



## Transformasi Tipologi Ruang Ketiga karena Pengaruh Perkembangan Teknologi Digital

Firmansyah Bachtiar <sup>\*1</sup>, Ridwan Sanjaya <sup>2</sup>, L.M.F Purwanto <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Arsitektur Universitas Tanri Abeng, Pesanggrahan, Jakarta Selatan

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Doktor Arsitektur Digital, Universitas Katolik Soegijapranata Bendan Duwur, Kec. Gajahmungkur, Semarang

\*Correspondence: E-mail: [firmansyah.bachtiar@tau.ac.id](mailto:firmansyah.bachtiar@tau.ac.id)

### ABSTRACT

*Living and working as human daily activities need to be combined with the existence of casual social activities. The space for social interaction is defined as Third Place based on Oldenburg theory. It appears in various forms such as cafes, coffee shops, restaurants and urban open spaces as well. In line with the development of digital technology, the characteristics of the Third Place began to change due to the activities and space requirements of its users. This research was carried out using a qualitative approach through literature studies related to the Third Place and digital technology, especially immersive media and its influence in creating interactions and new architectural forms of a social interaction space. This study aims to look at typology that can be observed during the development of society era before the digital ages (Society 1.0, 2.0, 3.0) until the era of digital ages (Society 4.0, 5.0). These changes can be seen in the transformation of interaction relations between spaces and how new spatial characteristics of space will emerge to accommodate the variety of social interactions in the real world and in the virtual world. The findings can provide an overview of the role of architecture to shape the social environment in a virtual world.*

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Submitted/Received 14 Januari 2023

First Revised 15 Maret 2023

Accepted 20 Mei 2023

First Available online 1 Juni 2023

Publication Date 1 Juni 2023

#### Keyword:

third place,  
digital age,  
space,  
typology

## ABSTRAK

Rutinitas manusia yang melibatkan kegiatan bermukim dan bekerja memunculkan kebutuhan untuk bersosialisasi secara informal dan kasual. Ruang untuk bersosialisasi ini menurut teori Oldenburg disebut sebagai Ruang Ketiga, dan muncul dalam berbagai bentuk seperti kafe, kedai kopi, restaurant hingga ruang terbuka kota. Sejalan dengan perkembangan teknologi digital dan peradaban manusia, karakteristik Ruang Ketiga mulai berubah karena perubahan aktivitas dan kebutuhan ruang penggunaannya. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui studi literatur terkait Ruang Ketiga dan teknologi digital khususnya terkait immersive media dan pengaruhnya dalam penciptaan interaksi dan wujud arsitektur baru dari suatu ruang interaksi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk melihat jejak perubahan yang dapat diamati selama perkembangan peradaban masyarakat pada era sebelum perkembangan teknologi digital (Society 1.0, 2.0, 3.0) hingga pada era perkembangan teknologi digital (Society 4.0, 5.0). Perubahan tersebut dapat dilihat pada transformasi hubungan interaksi antara ruang dan bagaimana karakteristik keruangan yang baru muncul untuk mewadahi perpaduan interaksi sosial di dunia nyata dan di dunia virtual. Temuan yang dihasilkan dapat memberikan gambaran mengenai peran arsitektur untuk membentuk lingkungan sosial dalam suatu dunia virtual.

**Kata Kunci:**  
ruang ketiga,  
era digital,  
ruang, tipologi

Copyright © 2023 Universitas Pendidikan Indonesia

---

## 1. PENDAHULUAN

Istilah *Third Place* atau Ruang Ketiga dipopulerkan oleh seorang sosiolog perkotaan, Ray Oldenburg, menyebutkan mengenai ruang untuk bersosialisasi secara kasual dan informal, di luar ruang tempat tinggal (Ruang Pertama) dan ruang tempat bekerja (Ruang Kedua) (Oldenburg, 1989). Budaya bersosialisasi sudah melekat dalam kehidupan manusia meskipun muncul dalam derajat tingkatan yang berbeda. Kegiatan sosialisasi ini seringkali dikenal dengan istilah populer seperti *hangout*, dimana kegiatan ini tidak dilakukan hanya sekali saja namun secara rutin dan berulang di kedai kopi, bar, kafe dan sebagainya (Oldenburg, 2001). Ruang Ketiga sendiri dapat hadir dalam berbagai bentuk seperti *café*, *barber shop*, gereja, restaurant dan *retail store*, (Oldenburg, 2001) namun Ruang Ketiga sendiri bisa juga hadir tidak sebagai sesuatu yang dirancang sebelumnya, tapi dapat menjadi tempat yang dirasa nyaman sebagai “rumah” (Mehta & Bosson, 2010). Karakteristik *ruang ketiga* menurut Oldenburg sendiri memiliki sifat antara lain netral, kesetaraan status, didominasi percakapan, kemudahan akses, terdapat pengunjung rutin, *low profile*, *playful*, dan terasa seperti di rumah (Oldenburg, 1989). Ruang Ketiga ini umumnya hadir dalam bentuk ruang yang berskala lokal, intim, spontan dan didominasi pelanggan tetap. Namun dalam perkembangannya, konsep Ruang Ketiga juga dimanfaatkan secara komersial untuk bisa menarik pelanggan. Starbucks, sebagai *franchise* kedai kopi populer, mengklaim diri mereka sebagai Ruang Ketiga dengan memberikan pengalaman baru menikmati kopi dengan menjual suasana berupa tata ruang modern, internet gratis, dan layanan yang baik sehingga menjadi tempat favorit bagi generasi milenial menghabiskan waktu (Brewer, 2022), (Widiyanti & Harti, 2021).

Pandemi Covid-19 turut membentuk suatu pola baru dalam mendefinisikan interaksi sosial, dimana kebutuhan menjaga jarak membuat upaya menikmati Ruang Ketiga harus dilaksanakan dengan pendekatan lain. Pandemi telah mengubah bentukan ruang yang beradaptasi terhadap batasan-batasan yang tercipta saat karantina diperlakukan (Abd Elrahman, 2021). Ruang interaksi sosial tatap muka yang dibatasi selama pandemi ini (termasuk aktivitas *hangout* di kafe) membuat adanya suatu perubahan orientasi sosial masyarakat, dimana sebelumnya interaksi virtual hanya untuk kondisi informal dan kasual akhirnya menjadi rutinitas dalam kegiatan bekerja dan beraktivitas. Hal ini membuat masyarakat menjadi mulai terbiasa dengan interaksi virtual dan perlahan-lahan mulai menggantikan aktivitas bersosialisasi di ruang nyata. Namun tidak dipungkiri, bahwa interaksi fisik tidak selamanya dapat tergantikan dengan virtual. Setelah melewati masa kritis pandemi dan mulai menapak ke kondisi *new normal*, kegiatan di ruang sosial mulai perlahan hidup kembali dengan adanya penyesuaian teritorial pada kondisi pasca pandemi seperti pembatasan jarak, monitoring suhu, protokol kesehatan (Uthpala & Meetiyagoda, 2022), (de Yong, Rachmawati, & Defiana, 2021).

