



Persandingan Penelitian Studi Kasus terkait Perubahan *Third Place* di Era Digital

Firmansyah Bachtiar¹, Robert Rianto Widjaja²

¹Program Studi Doktor Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Katolik Soegijapranata, Jalan Pawiyatan Luhur Sel. IV No.1, Bendan Duwur, Gajahmungkur, Semarang, Jawa Tengah 50234

²Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik dan Teknologi, Universitas Tanri Abeng, Jalan Swadarma Raya Nomor 58, Ulujami, Pesanggrahan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12250

*E-mail : firmansyah.bachtiar@tau.ac.id

Diterima: 06 01 2023

Direvisi: 06 05 2023

Disetujui: 03 09 2023

ABSTRAK

Penelitian studi kasus merupakan jenis penelitian kualitatif yang dapat digunakan untuk memperoleh temuan dan penjelasan lebih dalam terkait fenomena dan isu kontemporer yang berkembang di masyarakat modern. Salah satu isu kontemporer yang muncul antara lain terkait ruang interaksi sosial manusia yang mulai terpengaruh oleh budaya hidup digital. Ruang ketiga (*third place*) yang menurut Oldenburg memiliki karakteristik sebagai tempat pertemuan manusia untuk bersosialisasi secara kasual dan informal, mulai mengalami pergeseran di era digital, seiring munculnya fenomena perubahan perilaku pengguna yang juga bekerja secara jarak jauh, bermedia sosial dan berkomunikasi secara virtual pada *third place*. Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus terkait isu tersebut mulai banyak ditemukan sebagai upaya menemukan definisi baru terhadap *third place*. Untuk dapat melihat karakteristik penelitian yang telah dilakukan, maka dilakukan telaah terhadap lima publikasi terkait *third place* di era digital. Desain penelitian pada publikasi tersebut disandingkan untuk melihat kesesuaian dan keragaman jenis obyek studi, tujuan penelitian, karakteristik, pendekatan, unit analisis, sumber data, pelaku, lingkup observasi, dan validasi yang dilakukan. Persandingan desain penelitian studi kasus ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai variasi desain penelitian yang dapat dilakukan untuk mengeksplorasi lebih lanjut perubahan makna dan bentuk *third place* di era digital, dimana alternatif pendekatan tersebut dapat menjadi dasar untuk eksplorasi penelitian lebih lanjut di masa depan.

Kata kunci: digital, penelitian kualitatif, ruang ketiga, studi kasus.

ABSTRACT

Case study research is a type of qualitative research that can be used to obtain findings and in-depth explanations regarding contemporary phenomena and issues that occurs in modern society. One of the issues is related to the nature of social place which has begun to be influenced by digital lifestyle. The *third place*, which according to Oldenburg has characteristics as a meeting place for people to socialize casually and informally, is starting to experience a form shifting. The behavioural changes can be seen from the users who also conduct remote working, social media browsing and virtual conversation in the *third place*. Qualitative research with a case study approach can be found as an effort to formulate new definitions of

third place. In order to be able to see the characteristics of the research that has been done, a review was carried out on five publications related to third places in the digital era. The research designs are being compared to see the similarity and the diversity of the study objects, objectives, characteristics, approaches, unit analysis, data sources, observer, participant, scope of observation, and validation. The comparison of this case studies shows that there are various variations of research designs that can be carried out further, where these alternative approaches can become the basis for research exploration in the future.

Keywords: case study, digital, third place, qualitative research.

PENDAHULUAN

Manusia di sela-sela kesibukan dan rutinitasnya, cenderung mencari sebuah ruang pelarian yang merupakan ruang di luar konteks tempat tinggal dan tempat bekerja sebagai ruang untuk bersosialisasi dengan tetangga, kolega, kerabat maupun orang yang baru dikenal (Oldenburg, 1989). *Third Place* atau ruang ketiga adalah sebutan yang sering dipakai merujuk definisi yang disebut oleh Oldenburg, dimana kemunculannya bisa dalam berbagai bentuk wujud keruangan seperti kafe, kedai kopi, rumah makan, *barber shop*, gereja, taman dan beberapa tempat pertemuan sosial lainnya (Oldenburg, 2001). Untuk membedakan definisi dari penggunaan bahasa Indonesia “ruang ketiga” yang dapat juga bermakna “*third space*” pada bahasa Inggris yang akan memiliki definisi yang berbeda jika dilihat dari definisi menurut Soja dan Levebfre, maka pada penulisan ini digunakan istilah Bahasa Inggris “*third place*” merujuk definisi ruang menurut Oldenburg yang menjadi lingkup penelitian.

