

ARSITEKTUR MASA PANDEMI: RUANG KEEMPAT SEBAGAI PEMAKNAAN RUANG-RUANG PADA RUMAH TINGGAL

Siti Sujatini¹, Euis Puspita D².

^{1,2} Universitas Persada Indonesia YAI
Jalan Diponegoro Nomor 74 Jakarta Pusat
E-mail : siti_sudjatini1@yahoo.com¹, euis.puspitadewi@gmail.com

ABSTRAK

Adanya himbauan pemerintah agar masyarakat bekerja, sekolah dan melakukan kegiatan lainnya di rumah (*work/ school from home*) telah mengakibatkan tingginya frekuensi kegiatan pada hunian atau rumah tinggal. Kegiatan yang biasanya dilakukan diluar hunian maka saat ada pandemi harus dilakukan dirumah demi kesehatan, keamanan dan kenyamanan agar tetap sejahtera. Peningkatan frekuensi kegiatan dengan berbagai macam sifat dan jenis kegiatan di hunian pada masa pandemi ini telah mengakibatkan banyak perubahan makna dan fungsi dari ruang-ruang hunian. Hunian sangat penting selain berfungsi sebagai tempat tinggal saat ini juga berfungsi untuk melakukan semua kegiatan karena untuk beraktivitas diluar hunian saat ini tidak memungkinkan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh perubahan makna dan fungsi ruang-ruang pada hunian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi para desainer dalam merancang rumah tinggal sesuai dengan kebutuhan saat ini. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah mengexplore dengan pendekatan identifikasi dan pengelompokan jenis kegiatan yang terjadi pada beberapa hunian rumah tinggal, kemudian identifikasi ruang-ruang yang digunakan untuk kegiatan yang biasanya dilakukan di luar rumah, sehingga dapat diketahui akan terjadi pencampuran dari berbagai macam jenis *place* yaitu “*place* kesatu, kedua dan ketiga”, dimana kombinasi beberapa tipologi *place* tersebut dimaknakan sebagai kegiatan keempat atau *place* keempat (*fourth place*). Hasil yang didapat adalah bahwa hadirnya ruang ketiga (*third place*) dan keempat (*fourth place*) bukan menambah masalah namun justru digunakan untuk menyelesaikan masalah, dan hadirnya ruang keempat tersebut tidak hanya demi peningkatan ekonomi namun juga demi keamanan, kesehatan, nyaman dan agar tetap sejahtera.

Kata kunci : Arsitektur, masa pandemi, makna ruang, hunian.

ABSTRACT

The recommendation the government to residents are, school and do other activities at home (work / school from home) has caused high frequency in settlement or houses activities. An increase in the frequency of activities with different kinds of the nature and type of activity in dwelling in the pandemic that has caused many changes of the meanings and functions of occupancy rooms. Occupancy very important besides serves as the residence also serves to do all activities due to exertion out occupancy is not currently allows. This report is in order to know how far the meaning change and functions of space on occupancy so that this research result can be used as a reference to the designers in designing home lives in accordance with the needs now. Methods used is the exploration and identification and grouping the activities that occurs in some dwelling houses, spaces then identification used for the activities of usually accomplished outdoors, diketahu

mixing and will be of various types place, first place, two and third place, where combination some place typologies meaning as an activity to the fourth space. The result obtained is that the presence of the third and fourth not prolong the problem but in fact the occurrence of the fourth of this to solve problems and the presence of the fourth was not just for improving the economy but also for safety sake, health and comfort