Perkembangan dunia teknologi dalam beberapa dekade belakangan ini telah memunculkan suatu perubahan dalam gaya hidup manusia, antara lain dalam hal bersosialisasi dan berinteraksi sosial. Kehadiran media sosial dan teknologi membuat cara berkomunikasi manusia menjadi lebih variatif, dapat dilakukan melalui interaksi secara langsung maupun secara virtual. Meskipun komunikasi tatap muka memberikan simbol-simbol non-verbal yang lebih jelas, komunikasi melalui *cyberspace* cenderung memberikan keberlanjutan lebih panjang (Candrasari, 2020). Kondisi ini membawa pada berbagai bentuk perubahan baik dari segi penciptaan arsitektur maupun ruang aktivitas yang mendorong manusia untuk dapat berinteraksi satu sama lain. Perkembangan teknologi memberikan pengaruh pada bentuk interaksi sosial dan Ruang Ketiga khususnya di masa datang. Kehadiran *immersive media*, dimana manusia dapat merasakan masuk ke dalam suatu dunia rekaan/virtual, membuka peluang kehadiran wujud baru dari suatu pengalaman sosial dan

keruangan, termasuk dalam suatu Ruang Ketiga. Pengalaman ini mencakup kemampuan suatu rancangan yang memberikan pengalaman untuk mengenali suatu *landmark*, menjelajahi fasilitas yang ada, memberikan cerita yang dramatis, dan memberikan atraksi yang menarik (Mikunda, 2004). Bentuk ruang ketiga juga hadir tidak hanya dalam wujud fisik, namun bisa berupa ruang virtual, seperti halnya dalam suatu komunitas *game online*. Ruang Ketiga virtual menjadi tempat yang mereduksi perbedaan antar *user*, memberikan bentuk ruang yang otentik dan berlaku sebagai "*encaves of lifestyle*" yang melibatkan orang-orang yang belum pernah ditemui sebelumnya (Markiewicz, 2019). Hal ini memunculkan pertanyaan bagaimana bentuk ruang ketiga akan bertransformasi sejalan dengan munculnya teknologi digital yang memberikan alternatif baru pemaknaan terhadap suatu ruang yang nyata dan maya. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu transformasi ruang sosial seperti misalnya Ruang Ketiga Oldenburg, yang dapat dilihat dari dua masa perkembangan teknologi yang berbeda, yaitu era sebelum dan sesudah perkembangan teknologi digital. Penelitian dilakukan melihat jenis interaksi sosial yang terjadi dan kebutuhan ruang yang muncul untuk mewadahi perubahan yang ada. Temuan terhadap transformasi ruang tersebut diharapkan dapat menjadi landasan untuk pengembangan riset lebih lanjut dan juga bisa menjadi dasar pijakan pengembangan dan pengubahsuaian Ruang Ketiga untuk dapat lebih merespon perkembangan era digital di masa datang.

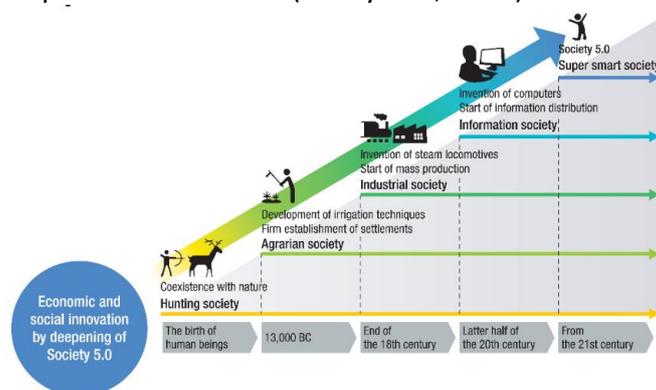
## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan melalui studi literatur terhadap beberapa hasil studi yang melibatkan penelitian mengenai wujud Ruang Ketiga atau ruang untuk bersosialisasi dalam berbagai periode peradaban manusia, mulai dari era sebelum perkembangan teknologi (Society 1.0) hingga era *smart society* (Society 5.0). Studi literatur ini dilakukan melihat karakter interaksi sosial dan keruangan terhadap Ruang Ketiga yang dinyatakan oleh Oldenburg sebagai suatu ruang bersosialisasi informal. Definisi Ruang Ketiga sendiri baru dicetuskan setelah tahun 1990, sehingga sebelum munculnya istilah tersebut ruang-ruang yang digunakan sebagai tempat berinteraksi sosial masyarakat dapat didefinisikan sebagai ruang sosial yang setara dengan Ruang Ketiga Oldenburg. Data dikumpulkan melalui penjelajahan terhadap publikasi yang dapat berasal dari jurnal, prosiding, buku, *book chapter* ataupun artikel media yang terpercaya. Proses pengumpulan data dimulai dari upaya menentukan referensi mengenai periode peradaban manusia yang digunakan sebagai rujukan untuk menganalisa kronologi perubahan yang terjadi di Ruang Ketiga. Berdasarkan dari hal tersebut, pencarian kata terkait ruang yang digunakan terkait interaksi sosial seperti "ruang sosial", "ruang ketiga", "interaksi sosial" dalam versi bahasa Inggris maupun Indonesia, dan kemudian pencarian literatur tersebut dikaitkan dengan periodisasi yang sudah ditentukan. Data yang dikumpulkan tidak terbatas pada suatu tahun tertentu, disebabkan data yang dikumpulkan juga terkait dengan informasi terkait Ruang Ketiga di masa lampau. Data-data analisis diperoleh melalui pengamatan hasil kajian dari riset-riset yang telah dilakukan maupun melalui literatur dari berbagai sumber yang mewakili obyek-obyek yang diakui sebagai suatu Ruang Ketiga. Analisa dilakukan dengan mengidentifikasi jenis interaksi sosial yang terjadi dan karakteristik ruang arsitektural yang muncul pada waktu tertentu. Temuan yang diperoleh dari identifikasi tersebut menjadi dasar untuk memetakan tipe ruang ketiga atau ruang sosial, tipologi interaksi yang terjadi dan kebutuhan ruang arsitektural.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi ruang ketiga oleh Oldenburg dirumuskan pada saat perkembangan ICT belum pesat seperti saat ini. Pada masa tersebut, interaksi manusia masih didominasi berupa perbincangan langsung secara tatap muka. Pada era perkembangan digital saat ini, bentukan ruang ketiga berkembang tidak hanya menjadi ruang interaksi secara langsung namun menjadi juga sebagai ruang tempat berinteraksi secara virtual (misalnya kuliah *online*, *virtual meeting*, *multiplayer online game*, dsb). Kegiatan yang biasanya dilaksanakan di Ruang Kedua (bekerja) pun sudah terbawa hingga di ruang 'netral' seperti bekerja di *café*, dan restaurant yang dilakukan oleh *flexible workers* (Mimoun & Gruen, 2021). Kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan di Ruang Pertama (bermukim) juga sudah mulai terintervensi dengan kegiatan menghuni di Ruang Ketiga (ruang sosial), seperti contohnya komunitas yang tinggal setiap hari di *private booth internet café* di Jepang (Hirata, 2011).