Peran *third place* sebagai ruang interaksi sosial memunculkan karakter keruangan yang bergantung dari interaksi pengguna dan bagaimana bentukan spasial dan arsitektural yang terbentuk dari fenomena tersebut. Sejalan dengan perkembangan era digital yang lekat dengan *Information & Communication Technology* (ICT), bentukan *third place* mulai mengalami transformasi seiring perubahan cara interaksi manusia. Perubahan pada gaya hidup digital juga berpengaruh terhadap keberadaan sosiospasial suatu kota, sehingga memunculkan kebiasaan baru yang mengubah tatanan perilaku konsumerisme dan aktivitas warga (Hatuka et al., 2021). Munculnya suatu kebutuhan untuk dilihat dan melihat orang lain membuat ICT berperan sebagai jembatan komunikasi sosial yang menguatkan hubungan antara *third place* dan pengunjungnya (Memarovic et al., 2014). Dalam perkembangannya, masyarakat saat ini mencari *third place* tidak hanya sebagai ruang bersosialisasi, tapi menjadi tempat peralihan lain untuk kegiatan produktif seperti bekerja di luar kantor (Mimoun & Gruen, 2021).

Penelitian dengan obyek *third place* sendiri banyak dilakukan dalam konteks berbagai bidang ilmu seperti sosial, psikologi, budaya dan arsitektur. Penelitian yang dilakukan umumnya berupa penelitian kualitatif, dimana isu sosial dan keruangan yang muncul dikaji lebih dalam melalui proses observasi dan keterlibatan yang mendalam dan langsung pada fenomena yang

diamati (Merriam, 2016). Melalui penjelajahan internet mengenai publikasi artikel ilmiah yang mengkaji perkembangan *third place*, maka dapat ditemukan beberapa hasil penelitian yang mencoba mengeksplorasi mengenai fenomena perubahan struktur sosial, spasial dan arsitektur pada *third place* karena dipengaruhi beberapa aspek, salah satunya perkembangan budaya hidup digital. Pendekatan populer yang digunakan dalam mengidentifikasi perubahan pada era digital adalah melalui penelitian studi kasus untuk meneliti jenis dan transformasi *third place* yang berkembang di masa kini. Penelitian studi kasus memberikan ruang untuk mengamati lebih dalam melalui satu atau beberapa kasus untuk melihat karakteristik perubahan yang terjadi hingga dapat dihasilkan suatu teori atau pemahaman baru (Creswell, 2018). Perubahan karakter ruang yang terjadi pada *third place* memberikan perspektif pengamatan yang lebih luas, dimana *third place* tidak dimaknai dengan ruang yang sama seperti definisi Oldenburg, tapi berpotensi memunculkan definisi dan bentuk *third place* yang baru di masyarakat. Perubahan ini secara tidak langsung berpengaruh pada strategi dalam penyusunan desain penelitian yang dilakukan, dimana hal ini berdampak pada berkembangnya opsi pemilihan obyek studi, pendekatan penelitian, pengumpulan data, hingga metode analisa. Artikel ini dibuat untuk memberikan gambaran mengenai berbagai pendekatan penelitian studi kasus terhadap *third place* dengan berbagai perspektif studi kasus yang digunakan dalam obyek penelitian *third place* di era digital, sehingga nantinya dapat menjadi rujukan dan pijakan pengembangan penelitian studi kasus lebih lanjut dalam mengidentifikasi makna sosial dan keruangan baru pada suatu *third place* di era digital.

