

Kriteria Ruang Publik untuk Masyarakat Usia Dewasa Awal

Ardian Hario Wibowo

Program Studi Magister Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), ITB.

Abstrak

Perkembangan jaman secara tidak langsung membuat masyarakat menjadi lebih individualis. Terutama pada mereka yang tinggal di perkotaan. Dimana waktu mereka banyak dihabiskan di tempat bekerja, sedangkan rumah hanya tempat untuk beristirahat. Namun, tempat refreshing tentu tidak selalu berada di dalam rumah dan manusia akan selalu membutuhkan suasana baru. Disini peran ruang publik sangat diperlukan. Artikel ini bertujuan untuk memahami kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap ruang publik di sekitar tempat tinggal mereka. Untuk melihat kemungkinan-kemungkinan tersebut, maka dilakukan penelitian mengenai kriteria ruang publik terhadap responden pada usia dewasa awal yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data secara kuesioner *online*. Metode analisis yang digunakan ialah analisis konten untuk menggali informasi dan analisis distribusi untuk mengetahui frekuensi persebaran kategori. Ditemukan bahwa masyarakat berusia dewasa awal cenderung mengunjungi ruang publik untuk alasan berolahraga di ruang terbuka.

Kata-kunci : kota besar, ruang publik, usia dewasa awal

Pengantar

Masyarakat yang tinggal di kota-kota besar cenderung memiliki karakter yang individual. Terutama pada usia dewasa awal, yakni sekitar 20-40 tahun. Menurut Hurlock (1993), karak-teristik dewasa awal merupakan suatu masa penyesuaian diri dengan cara hidup baru dan memanfaatkan kebebasan yang diperolehnya. Masyarakat usia dewasa awal ini menghabiskan banyak waktunya dalam seminggu di tempat bekerja.

Sehingga mereka memanfaatkan rumah hanya sebagai tempat beristirahat. Namun manusia merupakan makhluk sosial. manusia butuh tempat selain di rumah dimana mereka dapat *me-refresh* pikiran mereka. Sehingga keberadaan ruang publik di dekat tempat tinggal menjadi alternatif lain untuk mengisi waktu luang.

Menurut Carr (1992), Ruang publik memiliki 3 kualitas utama. Pertama, ruang publik dirancang sesuai dengan kebutuhan penggunaannya (*responsive*). Kedua, pengguna memiliki kebebasan

berkepresesi dalam menggunakan ruang tersebut namun tetap memiliki batasan karena ruang tersebut milik bersama (*democratic*). Terakhir, ruang publik harus memiliki ikatan emosional terhadap penggunaannya (*meaningfull*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis ruang publik yang sering dikunjungi masyarakat pada usia dewasa awal serta mengetahui kriteria ruang publik yang ideal yang berada di dekat tempat tinggal mereka.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif (Creswell, 2008) yang bersifat eksploratif (Groat & Wang, 2002). Tujuannya untuk mendapatkan informasi mengenai alasan dan harapan masyarakat terhadap ruang publik yang sering mereka kunjungi.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan survei dalam bentuk kuesioner online yang dibagikan secara bebas (*snowball-non-random sampling*)

melalui media sosial. Jumlah total responden sebanyak 100 orang dengan responden laki-laki sebanyak 46% dan perempuan sebanyak 54%. Semua responden berusia antara 20-40 tahun, dimana pada usia ini merupakan usia dewasa awal. Rata-rata profesi responden ialah mahasiswa dan pekerja yang berdomisili di kota-kota besar seperti di Bandung, Jakarta, Semarang, dan Tangerang.

secara kuantitatif dan kua-litatif (*mix-method*). Pertanyaan kuantitatif dilakukan dengan pertanyaan tertutup (*close-ended*) untuk mengetahui seberapa penting keberadaan ruang publik bagi responden dan untuk mengetahui frekuensi responden dalam mengunjungi ruang publik tersebut.