Peradaban manusia dapat dibagi menjadi beberapa periode yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi manusia, dimulai dari awal era pra sejarah hingga perkembangan era kecerdasan buatan yang ditandai dengan era *Society 1.0* hingga *Society 5.0* (Fukuyama, 2018). Peradaban awal disebut *Society 1.0* merupakan kehidupan di jama pra sejarah, dimana manusia memanfaatkan alam dan teknologi sederhana untuk berburu/mengumpulkan bahan kebutuhan dalam kehidupan nomaden. *Society 2.0* menggambarkan masa dimana manusia mulai merambah ilmu pengetahuan dan teknologi irigasi dan agraria membuat manusia mulai hidup menetap. *Society 3.0* menandakan penemuan mesin uap yang mendorong terjadinya revolusi industri dan produksi massal. *Society 4.0* merupakan masa dimana penemuan komputer dan internet berperan sebagai penunjang di berbagai bidang pekerjaan manusia. *Society 5.0* berkembang dengan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk membuat kehidupan manusia menjadi lebih baik, termasuk pengembangan kecerdasan buatan yang membantu pekerjaan manusia. Jika kita melihat dari pembagian era yang ada, maka dapat dilihat bahwa pengaruh teknologi digital mulai berpengaruh di pertengahan abad 20, seiring dengan penemuan komputer dan internet (Fukuyama, 2018)



**Gambar 1.** Perkembangan Peradaban Manusia dan Pemanfaatan Teknologi  
(Sumber : Fukuyama, 2018)

#### 3.1 Ruang Ketiga Sebelum Perkembangan Era Digital

*Society 1.0 (Hunting Society)* merupakan awal peradaban manusia dimana kegiatan manusia terfokus pada kegiatan mengumpulkan makanan dan berburu. Manusia hidup dalam kelompok yang nomaden, sehingga unsur hunian, bekerja dan bersosialisasi masih terjadi dalam satu kesatuan ruang dalam kehidupan sehari-hari. Dalam masa ini, bentukan ruang ketiga secara konteks keruangan belum muncul karena kebutuhan akan ruang peralihan dari bermukim dan bekerja tidak terjadi. Manusia hidup dalam kelompoknya sendiri yang pada perkembangannya mulai menemukan interaksi dengan kelompok lain sehingga memunculkan suatu percampuran budaya. (Belfer-Cohen & Hovers, 2020).

Ruang interaksi sosial pada era *Society 2.0 (Agricultural)* terkait dengan perkembangan peradaban umat manusia yang mulai mengenal pengetahuan dan teknologi agrikultur yang menyebabkan mulai menetapnya manusia untuk bermukim dan bekerja. Perubahan paradigma sosial dari *hunting society* dan nomaden menjadi tinggal menetap membuat berkembangnya berbagai bentuk entitas ruang seperti pemukiman, kota dan kerajaan. Cikal bakal Ruang Ketiga dapat dilihat antara lain pada kultur tradisional Cina melalui budaya minum teh. Pola perkembangan interaksi sosial dalam budaya minum teh di Cina menunjukkan suatu transformasi, dimana kegiatan minum teh yang berlangsung awalnya di lingkungan kerajaan dan diperuntukkan untuk para petinggi kerajaan dan pemuka agama/pendeta, mulai menyentuh ke golongan rakyat kecil. Pada akhirnya budaya minum teh sekaligus tempat berkumpul dan bersosialisasi ini tumbuh pesat di jaman dinasti Tang (Benn, 2016). *Tea house* mulai berkembang dan memiliki transformasi bentuk sebagai tempat mengobrol, berjualan bahkan pertunjukan kesenian (Li, 2015).

Dalam konteks yang lain, ruang bersosialisasi juga muncul karena budaya minum dalam bentuk komoditas yang berbeda yaitu kopi. Perkembangan awal *coffee house* adalah di jaman kerajaan Ottoman, namun karena tempat tersebut menjadi tempat berkumpul dan dianggap dapat memicu pelanggaran hukum Islam dan pemberontakan terhadap kerajaan, konsep *coffee house* kemudian dilarang (Karababa & Ger, 2011). Perkembangan ruang sosial pada waktu itu dalam bentuk *tea house*, *coffee house* dan *tavern/pub* umumnya masih dalam jangkauan jarak yang dekat dengan tempat tinggal dan bekerja. Hal ini disebabkan antara lain karena mobilitas manusia pada masa itu masih terbatas, dimana pergerakan ke tempat kerja dan tempat tinggal hanya melalui berjalan kaki dan menunggangi hewan. Bentuk ruang secara arsitektural dapat diidentifikasi berupa penempatan meja dan kursi dalam kelompok yang besar, memungkinkan banyak orang untuk sekaligus berkumpul pada tempat yang sama. Pada perkembangannya, selain sebagai tempat menikmati minum teh /kopi, ruang sosial juga seringkali dilengkapi tempat hiburan (*performing art*), tempat prostitusi dan bertransaksi perdagangan. Tempat ditata dalam bentuk yang terang, luas dan disertai semarak suara hiburan dan pagelaran (Gao, 2021). Pada Dinasti Ming, penataan *interior tea house* sudah lebih diperhatikan dekorasinya untuk dapat menarik lebih banyak segmen masyarakat untuk bersosialisasi lebih dari sekedar mengobrol dan minum teh (Li, 2015).