METODE

Metode yang dilakukan dalam kajian ini adalah berupa *literatur review* terkait penelitian studi kasus yang mengambil isu perubahan *third place* di era digital. Desain penelitian dari beberapa literatur kemudian disandingkan untuk melihat perbedaan pendekatan yang dilakukan oleh para peneliti. Publikasi yang dipilih merupakan penelitian yang diperoleh dari sumber jurnal, *book chapter* atau prosiding yang diperoleh melalui pencarian internet melalui mesin pencari (*search engine*) dengan kata kunci baik dalam bahasa Indonesia maupun Inggris terkait *third place* seperti ruang ketiga (*third place*), ruang sosial (*social space*), era digital (*digital era*), dan budaya hidup digital (*digital lifestyle*). Hasil pencarian akan diseleksi dengan memilih publikasi yang sesuai dengan isu perubahan *third place* karena pengaruh era digital dan melakukan pendekatan studi kasus dalam proses penelitiannya. Lingkup penelitian difokuskan pada publikasi yang berada di bidang arsitektur, baik dilihat dari aspek spasial maupun perilaku. Elaborasi dan persandingan dari publikasi yang diperoleh kemudian dilakukan dengan tabel yang menjelaskan desain penelitian yang dipilih, dilihat dari aspek jenis obyek studi, tujuan penelitian, karakteristik, pendekatan, unit analisis, sumber data, pelaku aktif, lingkup observasi, dan validasi. Hasil dari persandingan tersebut kemudian akan menjadi dasar untuk

melihat variasi desain penelitian studi kasus yang dapat dikembangkan untuk mengeksplorasi lebih lanjut isu perubahan *third place* di era digital.

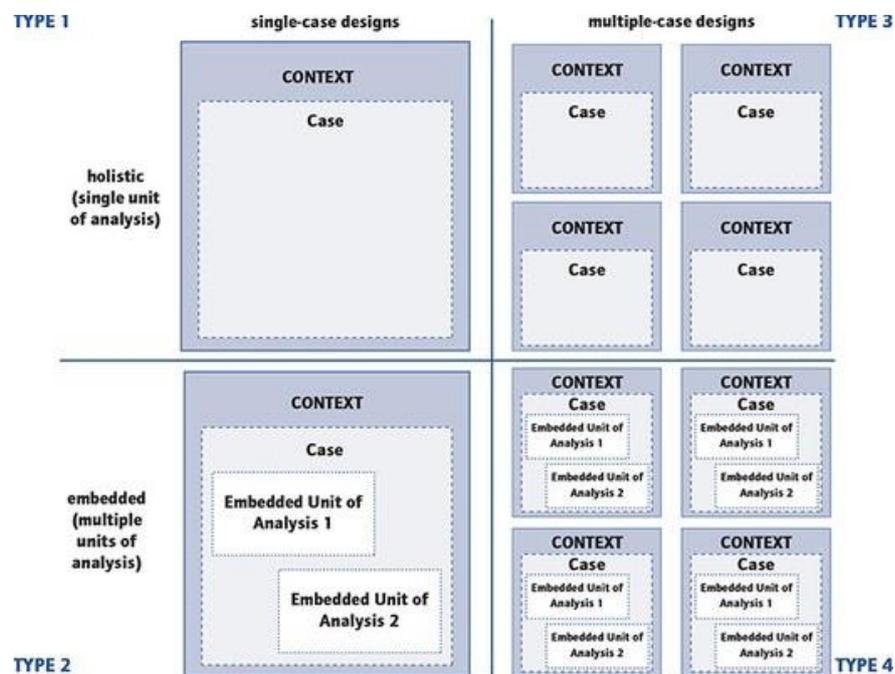
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Pendekatan Studi Kasus

Tahap awal untuk melihat secara lebih jelas mengenai pendekatan dan metode penelitian yang menjadi fokus dalam penulisan artikel kali ini, maka dijabarkan pemahaman terkait penelitian kualitatif dan studi kasus. Pada suatu penelitian yang melibatkan obyek manusia/bersifat sosial, maka pendekatan kualitatif dapat menjadi pendekatan yang sesuai untuk memaknai beberapa hal dan fenomena yang terjadi secara aktual. Pendekatan kualitatif juga dapat dilakukan pada penelitian arsitektur dalam konteks terkait perilaku sosial pengguna (Dewi Nur'aini, 2020). Peneliti dengan pendekatan kualitatif akan tertarik pada upaya memahami bagaimana manusia menginterpretasikan pengalaman yang dialami, bagaimana mereka membentuk dunia yang mereka jalani dan apa makna yang dapat diberikan pada pengalaman yang dialami (Merriam, 2016). Terdapat lima faktor yang dapat menjadi ciri khas penelitian kualitatif dibanding bentuk riset lainnya, yaitu pembelajaran terhadap makna hidup, representasi suatu pandangan/perspektif, kehadiran langsung pada konteks kasus, kontribusi pandangan baru serta memahami keterkaitan dari berbagai sumber data dan pembuktian (Yin & Robert K, 2016). Penelitian kualitatif sendiri dapat terdiri dari 5 pendekatan yaitu penelitian naratif, fenomenologi, *grounded theory*, etnografi dan studi kasus (Creswell, 2018).