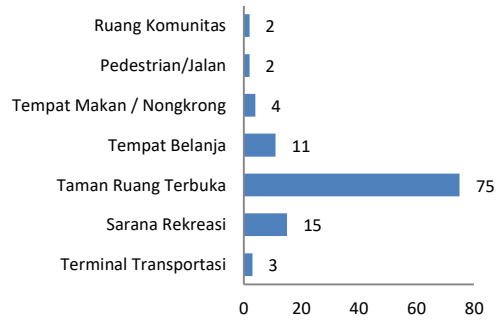
Sedangkan pertanyaan kualitatif dilakukan dengan pertanyaan terbuka (*open-ended*) untuk mengetahui jenis ruang publik apa yang responden sering kunjungi dan mencari alasan mengapa responden mengunjungi ruang publik tersebut beserta harapan mereka terhadap ruang publik yang sudah ada.

Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan metode analisis konten dan analisis distribusi. Analisis konten dilakukan untuk menggali informasi dari data teks yang ada untuk ditemukan kata kuncinya. Sedangkan analisis distribusi dilakukan untuk mengetahui persebaran kategori sehingga dapat ditemukan alasan dan harapan masyarakat terhadap ruang publik.

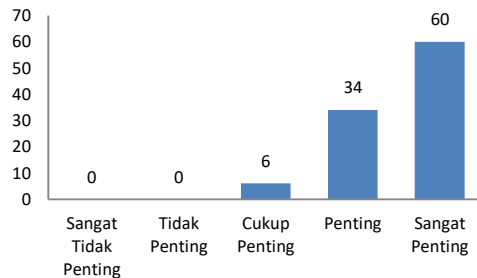
Analisis dan Interpretasi

Penelitian diawali dengan menanyakan seberapa penting ruang publik dalam hidup masyarakat dan frekuensi mereka dalam mengunjungi ruang publik. Kemudian responden ditanya mengenai jenis ruang publik yang sering mereka kunjungi.



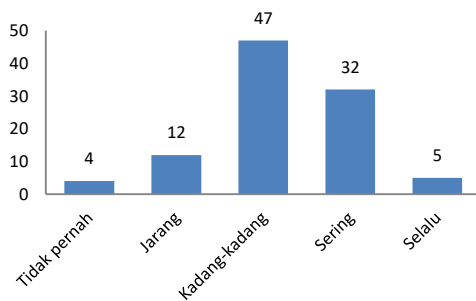
Gambar 1 Jenis Ruang Publik yang sering dikunjungi.

Berdasarkan data diagram diatas, taman/ruang terbuka merupakan jenis ruang publik yang paling sering dikunjungi dengan skor sebanyak 75 responden (67%). Sedangkan sarana rekreasi (13%) berada di urutan kedua dan disusul dengan tempat belanja (10%).



Gambar 2 Presentase Penting tidaknya Ruang Publik pada Lingkungan Sekitar Tempat Tinggal

Berdasarkan diagram diatas, 60% responden mengatakan pentingnya keberadaan ruang publik pada sekitar tempat tinggal dan tidak ada responden yang mengatakan bahwa keberadaan ruang publik tidak penting. Meskipun hampir semua responden mengatakan keberadaan ruang publik penting namun ternyata frekuensi mereka mengunjungi ruang publik tidak sering. Bahkan beberapa responden mengatakan hampir tidak pernah mengunjungi ruang publik. Frekuensi responden dalam mengunjungi ruang publik dapat dilihat pada diagram dibawah ini.



Gambar 3 Presentase Frekuensi Kunjungan ke Ruang Publik.

Alasan Masyarakat Usia Dewasa Awal Mengunjungi Ruang Publik

Setelah mengetahui ruang publik yang paling sering dikunjungi, maka selanjutnya dilakukan analisis konten terhadap alasan responden. Pada tahap analisis konten dilakukan *open coding* untuk mengidentifikasi kata kunci dari data teks yang diperoleh. Berikut merupakan contoh *open coding* dari kutipan jawaban responden mengenai alasan mereka mengunjungi ruang publik.

“Olahraga sekaligus cari jodoh.” (Mahasiswi)

“Karena saya suka berbelanja di tempat semacam bazaar atau pasar, bisa bersosialisasi dengan orang lain.” (Karyawan Swasta)

Berdasarkan jawaban tersebut, didapatkan kata kunci dari alasan responden mengunjungi ruang publik yakni “Olahraga”, “cari jodoh”, “suka berbelanja”, “bersosialisasi”.