Pada era *Society 3.0 (Industrial)*, rentang waktu berada pada masa perkembangan revolusi industri di akhir abad 18. Seiring dengan mulai ditemukannya teknologi mesin dan alat untuk menghasilkan produk dalam jumlah besar, jarak antara tempat tinggal dan bekerja menjadi relatif lebih jauh. Pada masa ini, seiring dengan perkembangan infrastruktur dan ekonomi, maka pola bekerja manusia juga berbeda dari di jaman *Society 2.0*. Waktu kerja pada bidang industri berubah menjadi lebih padat (*kerja shift*) seiring dengan tuntutan *mass production*. Kepenatan selama bekerja dalam durasi yang lama dan jarak tempuh pulang yang lebih jauh mulai memunculkan kebutuhan ruang untuk bersosialisasi (Oldenburg, 1989). Pada era 1960-70 Ruang Ketiga pada era ini muncul dalam berbagai bentuk, seperti *restaurant*, *retail store*, *barber shop*, gereja, restoran, *bowling hall* dan bentuk lainnya. Pada beberapa contoh ruang seperti *café*, *pub*, *bier garten*, pola ruang yang terbentuk antara lain penataan tata letak meja kursi yang berada di dalam maupun di luar bangunan (Oldenburg, 2001). Pada kafe-kafe di Eropa umumnya memiliki dua opsi penataan ruang bersosialisasi, yaitu di dalam bangunan dan di sekitar teras bangunan (khususnya pada musim panas). Kafe-kafe di Paris memiliki ruang duduk di luar yang menjadi favorit pengunjung untuk melihat aktivitas di sekitar jalan (Cafe De La Paix, 2020). Karakteristik ruang yang tercipta antara lain pengelompokan kursi yang biasanya dalam jumlah besar berupa meja panjang atau meja dengan 4 atau lebih kursi. Salah satu konsep penataan kursi-kursi di bagian teras kafe antara lain sebagai eksistensi diri,



**Gambar 2.** Karakteristik Ruang Sosial di Society 2.0 (kiri) dan Society 3.0 (kanan)  
Sumber : Benn, 2016 (kiri) & Café de La Paix, 2020 (kanan)

### 3.2. Ruang Ketiga pada Era Perkembangan Teknologi Digital

Ruang Ketiga sebagai tempat bersosialisasi non formal mulai mengalami modifikasi dan perubahan wujud ketika teknologi digital dan ICT berkembang, khususnya di awal era tahun 90-an. Pada masa ini, masyarakat mulai menapak masuk pada Society 4.0 (*Information Society*) dimana teknologi informasi mulai berperan di dalam kehidupan manusia, Perkembangan internet ditandai dengan mulai adanya kebutuhan akses internet untuk kebutuhan pekerjaan, pendidikan, hiburan dan komunikasi. Belum meratanya akses internet di Indonesia pada contohnya memunculkan suatu ruang dengan wujud baru yaitu *internet café/warnet* (warung internet) yang dapat memiliki karakteristik sebagai Ruang Ketiga. Bentuk warnet memiliki beberapa karakter seperti mejadi tempat transit reguler pasca bekerja/beraktivitas, namun memiliki juga karakter yang berlawanan dengan definisi Ruang Ketiga Oldenburg khususnya terkait intensitas komunikasi. Interaksi sosial yang tercipta lebih pada komunikasi secara *online* dengan kerabat/rekanan bahkan dengan orang asing melalui media *email* atau media *chat*. Warnet justru menghadirkan suasana yang hening dan bersifat lebih privasi, dimana pembagian ruang diatur dalam bentuk bilik/*cubicle* dan ruang privasi yang terkadang disalahgunakan untuk kegiatan penyimpangan susila (Yudono & Pinasti, 2018).

Perkembangan teknologi digital diinisiasi juga dalam konteks *e-commerce*, dimana kemunculan Amazon di tahun 1995 membawa banyak orang terlibat aktif dalam situs penjualan *online*, dan kehadiran iTunes di 2001 berdampak pada perubahan yang membuat keberadaan produk CD musik menjadi punah, digantikan dengan layanan *streaming* (Malter & Rindfleisch, 2019). Perkembangan *smartphone* turut mendorong terjadinya perubahan budaya hidup digital, ditandai dengan perkembangan Blackberry, iPhone dan Android yang membuat teknologi *smartphone* yang awalnya berfokus pada segmen bisnis akhirnya menjadi lebih terjangkau untuk segmen konsumen umum. (Rahim Soomro & Sarwar, 2013). Perkembangan media sosial membuka peluang untuk bersosialisasi secara virtual tanpa batas, baik dengan orang yang sudah dikenal sebelumnya, maupun orang asing yang baru dikenal di dunia maya. Keperluan rekognisi dan eksistensi diri ini memunculkan kebutuhan-kebutuhan ruang yang sering dikaitkan dengan pencitraan diri untuk konten di media sosial yang memunculkan fenomena hiperrealitas (Khairiyah et al., 2018).

Dampak gaya hidup digital juga mulai mempengaruhi unsur keruangan dari Ruang Ketiga konvensional (kafe, kedai kopi, dan sebagainya). Interaksi yang muncul tidak hanya dalam komunikasi tatap muka, namun juga menjadi tempat yang dipilih untuk interaksi secara virtual dan bahkan tempat untuk memunculkan citra untuk kebutuhan konten media sosial. Kebutuhan akan aktivitas digital ini memunculkan suatu kebutuhan arsitektur yang baru pada suatu Ruang Ketiga. Jika dilihat dari wujud arsitektur, bangunan-bangunan komersial yang ada

umumnya dirancang untuk dapat terlihat menarik sehingga mengundang pengunjung untuk datang. Dari segi penataan ruang pada bangunan, kebutuhan untuk bisa secara fleksibel melakukan kegiatan bersantai dan bekerja membuat diperlukannya ruang-ruang yang bisa dimanfaatkan untuk berbagai fungsi. Ruang pada kafe dan restaurant yang pada hakikatnya adalah tempat untuk makan, minum dan mengobrol, saat ini memerlukan ketersediaan furniture dan fasilitas yang memungkinkan untuk bekerja menggunakan laptop. Hal ini antara lain dapat diamati di Starbucks, dimana interior dirancang untuk mengakomodasi gaya hidup digital (kebutuhan akan *power socket*, *wifi*, *touchless device*) dan konfigurasi meja-kursi yang memungkinkan variasi untuk pengunjung tunggal, berpasangan dan kelompok (Nadizti, Hanan, & Syamwil, 2021). Perkembangan di era Society 4.0 juga berdampak pada munculnya modifikasi pada Ruang Ketiga, seperti trend *remote working* yang menunjang produktifitas (Mimoun & Gruen, 2021) dan kemunculan ruang untuk *coworking*, *coliving* dan *comingling*, dimana terjadi peleburan antara ruang kesatu, kedua dan ketiga (Morisson, 2018). Fungsi ruang yang menerapkan konsep *sharing space* dan *sharing function* ini muncul seiring dengan adanya perkembangan trend *remote working*, *digital nomad* dan *virtual office* sehingga memunculkan suatu wujud arsitektur ruang yang baru dengan adanya ketergantungan terhadap ketersediaan teknologi digital.