Keyword: architecture, in the pandemic, meaning of space, occupancy

1. PENDAHULUAN

Dalam rangka mengendalikan percepatan penyebaran COVID-19 sejak awal Maret 2020, berbagai kebijakan telah dikeluarkan oleh pemerintah baik pusat maupun daerah, mulai dari membatasi interaksi sosial (*social distancing*) dengan menghimbau untuk bekerja di rumah (*work from home*), belajar dari rumah (*school from home*), meniadakan kegiatan ibadah di tempat umum, dan mengurangi aktivitas ekonomi di luar rumah. Adanya kebijakan pemerintah tersebut dilanjutkan bukan hanya dengan *social distancing* namun juga *Physical Distancing*, sehingga perlu menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Karantina dan gangguan terhadap dunia usaha, larangan bepergian, penutupan sekolah dan langkah penutupan lainnya membawa dampak yang bersifat mendadak dan drastis terhadap pekerja dan perusahaan. Pandemi ini tidak hanya mempengaruhi keselamatan orang banyak, namun menimbulkan disrupsi terhadap hampir semua aspek kehidupan, dari bersosialisasi, pendidikan, pekerjaan dan tentunya ekonomi dunia (ILO, 2020). Demi kelancaran semua kegiatan, maka yang harus dilaksanakan di rumah saat pandemi adalah menggunakan sistem online.

Dengan adanya serba online dan segala kegiatan diusahakan dikerjakan dari rumah maka frekuensi kegiatan yang terjadi di rumah semakin meningkat. Semua kegiatan beralih ke rumah, berbagai

jenis kegiatan yang biasanya dikerjakan di tempat kerja, maka sejak adanya pandemi semua dikerjakan di rumah.

Dari fenomena yang telah diuraikan diatas, saat mulai adanya pandemi dan sampai sekarang ada beberapa terjadi perubahan fungsi ruang pada hunian rumah tinggal.

2. METODOLOGI

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah mengexplore dan mengidentifikasi dengan cara mengadakan pengamatan terhadap fenomena yang terjadi pada perubahan penggunaan atau pemaknaan ruang-ruang pada hunian. Mengidentifikasi semua kegiatan yang terjadi yang tidak dilakukan di rumah sebelum ada pandemi. Kemudian menganalisis dengan menggunakan teori produksi ruang dari teori Lefebvre (1991), Soja, E. W. (1996), Oldenburg, 1999, Arnault Morisson (2018), Sujatini, S. (2019), Sujatini, S. (2018) dan Sujatini, S. (2015) pada beberapa rumah hunian. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa jauh adanya perubahan makna atau fungsi ruang-ruang pada hunian setelah adanya pandemi, bagaimana dengan kebutuhan ruang pada rumah tinggal nantinya.

3. LANDASAN TEORI

Pengertian *space, place, placement*

Space adalah ruang yang merupakan lokasi dari atau jarak terukur antara

beberapa fenomena berbeda dalam koneksinya secara horizontal, sehingga memiliki relasi dengan orang dan lingkungan fisik tempat orang itu berada. (Arild Holt-Jensen, P. Knox, dan S. Marston)

Space dapat berubah menjadi *place* saat diberlakukan aturan tentang batasan hubungan sosial, arti dan identitas lokasi, misalnya sebagai area yang memiliki batasan sebagai tempat untuk menetap dimana masyarakatnya memiliki hubungan emosional yang erat pada tempat tersebut (Yi-Fu Tuan). *Space* dan *place* memiliki pengertian yang berbeda, *space* lebih merujuk pada jarak antara fenomena kegiatan yang terjadi sedangkan *place* lebih sebagai tempat terjadinya berbagai kegiatan.

Space bersifat lebih universal, bebas, kurang terasa seperti rumah, kalau *place* lebih terkesan khusus, intim untuk berkegiatan, mempunyai fungsi tertentu dan terisolasi. *Place* terbentuk dari *space* yang diberikan arti dan kegiatan-kegiatan manusia, sebagai tempat berkegiatan.

Placemaking adalah pendekatan desain, perencanaan dan pengelolaan ruang publik yang melibatkan penglihatan, pendengaran, dan pengajuan pertanyaan ke orang-orang yang tinggal, bekerja dan bermain dalam ruang tertentu, untuk menemukan kebutuhan dan aspirasi mereka. Informasi ini kemudian digunakan untuk membuat tempat bersama yang dapat ditinggali dengan nyaman. Proses pemaknaan ruang ini tidak hanya perubahan fisik tempat, namun juga melibatkan komunitas, koneksi dan relasi antar individu dan kelompok pada tempat tersebut." (Schneekloth & Shibley 1995: 1)

Masyarakat memiliki peranan besar dalam menentukan *placemaking*, hal ini dikarenakan kegiatan yang dihasilkan masyarakat dalam menciptakan ruang-

ruang yang memiliki maknanya masing-masing sehingga terbentuk tempat yang akrab baginya.