Dalam upaya mengenali adanya suatu fenomena terkait perubahan wujud dan perilaku individu pada *third place* di dunia digital, pendekatan melalui studi kasus digunakan untuk mengungkap temuan dari fenomena-fenomena kontemporer yang muncul. Untuk melihat beragam pendekatan dan metode yang dilakukan, maka beberapa unsur penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dapat dilihat dalam beberapa unsur dan aspeknya. Studi kasus sendiri terdiri dari lima komponen yaitu pertanyaan (*how-why*), preposisi, unit analisis (kasus), logika dan kriteria interpretasi (Yin, 2018). Studi kasus dapat dilihat dalam 2 sudut pandang, yaitu kasus sebagai obyek penelitian, dan juga sebagai metode penelitian. (Yin, 2018). Studi kasus, sejalan dengan beberapa pendekatan penelitian kualitatif lain memiliki kesamaan yaitu berupaya mencari makna dan penjelasan, dimana peneliti berperan sebagai instrumen pengumpulan data dan analisis melalui strategi deduktif atau induktif, dengan hasil yang kaya akan deskripsi (Merriam, 2016). Studi kasus juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pandangan yang holistik maupun instrumental mengenai serangkaian kejadian dan fenomena tertentu (Nurahma & Hendriani, 2021).

Jika dilihat dari tujuan penelitiannya, studi kasus dapat dibedakan menurut tujuan eksploratif (mengeksplorasi fenomena yang terjadi pada kasus), eksplanatori (menjelaskan hubungan sebab akibat dan penjelasan kasualitas dari obyek penelitian) dan deskriptif (menjelaskan suatu kerangka teori) (Yin, 2018). Karakteristik studi kasus dapat bersifat intrinsik ataupun instrumental. Studi kasus intrinsik berfokus pada pendalaman suatu kasus tertentu unik/spesifik sehingga dihasilkan suatu temuan. Studi kasus instrumental berfokus pada upaya mencari tahu dari beberapa kasus hal lain yang lebih luas dari obyek yang diteliti (Stake, 1995). Dalam melakukan penelitian, pendekatan studi kasus dapat dilakukan secara deduksi (berangkat dari teori) ataupun induksi (berangkat dari fenomena/kasus di lapangan) (Yin, 2018). Jumlah kasus yang akan diangkat dalam suatu pendekatan studi kasus dapat berupa kasus tunggal (*single case*) maupun multi kasus (*multiple cases*). Kasus tunggal umumnya diangkat pada suatu fenomena khas yang umum, dapat terwakili dan dapat digeneralisir, sedangkan multi kasus memungkinkan upaya pencarian keterkaitan/perbedaan antara satu kasus dan lainnya untuk memunculkan suatu teori atau temuan (Yin, 2018). Jika dilihat dari unit analisisnya, maka kasus yang ada dapat berupa holistik (*holistic*) maupun terpancang (*embedded*). Studi kasus dengan pendekatan holistik menggunakan satu unit analisis, sedangkan *embedded* menggunakan lebih dari satu unit analisis (Yin, 2018). Pemilihan kasus pada penelitian studi kasus dapat terdiri dari 4 tipe, dapat berupa kasus tunggal holistik, tunggal *embedded*, multi holistik dan multi *embedded* (Yin, 2018)



Gambar.1 Tipe Studi Kasus (Sumber : Yin, 2018)

Sumber data pada penelitian studi kasus terdiri dari 6 jenis yaitu dokumentasi, arsip, wawancara, observasi langsung peneliti, observasi partisipan/responden, artefak fisik (Yin, 2018). Untuk menguji validitas dan reliabilitas pada penelitian studi kasus dapat mencakup beberapa metode yaitu perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member checking* (Stake, 1995).