**Gambar 3.** Karakteristik Ruang Ketiga dengan Aktivitas *Remote Working* (kiri) dan *Co-Working* (kanan)

Sumber : Liputan 6.com, 2018 (kiri) dan Detik.com, 2019 (kanan)

Perkembangan pada *Society 5.0 (Super Smart Society)* tidak terlepas dari perkembangan digital sebagai lanjutan dari *Society 4.0*. Salah satu fenomena yang memunculkan transformasi bentukan ruang ketiga dalam suatu wujud yang berbeda adalah perkembangan interaksi virtual yang saat ini mulai muncul dalam berbagai platform. Kegiatan interaksi virtual yang sudah berkembang dan dirasakan di masyarakat adalah interaksi *Virtual Environment (VE)* dalam permainan *online multiplayer* seperti Roblox Minecraft, dimana pemain dapat masuk ke dalam komunitas virtual, membuat “rumah” sendiri di dunia maya, membentuk karakter sendiri (*avatar*) dan berinteraksi bersama berbagai *users* dari seluruh dunia dalam suatu wujud ruang non fisik yang merefleksikan ruang di dunia nyata (Halvorson, 2010). Pengalaman ini merefleksikan apa yang terjadi di Ruang Ketiga nyata, dimana kegiatan di dunia virtual tersebut juga memberikan kesetaraan dari para pemain yang terlibat, dapat melibatkan diri dalam perbincangan *real time*, akses yang mudah (dapat dari mana saja dan kapan saja) dan secara reguler dikunjungi (bahkan menimbulkan adiksi bagi orang tertentu). Semua hal tersebut merupakan ciri yang dapat ditemui pada interaksi di dunia nyata, namun saat ini pengalaman itu dapat juga dialami di dunia virtual. Arsitektur dapat memiliki peran dalam membentuk latar suasana dunia virtual tersebut untuk menyesuaikan dengan kebutuhan visual. Penciptaan ruang dan bangunan yang menarik dan unik pada alam virtual tersebut dapat mendorong para pemain untuk senantiasa berkunjung dan menggunakan *setting* ruang tersebut sebagai arena interaksi.

Perkembangan dunia virtual berkembang lebih lanjut dengan adanya teknologi dalam bentuk *immersive media* yang menstimulasi kehadiran fisik secara virtual, sehingga pengamat merasakan *telepresence* yang membuat pengguna merasa masuk ke dalam lingkungan digital yang dibuat (sensasi yang disebut “*being there*” (Kaplan-Rakowski & Meseberg, 2018). Ruang pada Society 5.0 memadukan *cyberspace* dan *physical space* (Deguchi et al., 2020), dan berpeluang muncul dalam dua variasi bentuk yaitu ruang secara fisik dengan pemanfaatan teknologi digital yang lebih berkembang, maupun ruang virtual yang membuat pengalaman bersosialisasi secara interaktif dapat dilakukan dalam ranah dunia virtual. Perkembangan yang sedang berlangsung adalah penciptaan ruang melalui integrasi VR yang membawa individu ke dalam perspektif orang pertama (*first person*) untuk memperoleh pengalaman di dunia virtual yang menyerupai dunia sebenarnya.

Teknologi *Virtual Reality* (VR) memungkinkan terciptanya pengalaman visual yang lebih interaktif, namun secara panca inderawi, hanya ada dua indera yang disimulasikan secara virtual yaitu pengelihat dan pendengaran, sedangkan indera yang lain tetap berada di dunia nyata (Halvorson, 2010). Kondisi ini yang memunculkan pengembangan media virtual yang baru dalam bentuk *Augmented Reality* (AR). Suatu ruang publik dapat menjadi lebih interaktif dengan teknologi AR dikarenakan teknologi ini dapat memadukan dunia nyata dan virtual yang diamati melalui bantuan gadget (*smartphone, smart glasses, dan lainnya*) untuk menyampaikan informasi yang paralel melibatkan latar belakang dunia nyata dengan *overlay* informasi digital yang muncul. Pemanfaatan AR sendiri di dunia arsitektur dapat mencakup mulai proses perancangan hingga implementasi dalam bentuk penyematan informasi pada sosok bangunan yang telah terbangun (Wastunimpuna & Purwanto, 2021). Setelah VR dan AR muncul pengembangan dalam bentuk *Mixed Reality* (MR) yang memadukan dan meleburkan antara obyek di dunia nyata dan virtual dalam suatu ruang yang sama (Djukić & Aleksić, n.d.). Teknologi MR ini dapat sekaligus memberikan perspektif baru dalam proses perancangan dan pembentukan ruang dimana interaksi yang terjadi merupakan penggabungan antara *Augmented Reality* (AR) dan *Augmented Virtuality* (VR) (Çöltekin et al., 2020). Pengembangan lebih lanjut dapat terlihat dari penciptaan *Metaverse*, yaitu ruang dimana pengguna dapat berada di dunia nyata dan maya sesuai kebutuhan dan memberikan peluang interaksi antar sesama pengguna lain maupun dengan obyek yang ada di dalam ruang virtual tersebut (Sanjaya, 2022). Salah satu contoh *Metaverse* adalah konsep *Decentraland’s Genesis City* yang mencakup ribuan *parcel* kota virtual, yang dapat dibeli dan dimiliki personal melalui mekanisme NFT (Güven & Ercan, 2022) atau *Nester City* dimana dapat terjadi transaksi terhadap karya arsitektur virtual (Sanjaya, 2022). Meskipun didominasi ruang yang dapat diprivatisasi, namun dunia tersebut tetap memiliki *parce* publik untuk interaksi umum seperti jalan dan plaza, dan juga ada distrik-distrik khusus yang dimiliki oleh komunitas tertentu (Florian, 2022). *Metaverse* akan memberikan dimensi ruang yang baru terhadap pemahaman interaksi sosial, dimana tidak akan ada batas-batas tertentu bagi seseorang untuk berinteraksi, dan keberadaan avatar sebagai pengganti kehadiran sosok nyata cenderung dapat menghasilkan upaya merubah tampilan agar bisa terlihat selalu menarik di dunia virtual (Dwivedi et al., 2022). Interaksi avatar dan berbagai macam aktivitas dunia nyata bisa dibawa ke suatu *metaverse*, seperti berdialog, menghadiri acara, berjual beli dan bertemu orang baru. Hal ini berpotensi memberikan suatu sudut pandang baru bagi wujud Ruang Ketiga virtual, dimana dapat terbentuk ruang-ruang digital yang memang memungkinkan para *user* untuk bertemu, bersosialisasi dan beraktivitas bersama dengan perantara avatar. Ruang-ruang digital ini dapat menjadi ranah bagi suatu pendekatan arsitektur untuk menciptakan ruang yang inovatif, yang sulit diwujudkan di dunia nyata dengan segala keterbatasannya. Pada suatu *metaverse*, intensitas interaksi yang terjadi sudah menyerupai dunia nyata, dimana dalam perkembangannya pihak yang terlibat tidak hanya