Kegiatan-kegiatan orang ini membuat tempat memiliki kualitas dan potensi. Setiap fisik, kegiatan dan interaksi menyebabkan karakteristik setiap ruang memiliki perbedaan antara ruang satu dengan yang lainnya karena setiap tempat memiliki jiwa sendiri sendiri. Setelah ruang dan tempat tersebut mendapatkan maknanya dari *placemaking* maka kedepannya tempat tersebut dapat menjadi inspirasi untuk potensi-potensi lainnya dan juga menjadi pengalaman ruang yang berharga bagi para penggunanya.

Production space (First, Second dan Third Place)

Menurut Henry Lefebvre dalam buku *Production of Space* (1991), ruang mulai dipandang mengalami perubahan nilai dari *use value* (nilai guna) menjadi *exchange value* (nilai tukar) sehingga ruang dapat dikomersialisasikan. Lefebvre menggambarkan konsep *social space* dalam 3 kategori yaitu, ruang sebagai *spatial practice* atau *perceived space*, *conceived space* dan *representational space* atau *lived spaces*

Berdasarkan Foucault dan Lefebvre ruang itu tidak pernah kosong namun memiliki isi dengan kualitas tertentu. Isi dan kualitas ruang diciptakan oleh adanya interaksi antar manusia sebagai makhluk sosial. Sedangkan Soja dengan menggunakan teori Lefebvre mengelompokkan ruang menjadi *first space*, *second space* dan *third space* (Soja 1996).

Menurut Ray Oldenburg (*The Problem of Place in America*), istilah *Third Place* adalah istilah yang umum untuk menandakan tempat-tempat publik yang diadakan secara tetap, sukarela, informal untuk kegiatan informal, seperti

berkumpul bersama keluarga atau teman (Larice dan Macdonald, 2007). Ditinjau dari sejarahnya fenomena Tempat Ketiga (*Third Place*) muncul sekitar tahun 1980 di Amerika. Awalnya, keberadaan Tempat Ketiga tidak terlepas dari perkembangan revolusi industri yang terjadi di negara-negara Amerika yang memisahkan antara tempat tinggal dengan tempat kerja atau kawasan industri. Dimana tempat tinggal mengidentifikasi rumah disebut sebagai *First Place* sedangkan tempat kerja disebut sebagai *Second Place*. The Great Good Place (Oldenburg, 1999) menuliskan bahwa *The Third Place* adalah tempat orang berkumpul selain di tempat bekerja atau di rumah. Inggris memiliki pub, Perancis memiliki cafe, dan Austria memiliki kedai kopi. Sekali waktu di Amerika Serikat, tempat ketiga umum termasuk toko negara, kantor pos, barber shop, salon rambut, toko soda, dan kedai minuman. Pada tahun 1999, Ray Oldenburg dalam buku "The Great Good Place" menulis "*Third place*" sebagai berikut;

"Third places" -- where people can gather, put aside the concerns of work and home, and hang out simply for the pleasures of good company and lively conversation - are the heart of a community's social vitality and the grassroots of democracy.

Berdasarkan teori Sujatini, S. (2019), Peran Komunitas kreatif masyarakat sangat penting untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dalam mewujudkan koridor (jalan kecil) oada hunian padat menjadi infrastruktur yang berfungsi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sebagai penghuni. Sebelumnya teori dari Sujatini, S. (2018) aspek waktu dan perilaku manusia berpengaruh terhadap kehadiran ruang ketiga. Pada tahun 2015 menemukan teori bahwa kehadiran Ruang Ketiga pada Hunian padat dipengaruhi oleh adanya tuntutan sosial dan ekonomi.