Pendekatan Studi Kasus pada Isu Perubahan *Third Place* di Era Digital

Isu perubahan *third place* muncul sejalan dengan perkembangan dunia teknologi digital yang memudahkan manusia untuk berkomunikasi sehingga kegiatan yang terjadi di *third place* berkembang menjadi lebih bervariasi. Hal ini ditandai antara lain dengan perkembangan bentuk *third place* seperti kafe, kedai kopi, rumah makan yang kini dilengkapi dengan fasilitas pendukung budaya hidup digital seperti akses *wifi*, stop kontak dan juga desain yang unik untuk konten (*instagrammable*). Fenomena ini muncul dalam bentuk *third place* yang belum didefinisikan Oldenburg sebelumnya, sehingga menjadi suatu karakteristik baru yang muncul sejak perkembangan era digital. Upaya menggali lebih jauh mengenai kemunculan perubahan ini umumnya ditelaah melalui pendekatan deduktif maupun induktif, dengan mengelaborasi pemahaman terkait *third place* Oldenburg untuk melihat temuan di lapangan, ataupun dikaji secara induktif dengan mengamati fenomena yang berkembang di lapangan. Berdasarkan hasil pencarian publikasi di internet, publikasi dengan isu *third place* relatif banyak ditemukan, namun titik berat yang ada lebih pada penelitian terhadap perilaku dan aspek keruangan *third place* konvensional sebagai ruang interaksi sosial. Dari hasil penyaringan dengan kriteria berupa publikasi dengan pendekatan studi kasus dengan isu *third place* di era digital, maka diperoleh 5 publikasi sebagai *sampling* untuk melihat karakteristik penelitian terkait pendekatan studi kasus yang telah dilakukan. Publikasi tersebut berasal dari sumber yang beragam, mulai dari artikel jurnal terakreditasi nasional, prosiding maupun *book chapter* seminar internasional.

Salah satu riset mencoba melihat fenomena keberadaan Starbucks di kampus UI sebagai salah satu *third place*, tempat terjadinya aktivitas sosial yang selaras dengan definisi *third place* dari Oldenburg. *Franchise* Starbucks sendiri secara strategi pemasaran telah memposisikan dirinya sebagai *third place*, dimana Starbucks memberikan pengalaman visual, emosional dan aroma khas yang membuat karakter khusus bagi pelanggannya (Liu et al., 2021). Hal ini terlihat seperti pada kedai kopi Starbucks UI yang juga memiliki kelebihan sebagai tempat yang mengakomodasi gaya hidup modern melalui penyediaan fasilitas penggunaan ICT (Lukito & Xenia, 2018). Metode penelitian yang dilakukan oleh Lukito dan Xenia adalah studi kasus secara eksploratori, deduktif dan intrinsik. Dengan adanya konsep Starbucks yang sama di

setiap gerainya, maka pengamatan di Starbucks UI relatif dapat mewakili fenomena yang terjadi di gerai lainnya. Kasus yang digunakan adalah kasus tunggal dengan karakteristik instrumental, dimana unit analisis yang digunakan adalah *embedded* karena penelitian diarahkan untuk melihat hubungan antara manusia dan lingkungan dan pengaruhnya pada dinamika aktivitas yang terjadi di lapangan serta perilaku masyarakat mengenai ruang dan aktivitas yang terjadi di dalamnya. Data diperoleh melalui literatur dan observasi peneliti, dimana validasi dilakukan melalui pengamatan lebih lanjut pada fenomena tersebut dalam beberapa rentang waktu berbeda. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa meskipun secara fisik Starbucks UI memiliki karakter sebagai *third place* sesuai definisi Oldenburg, namun gaya hidup digital dimana manusia berketergantungan terhadap gadget membuat interaksi di Starbucks terjadi dalam bentuk komunikasi virtual dan tatap muka (Lukito & Xenia, 2018). Dari segi arsitektural, hal ini juga tercermin dari pengaturan *layout* kursi juga mewadahi kebutuhan pengunjung untuk berinteraksi dalam jumlah besar maupun yang datang seorang diri, karena sering ditemukan kebutuhan privasi personal untuk kebutuhan bekerja atau sosialisasi virtual.