bisa sekedar menyapa, berbincang, namun juga memungkinkan interaksi jual beli dan menguasai properti.



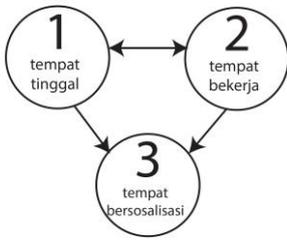
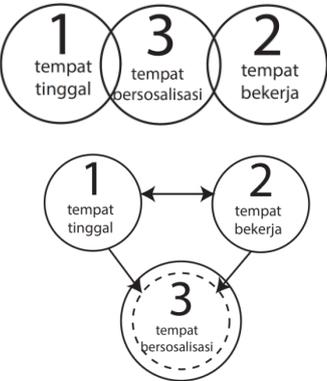
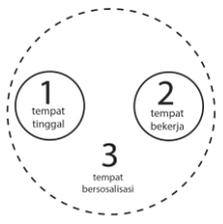
**Gambar 4.** Parcel NFT yang dapat Ditransaksikan (kiri) dan Interaksi Sosial pada *Metaverse Decentraland* (kanan)  
(Sumber: Guven, 2022 )

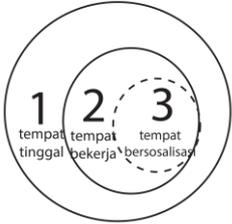
### 3.4. Transformasi Tipologi Ruang Ketiga

Jika melihat dari tipologi bentukan ruang Ruang *Ketiga* mulai dari Society 1.0 hingga ke Society 5.0 maka dapat dilihat adanya perubahan karakteristik interaksi sosial dan karakteristik ruang yang terbuka dari perubahan Ruang Ketiga. Karakteristik interaksi sosial dilihat dari keterhubungan antar individu di dalamnya, terkait hirarki interaksi yang dapat bersifat terbatas (hanya kelompok tertentu) atau tidak terbatas. Interaksi sosial ini juga akan memunculkan suatu pola terhubungan keberadaan aktivitas tersebut terhadap aktivitas lainnya. Karakteristik Ruang yang tercipta dapat dilihat dari bentukan massa bangunan, susunan ruang, suasana interior, desain furniture, dan *signage*.

**Tabel.1** Perkembangan Tipologi Ruang Ketiga dalam Berbagai Era

Era	Tipologi Ruang Ketiga	Karakteristik Interaksi Sosial	Karakteristik Ruang
Sebelum Perkembangan ICT	<p><i>Society 1.0. (Hunting Society)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interaksi sosial berlangsung selama proses menjalani kehidupan sehari-hari.</li> <li>- Intreraksi sosial cenderung eksklusif dalam kelompok sendiri, tidak berinteraksi dengan kelompok lain.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang sosial tidak hadir dalam wujud fisik namun berbaaur menjadi satu.</li> <li>- Ruang dapat berada dalam suatu perlindungan/<i>shelter</i> dari alam (misalnya gua)</li> <li>- Tidak ada batas ruang yang jelas antara ruang tinggal dan kerja (berburu)</li> <li>- Interaksi sosial berlangsung dalam ruang yang spontan (tidak direncanakan).</li> </ul>
	<p><i>Society 2.0. (Agriculture)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jarak rumah tempat bekerja relatif dekat, sehingga interaksi sosial umumnya berlangsung di sekitar lingkungan tempat tinggal/kerja.</li> <li>- Interaksi terbatas oleh strata sosial, sehingga interaksi sosial terjadi pada golongan tertentu.</li> <li>- Interaksi sosial mulai mengalami pembauran saat munculnya kultur minum teh/kopi yang terjadi di masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belakangan dengan perkembangan <i>tea house/coffe house/tavern</i> di beberapa kebudayaan, ruang ketiga mulai muncul namun relatif masih dalam jarak yang dekat dengan ruang pertama dan kedua (karena keterbatasan teknologi transportasi)</li> <li>- Susunan meja-kursi mayoritas ditata berkelompok dalam jumlah besar.</li> <li>- Ruangan tidak hanya memberikan pelayanan minum/makan tapi</li> </ul>