Langkah berikutnya setelah melakukan *open coding* ialah mengelompokkan kata kunci yang ada menjadi kategori tertentu (*axial coding*). Ditemukan total 26 kata kunci untuk alasan responden mengunjungi ruang publik. Kata kunci ini kemudian dikelompokkan menjadi kategori yang kira-kira memiliki kesamaan karakter. Contoh tahap *axial coding* mengenai alasan responden terhadap ruang publik dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Tahap *axial coding* untuk alasan responden mengunjungi ruang publik

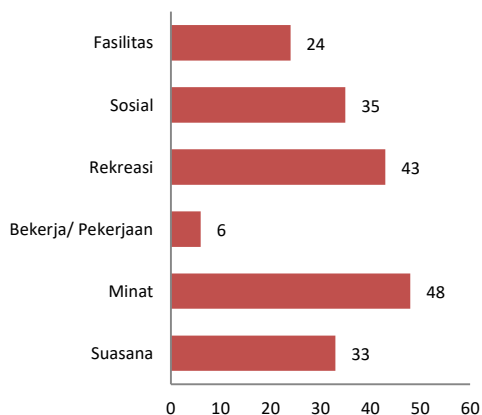
Kategori	kata Kunci
Suasana	- Landscape (5)
	- Penghawaan (14)
	- Ruang Luas (1)
	- Menikmati Ruang (2)
	- Melihat Suasana (5)
	- Pernaungan Pohon (6)
Minat	- Olahraga (39)
	- Melihat Aktivitas (6)
	- Mengambil Gambar (2)
	- Mengajak Jalan Hewan (1)
Bekerja / Pekerjaan	- Dekat kantor (2)
	- Akses Bekerja (1)
	- Tempat Bekerja (3)
Rekreasi	- Bermain (3)
	- Bersantai (14)
	- Refresh Pikirian (21)
	- Berkontemplasi (5)
Sosial	- Bersosialisasi (20)
	- Bersama Teman (8)
	- Bersama Keluarga (7)
Fasilitas	- Aman (2)
	- Bersih (1)
	- Ekonomis (4)
	- Tempat Duduk (9)
	- Tempat Makan (6)
	- Tempat Belanja (2)

Berdasarkan tabel diatas, terdapat 6 kategori alasan masyarakat usia dewasa awal mengunjungi ruang publik yaitu; Suasana, Minat, Pekerjaan, Rekreasi, Sosial, dan Fasilitas. Berikut penjelasan dari masing-masing kategori tersebut:

1. Suasana merupakan salah satu faktor eksternal. Disini kualitas ruang sangat mempengaruhi minat masyarakat terhadap ruang publik. Komponen-komponen faktor suasana ialah landscape, penghawaan, ruang yang luas, menikmati ruang, melihat suasana, pernaungan pohon.
2. Minat merupakan faktor internal. Pada minat diketahui aktivitas yang sering dilakukan pada ruang publik seperti mengambil gambar, olahraga, mengajak jalan hewan, dan melihat aktivitas.

3. Bekerja/Pekerjaan juga merupakan faktor internal. Pada faktor ini lebih mengarah kepada penggunaan ruang publik untuk membantu tujuan utama responden, yakni bekerja.
4. Rekreasi, hampir sama dengan susana. Namun rekreasi lebih mengarah pada faktor internal responden. Komponen rekreasi lebih mengarah pada kegiatan yang mereka lakukan pada ruang publik seperti, bersantai, berkontemplasi, bermain, dan *refresh* pikiran.
5. Sosial merupakan faktor internal responden untuk menciptakan interaksi kepada masyarakat. Komponennya seperti bersosialisasi kepada teman dan keluarga.
6. Fasilitas merupakan faktor eksternal yang lebih mengarah pada kelengkapan fasilitas yang tersedia pada ruang publik, seperti kebersihan, keamanan, ekonomis, tersedia tempat makan dan tempat belanja.

Setelah mengetahui 6 kategori alasan masyarakat usia muda mengunjungi ruang publik, maka dilakukan analisis distribusi seperti yang terlihat pada gambar 4.



Gambar 4 Alasan Menggunakan Ruang Publik.