Pada awalnya Tempat Ketiga (*Third Place*) berkonotasi buruk dan identik

dengan budaya konsumtif. Istilah *Third Place* hanya mengarah kepada tempat-tempat hangout seperti kafe dan bar. Istilah *Third Place* mengarah pada ruang-ruang terbuka kota, seperti taman kota, plaza, dan sidewalk dimana masyarakat dapat menghabiskan waktu untuk berkumpul dengan saudara atau teman-teman sambil menikmati suasana kota. Oleh Karena itu *Third Place* juga disebut sebagai a *Public Meeting Place* (Larice dan Macdonald, 2007).

Tempat privat tersebut menjadi *first place* (tempat yang digunakan untuk beristirahat seperti rumah) dan *second place* (tempat orang mencari kerja untuk penghidupan seperti kantor), sedangkan untuk ruang publik menjadi *third place*. *Third place* merupakan tempat orang untuk mengobati stres, kesepian, dan keterasingan, dan mudah untuk mengabaikan.

First Place

Tempat pertama adalah rumah, tempat paling penting dari semuanya. Ini adalah lingkungan teratur dan dapat diprediksi pertama dari anak yang sedang tumbuh dan yang akan memiliki efek lebih besar pada perkembangannya. Ini akan menampung individu jauh sebelum tempat kerja tertarik pada mereka dan jauh setelah dunia kerja menyingkirkan mereka.

Second Place

Ruang kedua merupakan tempat kerja atau sekolah tempat kerja adalah tempat di mana orang-orang dapat menghabiskan sebagian besar waktu mereka. Jam Kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari dan/atau malam hari.

Third place

Third place merupakan tempat untuk orang yang ingin mengobati stress, kesepian, dan keterasingan. *Third place* adalah suatu tempat yang dapat dijadikan untuk tempat berlindung sementara dari

kebosanan. tidak hanya dijadikan tempat untuk melarikan diri, namun orang dapat merasa santai, terhibur dan mendapatkan ketenangan.

Menurut Oldenburg (1999: 22) dalam bukunya “*The Great Good Place*” 7 (tujuh) karakteristik dari *Third Place* yang menjadi orang nyaman adalah sebagai berikut:

1. Hadir dalam *neutral ground*: semua orang bisa datang dan pergi tanpa harus terikat. Jika seseorang tidak ke tempat ketiga selama beberapa waktu maka saat orang tersebut kembali kesana tetap akan disambut dengan baik dan antusiasme.

Hal ini berarti *third place* berada di lokasi dimana orang dapat pergi dan datang sesukanya tanpa memiliki batasan dimana tempat tersebut juga tidak berada atas pengaruh seseorang, dapat merasa nyaman. Dengan adanya ruang publik yang netral ini menyebabkan banyak orang yang akan hadir dan menyatukan kehidupan sosial seluruh kalangan masyarakat.

2. *Leveler* : Tidak terdapat perbedaan status dan tidak ada yang berkuasa atau yang mendominasi di tempat ketiga. “*A place that is a leveler is, by its nature, an inclusive place. It is accessible to the general public and does not set formal criteria of membership and exclusion*” (Oldenburg 1999: 24) berarti sebuah tempat yang menyamaratakan dan berdasarkan sifatnya merupakan tempat yang inklusif. Tempat ini dapat diakses oleh masyarakat umum dan tidak menetapkan kriteria keanggotaan secara formal dan eksklusif dan dapat melayani seluruh tingkatan masyarakat sehingga menciptakan kondisi sosial yang sama pada tempat tersebut

3. *Conversation is the main activity*: Kegiatan utama di tempat ketiga adalah komunikasi dengan teman-teman dan bukan untuk percakapan yang membosankan.

Neutral Ground menyediakan kriteria

tempat untuk *third place* sedangkan *leveler* memberikan kriteria kondisi untuk kegiatannya. Kegiatan yang diadakan oleh tempat tersebut adalah kegiatan bercakap dan bersosialisasi yang nyaman dan menghibur sehingga terlihat bagaimana personalitas dan individu dari orang yang menggunakan tempat tersebut

4. *Accessibility* dan *Accommodation*: Dapat dicapai dengan mudah baik dari sisi waktu dan transportasi.

