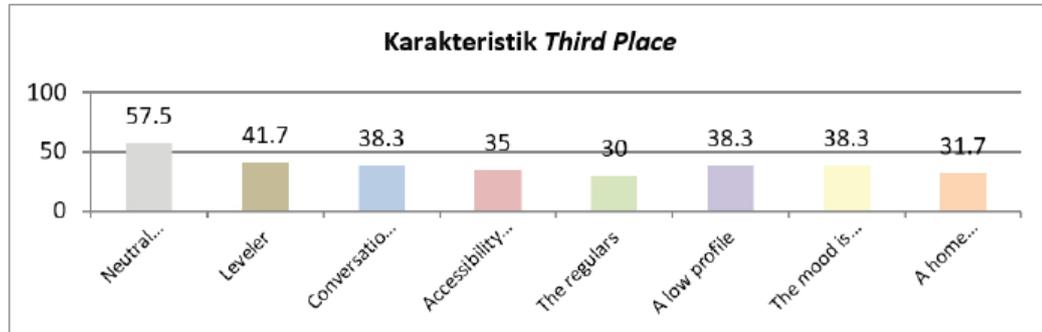


**Gambar 4 Grafik Social Background Responden (Sumber : Dewi, 2022)**

### **Karakteristik Third Place pada Skywalk Senayan Park**

Hasil dari kuesioner ini adalah, 57,5% pengunjung dapat bebas datang dan pergi ke tempat tersebut, tanpa terikat dari segi ekonomi, politik dan aspek lainnya. 41,7% pengunjung tidak merasa adanya perbedaan status sosial, ras, agama, umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan lain-lain. 38,3% pengunjung merasakan interaksi menjadi fokus utama dalam tempat ini, pengunjung bebas berinteraksi di Skywalk Senayan Park. 35% pengunjung merasa akses untuk menuju Skywalk Senayan Park cukup terbuka dan mudah ditemukan. 30% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park menampung pengunjung untuk memberi ruang dan mengatur suasana hati mereka. 38,3% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park menjadi tempat yang menyehatkan bagi pengunjung, memiliki kesan seperti rumah bagi pengunjung, dan menerima segala jenis individu. 38,3% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park memberikan suasana yang jauh dari konflik, menyenangkan, hangat, dan

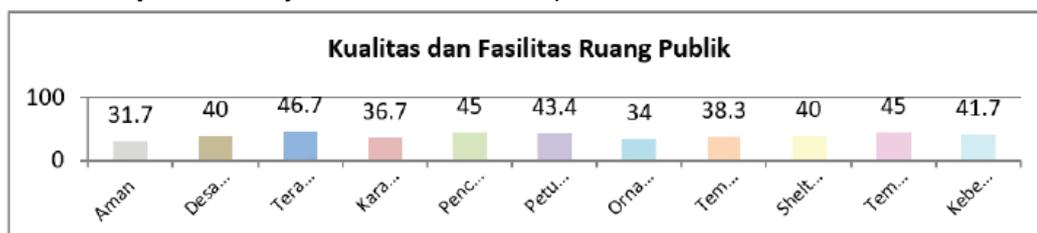
nyaman. Adanya canda tawa yang timbul dalam interaksi. 31,7% pengunjung Skywalk Senayan Park merasakan sebuah kehangatan layaknya seperti dirumah sendiri. Perasaan dimana individu merupakan bagian dari tempat tersebut.