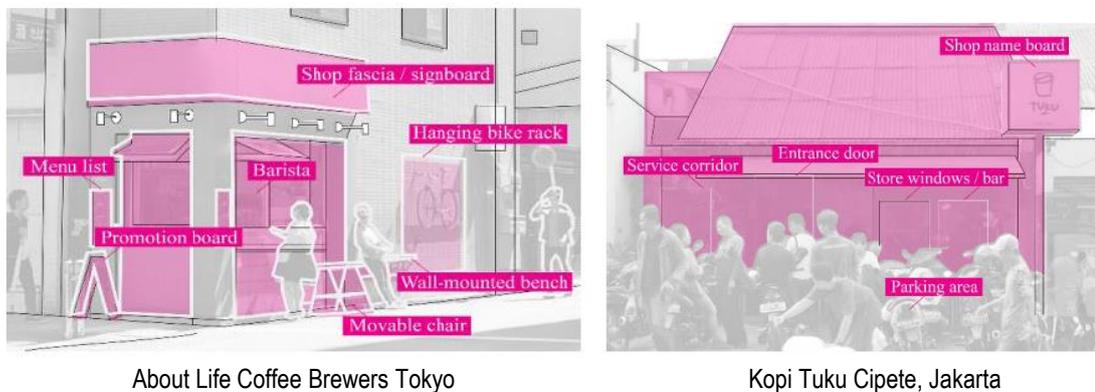


Gambar 2. Suasana di Kedai Kopi Starbucks UI

(Sumber: Lukito dan Xenia, 2018)

Penelitian lain dilakukan oleh Widyaningsih dengan melihat studi kasus terhadap 2 obyek kedai kopi di 2 kota Asia yang berbeda yaitu About Life Coffee Brewers di Shibuya Tokyo dan Kopi Tuku di Cipete, Jakarta Selatan. Penelitian dilakukan secara eksploratori, mengambil pendekatan instrumental dan induktif, melalui pengamatan fenomena yang terjadi di lapangan kemudian mencoba melihat perbedaan yang terjadi pada kedua lokasi dalam merespon perkembangan gaya hidup diguyal. Metode pelaksanaan penelitian diawali dengan upaya mencari tahu latar belakang budaya minum kopi melalui observasi lapangan untuk melihat keterhubungan kedai kopi dengan lingkungan sekitar. Instrumen analisa untuk melihat aspek keruangan juga dilakukan melalui analisa terhadap *figure ground*, *linkage* dan *place* sebagai bagian dari teori analisa keruangan kota (Francik, 1986). Dalam konteks pengumpulan data, data empiris diperoleh melalui observasi spasial penulis sebagai customer

di About Life Coffee Brewers dan Kopi Tuku. Hasil temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada keterhubungan antara kultur minum kopi dan tata letak pada kota. Validitas dan reliabilitas diperoleh melalui pendalaman respon pada media sosial dan data intensitas pengunjung (*Google Maps Review Rating*). Seiring dengan perkembangan ICT, kedai kopi di era digital terlihat mulai ada kecenderungan kehilangan karakteristik *third place* karena metode menikmati kopi yang saat ini justru didominasi oleh pesan antar *online*. Hal ini dapat dijumpai dimana kedudukan *third place* pada kedai kopi di Jakarta mengalami perubahan karakteristik, dimana ruang untuk duduk, minum kopi dan berinteraksi relatif menghilang, berganti dengan dominasi ruang untuk merespon kebutuhan pemesanan online. (Widyaningsih et al., 2021)



About Life Coffee Brewers Tokyo

Kopi Tuku Cipete, Jakarta

Gambar 3. Perbandingan Tipologi Kedai Kopi di Tokyo dan Jakarta

(Sumber: Widyaningsih et al.m2021)