Hasil analisis distribusi alasan, berdasarkan tabel dan diagram diatas, menunjukkan bahwa kebanyakan alasan masyarakat mengunjungi ruang

publik karena memiliki minat tertentu. dengan besar skor ialah 48 (25,3%) dan minat tertinggi berada pada kata kunci olahraga sebanyak 39 responden (21%). Kemudian disusul dengan alasan berekreasi (22,7%). Alasan bekerja /pekerjaan memiliki skor terendah yakni sebanyak 6 responden (3,2%) dan dilanjutkan dengan fasilitas yang memiliki skor sebanyak 24 responden (12,6%).

Harapan Masyarakat Usia Dewasa Awal Mengunjungi Ruang Publik

Setelah mengetahui alasan masyarakat mengunjungi ruang publik, maka cara yang sama juga dilakukan untuk mengetahui harapan masyarakat terhadap ruang publik yang sering mereka kunjungi. Pada tahap analisis konten dilakukan *open coding* untuk mengidentifikasi jawaban responden mengenai harapan mereka terhadap ruang publik. Berikut merupakan contoh *open coding* dari kutipan jawaban responden terhadap harapan mereka.

“Perbanyak vegetasi dan perawatan yg lebih baik.” (Karyawan Swasta)

“Ditambahkan fasilitas seperti wifi atau colokan juga untuk mendukung membuat suasana relaksasi mungkin perlu ditambahkan elemen hiasan air seperti fountain, kolam, dan sejenisnya” (Karyawan Swasta)

Berdasarkan jawaban tersebut, didapatkan kata kunci dari dari harapan responden terhadap ruang publik yakni “Perbanyak vegetasi”, “perawatan”, “penambahan fasilitas wifi dan colokan”, “elemen air”.

Langkah berikutnya setelah melakukan *open coding* ialah mengelompokan kata kunci yang ada menjadi kategori tertentu (*axial coding*). Ditemukan total 21 kata kunci untuk harapan responden mengenai ruang publik tersebut. Kata kunci ini kemudian dikelompokan menjadi kategori yang bersifat lebih luas (kategori 2) untuk menyatukan kategori-kategori yang kira-kira memiliki kesamaan karakter. Contoh tahap *axial coding* mengenai harapan responden terhadap ruang publik dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Tahap *axial coding* untuk harapan responden mengunjungi ruang publik

Kategori	Kata Kunci
Kenyamanan Visual	- Penertiban PKL (2)
	- Ruang yang Luas (5)
	- Kualitas Landscape (6)
Fasilitas	- Toilet (8)
	- Tempat Berkumpul (8)
	- Penambahan Fungsi (24)
	- Jaringan Wifi, Colokan (10)
	- Pengembangan Sarpras (23)
	- Penambahan Jumlah Ruang Publik (11)
Kegunaan	- Bermanfaat (1)
	- Terdapat Kegiatan (3)
	- Sesuai Kebutuhan (3)
Kualitas Ruang	- Lebih Aman (11)
	- Lebih Bersih (21)
	- Lebih Terawat (13)
	- Kenyamanan Lingkungan (5)
Kesadaran Manusia	- Pengguna (7)
	- Pengelola (3)

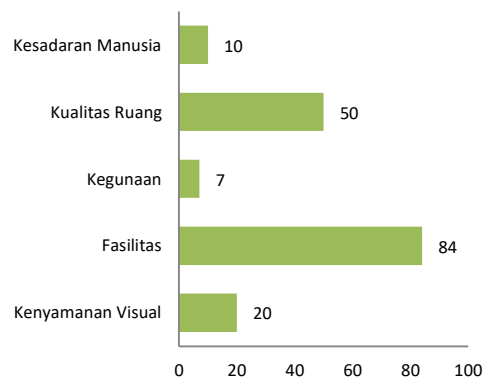
Berdasarkan tabel diatas, terdapat 5 kategori harapan masyarakat usia dewasa awal terhadap ruang publik yaitu: Kesadaran, Kualitas ruang, kegunaan, fasilitas, dan kenyamanan visual. Berikut penjelasan dari masing-masing kategori tersebut:

1. Kenyamanan *visual*, merupakan faktor yang erat kaitannya dengan suasana. Komponen-komponen kenyamanan visual seperti ruang yang luas dan kualitas landscape.
2. Fasilitas merupakan faktor yang bersifat kelengkapan. Pada faktor ini memiliki 2 jenis, yakni peningkatan fasilitas dan penambahan fasilitas. Komponennya seperti toilet, tempat berkumpul, penambahan fasilitas ruang, jaringan wifi, pengembangan sarpras, penambahan jumlah ruang publik.
3. Kegunaan merupakan faktor yang bersifat tepat sasaran kepada pemakai ruang pub-

lik. Kegiatan dan peran ruang publik memiliki manfaat pada masyarakat. Komponennya ialah bermanfaat, terdapat kegiatan, dan sesuai kebutuhan.