Third space harus memberikan pelayanan yang terbaik setiap saat dalam sisi akses lokasi dan akomodasi untuk mencapai tempat tersebut. Perlu diperhatikan pula bahwa aktifitas yang berlaku dalam *third place* sering kali tidak direncanakan dan diatur.

5. *The regulars*: Tempat ketiga memiliki pengunjung tetap. Memang, pelanggan tetap menentukan tempat ketiga, tetapi orang baru juga bisa diterima tidak secara otomatis tetapi sering dengan dipermudah. Memiliki dasar dan karakter aturan yang berasal dari orang-orang yang menggunakan *third space* tersebut. Untuk menjadi anggota yang dapat menggunakan *third space* ini maka orang diwajibkan untuk membina kepercayaan yang erat diantaranya.

6. *Low profile*: Sederhana dan bersahaja secara fisik

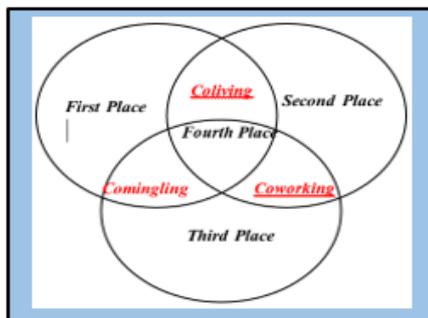
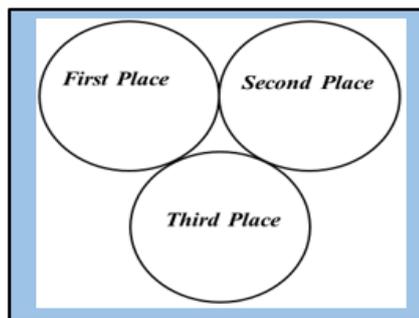
Memiliki karakter tempat yang umum dan sederhana dimana tidak mendukung profit, tidak memiliki warna yang berlebihan, terkesan bersih, tidak menimbulkan kepura-puraan diantara penggunanya, harus sesuai dengan sekitarnya, memiliki profil visual yang sederhana diantara penggunanya.

7. *Mood is playful: tempat yang menyenangkan*

Memiliki kondisi dan suasana ruang yang menyenangkan, ceria, tidak membosankan seperti tempat bermain anak-anak. Dimana kondisi tersebut membuat para penggunanya ingin berulang-ulang datang mengunjungi *third place* tersebut.

Fourth Space

Berdasarkan Gambar 1. Arnault Morisson, (2017), *A Typologies of Places in the Knowledge Economy: Toward the Fourth Place*, sebagai berikut, Model tipologi *places* dalam pandangan ekonomi: *first place* (rumah), *second place* (tempat kerja), *third place* (rekreasi), muncul tipologi ruang terjadi dari kombinasi elemen2 tersebut, kombinasi antara *place* pertama dan kedua (rumah dan tempat kerja) disebut *coliving*, kombinasi antara ruang pertama dan ketiga (rumah dan rekreasi) disebut *comingling*, kombinasi antara kedua dan ketiga (kerja dan rekreasi) disebut *coworking*. Dan kombinasi dari 3 tersebut dinamakan *fourth place*. Hal ini terjadi di Paris 2017.



Gambar 1. *Places* sebelum adanya pengaruh ekonomi (atas) dan sesudah adanya pengaruh ekonomi (bawah).

Berdasarkan tinjauan teori diatas tentang kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan ruang untuk interaksi, dilanjutkan dengan kebutuhan orang untuk beraktivitas melindungi diri, kemudian kebutuhan manusia untuk

bekerja, kebutuhan orang untuk rekreasi, dan seterusnya.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan manusia maka kebutuhan ruang juga berubah, ruang menyesuaikan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dahulu kita mendatangi ruang namun sekarang ruang mendatangi kita bagi yang mampu dan ingin mencapainya

Ruang terus berkembang, terjadilah reproduksi ruang, ruang ada yang bersifat publik dan ada yang bersifat privat. Bersifat publik dalam arti semua orang dapat menggunakan tanpa membayar, atau kegiatannya menag sifatnya publik, sedangkan privat dapat diartikan ruang tersebut untuk kegiatan yang sifatnya privat atau orang yang menggunakan tersebut harus membayar.