Era	Tipologi Ruang Ketiga	Karakteristik Interaksi Sosial	Karakteristik Ruang
	<p data-bbox="367 380 606 414"><i>Society 3.0 (Industry)</i></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interaksi yang terjadi cenderung informal, dan dalam perkembangannya pembicaraan juga menyentuh ke masalah politik.</li> <li>- Perkembangan era industri membuat jarak tempat tinggal dan bekerja semakin jauh, dan waktu kerja yang makin panjang membuat kebutuhan akan ruang untuk bersosialisasi menjadi lebih dirasakan.</li> <li>- Sosilasi kasual pasca bekerja atau di sela waktu senggang menjadi gaya hidup yang berkembang di seluruh dunia melalui kehadiran café, restoran, <i>coffee shop</i>.</li> <li>- Interaksi sosial berkembang tidak hanya berjalan dua arah (perbincangan beberapa orang), namun juga bisa berupa kegiatan melihat orang melintas seperti terlihat di café-café di Eropa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>berkembang dengan tersedianya ruang untuk pentas kesenian.</li> <li>- Ruang yang memungkinkan bersosialisasi dalam kelompok maupun berpasangan.</li> <li>- <i>Setting</i> kegiatan dapat berada di <i>indoor</i> ataupun <i>outdoor</i>.</li> <li>- Ruang yang ada bersifat netral, dapat dikunjungi oleh berbagai segmen dan merupakan ruang yang murni untuk bersosialisasi tatap muka.</li> <li>- Desain bangunan tidak terlalu menonjol karena yang diutamakan adalah suasana yang terbentuk di dalamnya</li> <li>- Suasana interior ditata layaknya rumah, memiliki tempat-tempat yang sering digunakan oleh pengunjung reguler.</li> </ul>
<p data-bbox="199 1064 295 1176">Setelah Perkembangan ICT</p>	<p data-bbox="367 1064 646 1097"><i>Society 4.0 (Information)</i></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk interaksi sosial tidak hanya dalam bentuk tatap muka fisik namun juga virtual.</li> <li>- Perkembangan internet dan gadget membuat kebutuhan komunikasi bisa relatif dilakukan dari mana saja dan dapat lebih fleksibel dilakukan tanpa harus mengunjungi tempat tertentu.</li> <li>- Kehadiran di ruang ketiga fisik masih dirasa perlu karena pengalaman tersebut belum bisa tergantikan, namun aktivitas sosial yang terjadi sudah bercampur antara interaksi fisik dan virtual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interaksi sosial mulai ada pencampuran antara kehadiran fisik di ruang ketiga, dan interaksi virtual di ruang ketiga fisik.</li> <li>- Ruangan yang ada perlu menyediakan fasilitas pendukung teknologi digital seperti penyediaan outlet daya listrik, akses internet, pembayaran digital, dan sebagainya.</li> <li>- Setting ruang perlu mengakomodasi kebutuhan setting individual maupun kelompok.</li> <li>- Ruang ketiga menyediakan fleksibilitas sekaligus sebagai ruang kedua (bekerja), bahkan ruang ketiga (tinggal).</li> <li>- Pada fase ini juga berkembang bentuk <i>hybrid</i> dari ketiga ruang dalam bentuk <i>coworking space/coliving space</i>.</li> </ul>
	<p data-bbox="367 1848 646 1881"><i>Society 5.0 (Super Smart)</i></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interaksi sosial secara digital makin berkembang melalui penciptaan dunia virtual dalam dengan dukungan <i>immersive media</i> (VR/AR/MR/XR/Metaverse).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang Ketiga bisa hadir secara virtual, dan dapat diakses baik dari ruang pertama atau ruang ketiga.</li> <li>- Ruang untuk berinteraksi dapat hadir dalam berbagai tampilan</li> </ul>

Era	Tipologi Ruang Ketiga	Karakteristik Interaksi Sosial	Karakteristik Ruang
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interaksi fisik masih dapat ditemukan, namun fleksibilitas interaksi virtual dapat semakin luas diimplementasikan dalam masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bentuk di metaverse, dapat berupa bentuk yang menyerupai dunia nyata maupun bentuk baru yang sulit diwujudkan di dunia nyata.</li> <li>- Ruang Ketiga virtual memungkinkan penataan ruang dengan tanpa batasan keruangan yang khusus, namun secara visual masih merefleksikan dunia nyata untuk memberikan kesan yang tetap familiar.</li> <li>- Rumah dapat berpotensi menjadi tempat berlangsungnya kegiatan bekerja dan bersosialisasi secara sekaligus dengan teknologi digital metaverse.</li> </ul>

Sumber : Hasil Analisis, 2023

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan Ruang Ketiga dari peradaban manusia bisa dilihat jejaknya dari bentuk keruangan yang ada sejak jaman pra sejarah (Society 1.0) hingga ke era pengembangan *Artificial Intelligence* dan *Big Data* (Society 5.0). Ruang Ketiga muncul dalam beberapa peradaban manusia dengan karakteristik yang berbeda. Pada tipologi Ruang Ketiga sebelum perkembangan era digital, tatanan interaksi yang tercipta lebih pada interaksi tatap muka. Bentuk ruang arsitektur yang tercipta berupa wujud fisik dengan penataan ruang dan perabot yang memungkinkan adanya interaksi secara aktif maupun pasif.

Tipologi pada Ruang Ketiga di era digital menunjukkan adanya perubahan perilaku interaksi sosial di masyarakat, dimana interaksi fisik mulai berpadu dengan interaksi virtual. Batasan antara Ruang Pertama, Kedua dan Ketiga juga sudah semakin pudar, dimana saat ini banyak berkembang *hybrid place* yang memadukan antara fungsi ruang dalam satu wujud keruangan yang sama dan terintegrasi. Perkembangan *immersive media* memberikan peluang Ruang Ketiga hadir secara virtual dan dapat diakses langsung dari mana saja. Beberapa karakteristik Third Place Oldenburg mulai terasa tidak relevan seiring dengan perkembangan perilaku digital pada masyarakat di era Society 5.0. Hal ini akan memberikan definisi baru terhadap karakteristik Ruang Ketiga Oldenburg yang perlu ditelaah lebih lanjut sejalan dengan makin berkembangnya teknologi di era Society 5.0. Hal ini juga dapat menjadi dasar untuk pengembangan ruang sosial yang tetap memiliki nilai humanis dalam suatu metaverse, sehingga nilai-nilai dari suatu Ruang Ketiga dapat tetap dirasakan meskipun interaksi dilakukan secara virtual.