Selain kedai kopi, bentuk *third place* berupa restaurant dan kafe juga berkembang menjadi tempat interaksi yang mengadopsi perkembangan teknologi digital. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nadizti, obyek studi menggunakan kafe dengan pendekatan multi kasus yaitu Warung Up Normal di Cikutra dan Cihampelas. Penelitian dilakukan secara eksplanatori, dengan pendekatan instrumental, *embedded* dan deduktif-induktif. Lingkup observasi dilakukan dengan mempertimbangkan aspek konfigurasi urban, fitur arsitektural dan suasana interior. Pengamatan juga dilakukan terhadap pengunjung yang hadir, dilihat dari profil tampilan, barang bawaan, kelompok kedatangan, kegiatan, percakapan dan lokasi duduk. Validitas dan reliabilitas dilakukan melalui pendalaman lebih lanjut dari beberapa sumber lain yang relevan dan triangulasi pengamatan pada beberapa periode waktu. Temuan yang diperoleh bahwa ditemukannya perpaduan antara interaksi konvensional (percakapan tatap muka) yang relatif dominan, disertai dengan adanya beberapa kegiatan interaksi secara virtual maupun kegiatan lain yang berbasis pada penggunaan gadget (Nadizti et al., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Ellisa mengambil perspektif yang sedikit berbeda, dimana penelitian dilakukan mengamati kasus komunitas virtual Sketsa Pulang Kerja dan kaitannya dengan *third place* berupa kafe Platform 78. Komunitas ini berkembang di dunia maya melalui interaksi di media sosial Instagram yang kemudian diikuti dengan interaksi tatap muka di kafe sebagai sarana berkumpul para anggotanya. Penelitian ini dilakukan secara eksploratori dengan dengan pendekatan instrumental, deduktif-induktif, kasus tunggal dan holistik dengan mencoba mengelaborasi karakteristik *third place* Oldenburg pada wujud *third place* yang dipengaruhi oleh kegiatan komunitas yang berbasis pada digital (Hadi & Ellisa, 2019). Pengumpulan data dilakukan secara observasi terhadap aktivitas yang terjadi di sekitar kafe khususnya saat adanya kehadiran komunitas Sketsa Pulang Kerja. Validasi dilakukan dengan melakukan triangulasi dan *member-checking* pada komunitas Sketsa Pulang Kerja. Temuan yang diperoleh antara lain rekomendasi strategi memperkuat karakteristik *third place* yang mencakup integrasi ICT, pembentukan dengan tujuan tertentu, dan berbasis pada kebutuhan pengguna (Hadi & Ellisa, 2019).

Penelitian yang memadukan jenis penelitian *mix-method* kuantitatif dan kualitatif (studi kasus) juga dapat dilihat pada riset dari Sireki dan Wibisono mengenai tipologi kafe di kawasan Karangwuni, Yogyakarta yang juga terdampak adanya perkembangan dunia digital. Penelitian ini memaknai *third place* yang mulai berkembang menjadi *coworking space* karena pengaruh era digital (Sireki & Wibisono, 2020). Pada bagian kuantitatif, penelitian dilakukan untuk menjangkau persepsi dari pengunjung kafe melalui metode *convenience-sampling*, sedangkan penelitian pada bagian kualitatif dilakukan secara eksploratori, instrumental, deduktif, multi kasus dan *embedded*. Hasil dari penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas pada kafe justru menunjukkan semakin tingginya aktivitas interaksi tidak langsung (penggunaan teknologi sebagai media komunikasi). Pergeseran fungsi pun terjadi dimana kafe yang berada dekat area kos dan kampus bertransformasi menjadi *coworking space* yang diminati oleh mahasiswa. (Sireki & Wibisono, 2020)

Persandingan Desain Penelitian Studi Kasus *Third Place* di Era Digital

Berdasarkan dari penjabaran 5 publikasi penelitian yang dikaji, maka dapat terlihat variasi desain penelitian studi kasus terkait isu perubahan *third place* di era digital. Dari pendekatan yang dilakukan dapat terlihat ada aspek yang secara umum memiliki persamaan, dan ada juga yang memiliki perbedaan. Penjabaran aspek pada desain penelitian-penelitian studi kasus yang diamati dapat terlihat seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Persandingan Desain Penelitian Studi Kasus *Third Place* di Era Digital