Dalam pandangan ekonomi (Morrison, 2018) untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, dalam rangka untuk menggerakkan roda perekonomian maka terbentuklah ruang keempat. Ruang keempat muncul sebagai bentuk perpaduan dari ketiga tipologi *place*. Perpaduan antar 2 tipologi *place* sebagai berikut *coliving*, *coworking*, *comingling*

Historis Ruang Publik: Ruang keempat muncul akibat fenomena pandemi

Berdasarkan Gambar 2. Fungsi ruang terbuka pada awalnya sebagai ruang publik, sifat umum, membayar. (muncul akibat adanya kebutuhan ekonomi), sekarang ruang publiknya tidak berfungsi sebagai ruang publik sesuai dengan definisinya.



Gambar 2. Historis Ruang Publik

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Manusia memiliki sifat alami sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup secara individu dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Ruang merupakan wadah untuk manusia dalam melakukan segala aktivitas sehari-hari. Untuk itu, manusia dan ruang merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya saling berhubungan dan dibutuhkan dalam terciptanya suatu aktivitas.

Untuk itu berdasarkan Foucault dan Lefebvre ruang diciptakan karena adanya interaksi antar manusia sebagai makhluk sosial, sehingga muncullah pemaknaan ruang yang dapat dikelompokkan menjadi *first space*, *second space* dan *third space* (Soja 1996).

Pada dasarnya, manusia membutuhkan "*first place*" atau lokasi pertama yang menggambarkan ruang untuk tempat tinggal (rumah) bagi manusia. Selain itu, manusia juga membutuhkan "*second place*" atau lokasi kedua yang menggambarkan ruang yang digunakan oleh manusia untuk melakukan sebagian besar kegiatan sehari-harinya, seperti tempat kerja atau tempat belajar (Oldenburg, 1999). Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang cukup pesat berpengaruh pula terhadap perubahan interaksi sosial manusia. Interaksi sosial manusia semakin berkembang dan membutuhkan suatu ruang yang dapat mengisi waktu luang maupun interaksi sosial diluar "*first place*" dan "*second place*" yang disebut sebagai "*third place*" atau lokasi ketiga. *Third place* menggambarkan tentang ruang alternatif yang memungkinkan bagi manusia untuk melakukan interaksi dan berkumpul bersama keluarga, saudara dan teman secara berkala, seperti taman, perpustakaan dan kafe (Oldenburg, 1999). Pada buku *The Great Good Place*, Oldenburg menuliskan bahwa *The Place*

adalah tempat orang berkumpul selain di tempat bekerja atau di rumah.

Berdasarkan teori Morrison (2018), dalam pandangan ekonomi tipologi *place* dapat dibagi 4 yaitu *first place*, *second place*, *third place* dan *fourth place*. *Fourth place* adalah *place* dikomersiilkan dengan adanya kombinasi antara ketiga jenis *place* tersebut. Demikian juga dalam kondisi sekarang ini dunia lagi dihadapkan pada masalah pandemi, dimana masalah pandemi ini mengakibatkan perekonomian menjadi tersendat dikarenakan mobilitas manusia terganggu, maka diharapkan meskipun kondisi manusia harus selalu di rumah namun kerja tetap berjalan terus, sehingga roda perekonomian tetap berjalan tanpa mengabaikan kesehatan dan kenyamanan manusia dalam berkegiatan.

Berdasarkan teori Sujatini, S. (2019), hasil yang didapatkan dari observasi pada ruang-ruang hunian maka perubahan makna ataupun fungsi yang terjadi pada ruang-ruang pada hunian, seperti yang terlihat pada Gambar 3 dan Gambar 4. Akibat pandemi dan himbauan pemerintah yang mengharuskan segala kegiatan dikerjakan dari rumah maka berdasarkan pengamatan peneliti sebagai berikut:



Gambar 3. Kegiatan yang terjadi di ruang dalam Hunian pada masa pandemi



Gambar 4. Kegiatan yang terjadi di ruang dalam Hunian pada masa pandemi

Berdasarkan hasil observasi yang kemudian dapat diidentifikasi perubahan yang terjadi pada fungsi ruang-ruang Rumah Tinggal seperti yang terlihat pada Tabel 1. adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Identifikasi kegiatan yang terjadi pada hunian, sebelum dan sesudah pandemi.