Gambar 5 Grafik Karakteristik Third Place (Sumber : Dewi, 2022)

### Kualitas dan Fasilitas Ruang Publik

Pada pembahasan mengenai kualitas dan fasilitas ruang publik, data jawaban responden yang sudah didapat, dan mengacu pada teori tentang ruang publik yang sudah ditulis kajian teori. Hasil dari jawaban responden adalah, 31,7% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park merasa sudah cukup aman. 40% pengunjung merasa desain Skywalk Senayan Park menarik. 46,7% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park sudah cukup terawat. 36,7% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park memiliki karakter yang unik. 45% pengunjung merasa pencahayaan di Skywalk Senayan Park sudah cukup. 43,4% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park mudah ditemukan, dan dimengerti oleh para pengunjung. 34% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park memberikan suatu ciri khas tempat tersebut yang menarik perhatian mata (vocal point). 38,8% pengunjung merasa terdapat tempat duduk atau area beristirahat pada area Skywalk Senayan Park. 40% pengunjung merasa terdapat shelter atau kanopi pada area Skywalk Senayan Park. 45% pengunjung terdapat tempat sampah pada area Skywalk Senayan Park. 41,7% pengunjung merasa Skywalk Senayan Park sudah cukup bersih.

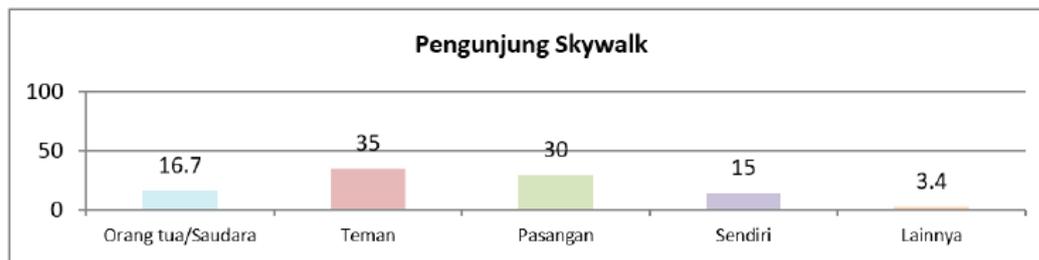


Gambar 6 Grafik Kualits dan Fasilitas Ruang Publik (Sumber : Dewi, 2022)

### Hubungan Arsitektur dan Perilaku Manusia pada Skywalk Senayan Park

Skywalk Senayan Park juga merupakan wadah atau tempat masyarakat bertemu, berkumpul, berinteraksi, dan menyalurkan ekspresi mereka. Dari beberapa jenis aktivitas yang dibuat oleh manusia memiliki karakteristik yang berbeda, maka dari itu akan membuat penggunaan ruang yang berbeda juga. Karena dalam

menciptakan suatu keberhasilan pada ruang publik adalah hubungan antara pengguna dengan ruang publik itu sendiri.



Gambar 7 Grafik Pengunjung Skywalk Senayan Park (Sumber : Dewi, 2022)

Dari data jawaban responden dibawah ini, dapat dijelaskan bahwa 35% responden berkunjung bersama teman, 30% responden berkunjung bersama pasangan, 16,7% responden berkunjung bersama keluarga, 15% responden berkunjung sendiri, dan 3,4% responden menjawab lainnya. Berdasarkan data diatas, hubungan antar penggunaan dapat dibagi menjadi:

1. Intimate Space

Untuk 30%, dan 16,7% dari 100% responden berkunjung bersama pasangan, dan keluarga inti, artinya hubungan responden dengan pasangan, dan keluarga inti ini memiliki jarak intim atau *intimate space* dengan jarak dekat kurang dari 15 cm, sedangkan untuk jarak jauhnya 15 – 50 cm, kualitas sensoriknya yang tercipta adalah peningkatan kewaspadaan input sensor, berupa sentuhan mengambil alih vokalisasi verbal sebagai bentuk komunikasi.