4. Kualitas Ruang merupakan faktor yang bersifat kenyamanan ruang publik dan lingkungannya. Komponen-komponennya seperti keamanan, kebersihan, perawatan, dan kenyamanan lingkungan.
5. Kesadaran Manusia merupakan faktor yang berhubungan langsung dengan karakter masyarakat dan masyarakat memiliki tanggung jawab sepenuhnya. Komponen ini seperti kesediaan pengguna dan kesadaran pengelola dalam merawat ruang publik.

Setelah mengetahui 5 kategori alasan masyarakat usia muda mengunjungi ruang publik, maka dilakukan analisis distribusi seperti yang terlihat pada gambar 5.



Gambar 5 Harapan Pengguna Ruang Publik.

Hasil analisis distribusi harapan, berdasarkan tabel dan diagram diatas, menunjukkan bahwa kebanyakan harapan masyarakat terhadap ruang publik ialah mengenai kelengkapan fasilitas dengan besar skor ialah 84 (49,1%). Kemudian disusul dengan harapan terhadap kualitas ruang sebanyak 50 responden (29,3%). Kegunaan menjadi jawaban paling rendah sebanyak 7 responden (4%) dan dilanjutkan dengan kesadaran manusia yang memiliki skor sebanyak 10 responden (5,8%).

Kesimpulan

Dari data yang telah dianalisis, maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan ruang publik bagi masyarakat dewasa awal sangat penting. Namun bukan menjadi kebutuhan ruang yang utama. Hal ini dapat dilihat dari frekuensi responden mengunjungi ruang publik. Kemudian ditemukan bahwa kebanyakan masyarakat pada usia dewasa awal lebih sering mengunjungi taman atau ruang terbuka. Alasan mereka mengunjungi ruang publik pun bermacam-macam seperti bersantai, bersosialisasi, makan, dan lain sebagainya. Namun kegiatan olahraga menjadi alasan paling kuat untuk mengunjungi ruang publik. Hal ini dikarenakan pada usia dewasa awal, mereka sering menghabiskan waktunya ditempat bekerja sehingga pada akhir pekan mereka memanfaatkan waktunya untuk menjaga kesehatan tubuh dengan berolahraga.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kriteria ruang publik untuk masyarakat berusia dewasa awal ialah jenis ruang publik yang terbuka seperti taman, alun-alun, atau lapangan. Dimana didalamnya terdapat berbagai macam fasilitas olahraga. Selain itu, peningkatan fasilitas lainnya juga sangat diperlukan untuk mendukung motivasi masyarakat mengunjungi ruang publik. Salah satu contohnya ialah fasilitas berupa wifi dan stop kontak. Fasilitas ini sangat bermanfaat bagi masyarakat untuk mengerjakan beberapa pekerjaannya di ruang publik. Selain itu, pengembangan sarana prasarana juga menjadi harapan masyarakat terhadap ruang publik. Peremajaan infrastruktur, ketersediaan toilet, tempat duduk, peneduh, dan lain sebagainya. Terakhir, yang terpenting dari kualitas ruang publik, ialah kebersihan. Kebersihan ruang dapat dilihat dari tersediannya tempat sampah yang memadai, pengelolaan manajemen sampah, dan kesadaran masyarakat sendiri mengenai kebersihan tersebut.

Daftar Pustaka

Creswell, J.W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications, Inc.

Carr, Stephen, et al. (1992). *Environment and Behaviour Series Public Space*. New York: Cambridge University Press.

Groat, L. & Wang, D. (2002). *Architectural Research Methods*. New York: John Wiley & Sons. Inc.

Hurlock, E.B. (1993). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Edisi Kelima). Jakarta: Eralangga