No	Nama Ruang dan Kegiatan yang terjadi sebelum dan sesudah pandemi	Analisa
1.	Ruang Tamu. Sebelum ada pandemi hanya untuk menerima tamu, sesudah pandemi untuk tempat bekerja dan ngobrol	Ruang tamu biasanya digunakan untuk menerima tamu, lebih bersifat publik, namun saat pandemi ruang tersebut dapat digunakan untuk ruang bekerja, ruang ngobrol, belajar, lebih kearah privat
2.	Ruang Keluarga. Sebelum ada pandemi untuk ngobrol, <i>refreshing</i> Sesudah pandemi fungsi bertambah sebagai area	Ruang keluarga biasanya digunakan untuk acara keluarga nonton tv, interaksi sosial antar keluarga, santai, lebih bersifat privat dan dilakukan pada

	ngobrol, belajar, bekerja	saat hari libur atau malam hari, namun saat pandemi ruang tersebut dapat digunakan untuk ruang bekerja, ruang ngobrol, belajar, lebih kearah dan digunakan tidak hanya pada saat malam hari saja.
3.	Ruang Makan. Sebelum ada pandemi hanya digunakan sebagai area makan, sesudah pandemi digunakan sebagai area bekerja dan ngobrol	Ruang Makan biasanya hanya digunakan untuk acara makan, sambil sedikit interaksi sosial antar keluarga, santai, lebih bersifat privat dan dilakukan pada saat pagi dan sore ataupun malam hari, namun saat pandemi ruang tersebut dapat digunakan untuk ruang bekerja, ruang ngobrol, belajar, lebih kearah dan digunakan tidak hanya pada saat makan saja.
4.	Ruang Tidur. Sebelum ada pandemi digunakan untuk tidur. Sesudah pandemi digunakan untuk bekerja	Ruang Tidur biasanya hanya digunakan untuk tidur, istirahat, lebih bersifat privat dan dilakukan pada saat malam dan siang (pada saat hari libur), namun saat pandemi ruang tersebut dapat digunakan untuk ruang bekerja dan belajar dengan dilengkapi barang

		perlengkapan bekerja. Tidak hanya gunakan untuk tidur saja namun juga belajar dan bekerja.
5.	Dapur Sebelum pandemi hanya digunakan untuk memasak. Sesudah pandemi juga digunakan untuk <i>refreshing</i>	Dapur biasanya hanya digunakan untuk memasak keperluan asupan makan se-hari ² , lebih bersifat privat dan dilakukan pada saat dibutuhkan untuk keperluan makan rutin se-hari ² , namun saat pandemi dapur tersebut juga digunakan untuk memasak yang sifatnya untuk <i>refreshing</i> .
6.	Taman Sebelum ada pandemi hanya digunakan untuk Hanya untuk duduk-duduk sambil menikmati pemandangan Sesudah pandemi juga untuk <i>refreshing</i> dan olah raga	Taman tersebut tidak hanya digunakan untuk menikmati udara segar sambil duduk ² namun juga digunakan untuk olah raga dan <i>refreshing</i> .

Berdasarkan teori Oldenburg (1999: 22), Arnault Morisson (2018), Sujatini, S. dkk (2015), dan Sujatini, S. (2018), bahwa kebutuhan ruang ketiga dan ruang keempat yang pada dasarnya merupakan produksi ruang memaknai *space* dengan fungsi atau makna baru. Kalau Oldenburg tentang munculnya ruang ketiga untuk mawadahi masyarakat dalam rangka memberikan era *refreshing*, merupakan pelengkap sesudah ada *First Place*, *Second Place* kemudian untuk *refreshing* ada *Third Place*. Teori

selanjutnya dari Morison (2018), Sujatini, S. (2015) dan Sujatini, S. (2019), adalah sebagai berikut, bahwasanya dalam pandangan ekonomi dan tipologi ruang diantaranya adalah untuk tuntutan ekonomi dan sosial.