2. Personal Space

Berarti 35% dari 100% responden berkunjung bersama teman, artinya hubungan responden dengan teman memiliki jarak personal atau *personal space*, dengan jarak dekat 45 – 75 cm, sedangkan untuk jarak jauhnya 75 – 120 cm, kualitas sensoriknya yang tercipta adalah input sensor sedikit lebih waspada daripada jarak intim, pandangan normal dan menyediakan *feedback* spesifik, berupa komunikasi verbal daripada sentuhan. Sedangkan 15% dari 100% responden berkunjung sendiri, artinya bisa saja mereka memiliki jarak personal atau *personal space* tanpa adanya lawan pasangan, dan hubungan responden yang berkunjung sendiri bisa saja terjadi karena berhubungan langsung dengan satpam atau penjaga area Skywalk Senayan Park.

3. Sosial Space

Dan untuk sisanya yaitu 3,4% dari 100% responden menjawab lainnya. Hal ini kemungkinan besar responden berkunjung dengan kenalan, dimana Skywalk Senayan Park bisa menjadi wadah untuk pengunjung yang ingin bertemu dengan orang yang baru ia kenal, atau rekan kerja/bisnis, dengan jarak dekat 1,2 – 2,1 m, sedangkan untuk jarak jauhnya 2,1 – 3,6 m. Kualitas sensoriknya yang tercipta adalah input sensor minimal, dengan pandangan kurang spesifik daripada jarak pribadi, suara normal (audible 6m) dipertahankan, dan biasanya tidak memungkinkan terjadinya sentuhan intim.

4. Public Space

Sedangkan untuk jarak publik ini dapat terjadi ketika semua pengunjung berada di tempat publik tersebut, yaitu Skywalk Senayan Park. Hubungan ini terjadi antar pengunjung yang datang bersama teman, pasangan, ataupun keluarga. Dengan jarak dekat 3,6 – 7,5 m, sedangkan untuk jarak jauhnya 7,5 m lebih. Kualitas sensoriknya yang tercipta adalah tidak ada input sensor, tidak ada visual spesifik.

## **SIMPULAN & REKOMENDASI**

Hasil dari pembahasan sebelumnya, bahwa dapat disimpulkan bahwa terdapat karakteristik third place pada Skywalk Senayan Park. Kualitas dan fasilitas yang terdapat pada Skywalk Senayan Park sudah cukup baik. Saran yang perlu diperhatikan adalah kehadiran Skywalk Senayan Park sebagai ruang ketiga atau third place, maka diharapkan bagi para perancang dan mahasiswa arsitektur agar dapat merancang sebuah bangunan berupa ruang publik atau ruang terbuka yang mampu mawadahi segala kebutuhan penggunaannya tanpa memandang tingkatan sosial, dan menjawab permasalahan terutama dalam sosialisasi.

Adapun saran dan rekomendasi lainnya adalah untuk meningkatkan keamanan Skywalk Senayan Park sebagai ruang publik. Serta dengan terciptanya Skywalk Senayan Park sebagai ruang publik, peneliti berharap semakin meningkatnya hubungan interaksi atau timbal balik yang baik pada lingkungan atau antar manusia.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arendt, H. (1958). *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago Press.
- Carmona, M. (2010). *Public Places Urban Spaces*. Public Places Urban Spaces.
- Ching, Francis D.K. 1992. *Architecture : Form, Space And Order*. Van Nostrand Reinhold Company. New York.
- Hall, E. T. (1966). *The Hidden Dimension*. New York: Anchor Books Doubleday.
- Hantono, D. (2019). KAJIAN PERILAKU PADA RUANG TERBUKA PUBLIK. KAJIAN PERILAKU PADA RUANG TERBUKA PUBLIK, 45-56.
- Hong Leng, T. L. (2016). Research on Public Open Space of Rural Areas in Severe Cold Regions Based on Survey of Residents on the Behavioral Activity. Research on Public Open Space of Rural Areas in Severe Cold Regions Based on Survey of Residents on the Behavioral Activity, 327-334.
- Marseno Sanjaya, S. S. (2020). TEMPAT SINGGAH DUKUH ATAS STEPOVER PLACE.
- TEMPAT SINGGAH DUKUH ATAS STEPOVER PLACE, 93-104. Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.