#### Daftar Pustaka

- Abd Elrahman, A. S. (2021). The Fifth-Place Metamorphosis: The Impact of The Outbreak of COVID-19 on Typologies of Places in Post-Pandemic Cairo. *Archnet-IJAR*, 15(1), 113–130. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/ARCH-05-2020-0095>
- Belfer-Cohen, A., & Hovers, E. (2020). Prehistoric Perspectives on “Others” and “Strangers.” *Frontiers in Psychology*, 10. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.03063>

- Benn, J. A. (2016). Creating a Tea Aesthetic in Tang Dynasty Poetry. Retrieved January 12, 2023, from <https://jsis.washington.edu/china/news/creating-tea-aesthetic-tang-dynasty-poetry/>
- Brewer, B. (2022). Starbucks: We're creating the digital Third Place. Retrieved November 5, 2022, from <https://stories.starbucks.com/stories/2022/starbucks-creating-the-digital-third-place/>
- Cafe De La Paix. (2020). History of Cafe De La Paix. Retrieved January 12, 2023, from <https://www.cafedelapaix.fr/en/history/>
- Candrasari, Y. (2020). Mediated Interpersonal Communication: A New Way of Social Interaction in the Digital Age. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 423, 537–548.
- Çöltekin, A., Lochhead, I., Madden, M., Christophe, S., Devaux, A., Pettit, C., ... Hedley, N. (2020, July 1). Extended reality in spatial sciences: A review of research challenges and future directions. *ISPRS International Journal of Geo-Information*. MDPI AG. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/ijgi9070439>
- de Yong, S., Rachmawati, M., & Defiana, I. (2021). Rethinking territoriality concept on public space after pandemic COVID-19. *International Journal of Public Health Science*, 10(4), 856–864. Retrieved from <https://doi.org/10.11591/IJPHS.V10I4.20825>
- Deguchi, A., Hirai, C., Matsuoka, H., Nakano, T., Oshima, K., Tai, M., & Tani, S. (2020). What is society 5.0? In *Society 5.0: A People-centric Super-smart Society* (pp. 1–23). Springer Singapore. Retrieved from [https://doi.org/10.1007/978-981-15-2989-4\\_1](https://doi.org/10.1007/978-981-15-2989-4_1)
- Djukić, A., & Aleksić, D. (n.d.). *Mixed Reality Environment and Open Public Space Design*.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., ... Wamba, S. F. (2022). Metaverse Beyond the Hype: Multidisciplinary Perspectives on Emerging Challenges, Opportunities, and Agenda for Research, Practice and Policy. *International Journal of Information Management*, 66. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>
- Florian, M. C. (2022). Can Public Space be Created in the Metaverse?
- Fukuyama, M. (2018, June). Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society. *Japan Spotlight*. Retrieved from <http://www8.cao.go.jp/cstp/>
- Gao, G. (2021). A Comparative Study of the Aesthetic Characteristics of Chinese and Japanese Tea Culture. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Language, Communication and Culture Studies (ICLCCS 2021)* (pp. 229–232). Atlantis Press.
- Güven, İ., & Ercan, T. (2022). Factors Determining the Value of Property: Comparison of Real World and Metaverse. In *7th International Project and Construction Management Conference (IPCMC2022)* (pp. 563–573). Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/364650652>
- Halvorson, W. (2010). Third Places Take First Place in Second Life: Developing a Scale to Measure the 'Stickiness' of Virtual World Sites. *Journal For Virtual Worlds Research*, 3(3). Retrieved from <https://doi.org/10.4101/jvwr.v3i3.1563>
- Hirata, T. (2011). Being Quiet in Internet Cafes: Private Booth and Isolation of Net Cafe Nanmin. *Journal of Socio-Informatics*, 04(01), 41–48.
- Kaplan-Rakowski, R., & Meseberg, K. (2018). Immersive Media and their Future. *SSRN Electronic Journal*. Retrieved from <https://doi.org/10.2139/ssrn.3254392>
- Karababa, E., & Ger, G. (2011). Early Modern Ottoman Coffee House Culture and The Formation of The Consumer Subject. *Journal of Consumer Research*, 37(5), 737–760. Retrieved from <https://doi.org/10.1086/656422>

- Khairiyah, A., Dyah Hastari, E., Maisaroh, I., Febriyani Ariansyah, P., Setyo Rini, D., Wiji Rahayu, L., ... Mahirotul Azizah, L. (2018). *Homo Digitalis: Manusia dan Teknologi di Era Digital*. Yogyakarta: Elmatara. Retrieved from [www.elmatara.com](http://www.elmatara.com)
- Li, J. (2015). *Teahouses and the Tea Art: A Study on the Current Trend of Tea Culture in China and the Changes in Tea Drinking Tradition*. Retrieved from <http://www.duo.uio.no>
- Malter, A. J., & Rindfleisch, A. (2019). Transitioning to a Digital World. *Review of Marketing Research*, 16, 1–11. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/S1548-643520190000016001>
- Markiewicz, E. (2019). Third Places in the Era of Virtual Communities. *Studia Periegetica*. Retrieved from <https://doi.org/10.26349/st.per.0028.01>
- Mehta, V., & Bosson, J. K. (2010). Third places and the social life of streets. *Environment and Behavior*, 42(6), 779–805. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0013916509344677>
- 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://ci-journal.net/index.php/ciej/rt/prinFRIENDLY/1048/>
- Mikunda, C. (2004). *Brand Lands, Hot Spots & Cool Spaces: Welcome to the Third Place and the Total Marketing Experience*. London: Kogan Page.
- Mimoun, L., & Gruen, A. (2021). Customer Work Practices and the Productive Third Place. *Journal of Service Research*, 24(4), 563–581. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/10946705211014278>
- Morisson, A. (2018). A Typology of Places in the Knowledge Economy: Towards the Fourth Place. In F. Calabro (Ed.), *International Symposium on New Metropolitan Perspectives*. Reggio Calabria: Springer. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3056754>
- 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.
- Rahim Soomro, T., & Sarwar, M. (2013). *Impact of Smartphone's on Society*. *European Journal of Scientific Research* (Vol. 98). Retrieved from <http://www.europeanjournalofscientificresearch.com>
- Sanjaya, R. (2022). Aspek Teknis Pengembangan Karya Arsitektural di Metaverse. *JoDA Journal of Digital Architecture*, 2(1), 17–21. Retrieved from <https://doi.org/10.24167/joda.v2i1.5549>
- Uthpala, H., & Meetiayagoda, L. (2022). New Normal Third Places After COVID-19 Pandemic (pp. 859–868). Alanya Hamdullah Emin Pasa Universitesi. Retrieved from <https://doi.org/10.38027/iccaua2022en0111>
- Wastunimpuna, B. Y. A., & Purwanto, L. M. F. (2021). Augmented Reality dalam Proses Desain Arsitek Masa Depan. *JoDA Journal of Digital Architecture*, 1(1), 19. Retrieved from <https://doi.org/10.24167/joda.v1i1.3494>
- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh Self-Actualization dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Kekinian pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(01). Retrieved from <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.50-60>
- Yudono, K. K., & Pinasti, I. S. (2018). Penyalahgunaan Warnet “Berbilik” Sebagai Sarana Penyimpangan Sosial di Daerah Demangan, Seturan, dan Babarsari Kabupaten Sleman Yogyakarta. *E-Societas*, 7(2), 1–14.