5. KESIMPULAN

Hadirnya *Fourth* ataupun *Third place* adalah untuk menyelesaikan permasalahan alam, dalam hal ini karena adanya masalah pandemi virus. Hal ini dilakukan agar tercapai aspek kesehatan, keamanan kenyamanan dan ekonomi tetap berjalan. Kehadiran *Fourth Place* ataupun *Third Place* adalah untuk menjawab kebutuhan masyarakat sebagai *stakeholder* mulai dari perancangan, pengerjaan, pelaksanaan hingga pengelolaan, bukan untuk menambah permasalahan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah beberapa ruang pada hunian telah berubah makna ataupun fungsi, ruang yang tercipta dapat disebut sebagai ruang keempat (*Fourth Place*) adalah ruang yang merupakan kombinasi dari perpaduan ruang kesatu, kedua dan ketiga, ataupun ruang kesatu dengan kedua, kedua dengan ketiga, dan ketiga dengan kesatu. *Fourth Place* ini hadir pada masa pandemi, dalam kondisi keterbatasan yang ada dapat tercapai penghuni tetap sehat, nyaman, dapat melakukan semua kegiatan yang diperlukan seperti saat kondisi belum pandemi.

Ada beberapa saran yang perlu diberikan pada beberapa Desainer adalah sebagai berikut:

- Dalam perkembangannya, desain rumah harus siap digunakan untuk kegiatan bekerja dengan segala perlengkapan dan persyaratan ruang sehat, aman, nyaman dan dapat meningkatkan perekonomian.
- Makna ruang di hunian dapat difungsikan sebagai tempat tinggal, bersosialisasi, bekerja dan *refreshing*.

- c. Pengaturan tata letak tidak hanya mengatur perletakan barang namun juga perletakan ruang berikut dimensi, penerangan, sirkulasi, cahaya, material yang baik, juga dilengkapi dengan ruang isolasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Heidgger, M. (1985). *Being and time*. The Camelot Press. Britain.
- Jankovic, L., G. (2012). *Private Space Open to the Public as an addition to the urban public space network. Urban Planning Volume 23, no. 1. 2012, p. 101-111*
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*, Blackwell Publishing, Oxford.
- Madanipour, A. (2003). *Public and privat space of the city*. Routledge, London
- Morisson, Arnault (2018), *A Typology of Places in the Knowledge Economy: Towards the Fourth Place, International symposium on new metropolitan perspectives*, Publisher Springer, Cham, Pages 444-451
- Oldenburg, R., (1999). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Publisher Da Capo Press
- Soja, E. W. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Blackwell Cambridge. UK.
- Sujatini, S., (2018). *The Framework of Sustainable Temporary Public Open Space Concept (Case Study: Paseban Kampung, Jakarta, Indonesia)*, Publication Name: The Springer Book: Sustainable Future for Human Security: Society, Cities and Governance, edited by Benjamin McLellan
- Sujatini, S., Soemardi, T.P., Alamsyah, A., T., Darmajanti L. (2015), *Observation of Public Open Space Utilization for Community in Jakarta, Indonesia*, American-Eurasian Network for Scientific Information (AENSI) Journals, Advances in Environmental Biology, Pages 495-500
- Sujatini, S., (2019) Koridor Jalan pada Hunian Padat di Kota Besar sebagai Area Ekonomi Kreatif Masyarakat, IKRA-ITH TEKNOLOGI Vol 3 No 2 Bulan Juli 2019
- Tuan, Y.F. (1977). *Space and place, the perspective of experience*. Minneapolis. University of Minnesota Press.
- Edirisinghe, C. Ryohei Nakatsu, Adrian David Cheok, Johannes Widodo. (2011), *Exploring the Spatiality of Networked Social Media as the Third Space*, 2011 IEEE International Conference on Privacy, Security, Risk, and Trust