No	Aspek	Desain Penelitian				
		Penelitian	<i>Lukito & Xania</i>	<i>Widyarningsih et al</i>	<i>Nadizti et al</i>	<i>Hadi & Ellisa</i>
1	Obyek Studi	Kedai Kopi (Depok)	Kedai Kopi (Tokyo-Jakarta)	Kafe (Bandung)	Kafe & Komunitas (Bandung)	Kafe (Yogyakarta)
2	Tujuan Penelitian	Eksploratori	Eksploratori	Eksploratori	Eksploratori	Eksploratori
3	Karakteristik	Instrumental	Instrumental	Instrumental	Instrumental	Instrumental
4	Pendekatan	Deduktif	Induktif	Deduktif	Deduktif-Induktif	Deduktif
5	Kasus	Tunggal	Multi	Multi	Tunggal	Multi
6	Unit Analisis	Embedded	Embedded	Embedded	Holistik	Embedded
7	Sumber Data	Literatur, observasi perilaku	Literatur (medsos- <i>crowdsourcing</i>)	Literatur, observasi dan pengunjung	Literatur, observasi dan pengunjung	Observasi, literatur, kuesioner,
8	Pelaku Aktif	Observer (peneliti)	Observer (peneliti)	Observer (peneliti)	Observer (peneliti)	Observer (peneliti) dan partisipan
9	Lingkup observasi	Aktivitas pengunjung, Tata ruang dalam	Tipologi bentuk, perilaku pengunjung, karakter ruang	Konfigurasi urban, interior, fitur arsitektural, interior	Keterkaitan dengan karakteristik Oldenburg, pengaruh digital	Pengalaman pengunjung, tipologi aktivitas dan spasial
10	Validasi dan Reliabilitas	Pendalaman	Triangulasi	Pendalaman, triangulasi	Pendalaman	Triangulasi

Sumber : hasil analisis

Jika melihat dari persandingan yang ada, maka dapat dilihat bahwa sebagian besar penelitian memilih obyek kafe dan kedai kopi, suatu jenis *third place* yang relatif tersebar dan mudah ditemu di berbagai kota di Indonesia. Kafe dan kedai kopi juga merupakan fungsi komersial yang populer di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Penelitian yang dilakukan semua publikasi bersifat eksploratori, berupaya menjelaskan secara lebih mendalam fenomena perubahan *third place* yang terlihat pada obyek studi dan kaitannya dengan pemahaman definisi *third place* sebelumnya menurut Oldenburg. Hal ini membuat cukup banyak penelitian yang mengambil pendekatan deduktif-induktif, dimana teori Oldenburg digunakan sebagai pijakan dasar sebelum mencoba mengeksplorasi temuan baru yang dapat diperoleh melalui proses pengamatan di lapangan. Pemilihan penelitian pada 1 lokasi dapat dilihat pada pemilihan obyek studi yang memiliki karakter yang kuat dan relatif tipikal untuk jenis yang sama, seperti contohnya Starbucks yang memang memiliki karakter yang sama di setiap gerainya. Selain itu, adanya keterkaitan antara komunitas dan *third place* (Sketsa Pulang Kerja dan Kafe Platform 78) tertentu juga menjadi salah satu pertimbangan menggunakan 1 kasus dalam penelitian yang dilakukan. Unit analisis yang digunakan umumnya berupa

embedded, disebabkan penelitian mengenai *third place* memiliki unsur perilaku dan keruangan yang dapat saling memberikan pengaruh sebab akibat, sehingga dibutuhkan lebih dari 1 unit analisis untuk bisa melihat keterhubungan yang terjadi. Meskipun begitu, dengan adanya teori Oldenburg yang sudah berlaku universal, beberapa penelitian dapat juga dilakan secara holistik dengan mengelaborasi analisa dari teori yang ada untuk mengeksplorasi isu dan fenomena baru. Sumber data yang digunakan sebagian besar diperoleh melalui kegiatan observasi oleh peneliti pada lokasi penelitian, meskipun ada satu penelitian *mix-methods* yang juga memadukan metode kuesioner untuk penjangkaran data kuantitatif. Pada dasarnya, pendekatan studi kasus juga dapat dilakukan dengan melihat dari perspektif partisipan melalui metode wawancara, namun jika melihat dari lingkup penelitian yang dilakukan, pertimbangan waktu dan sumber daya dapat menjadi latar belakang tidak digunakannya metode wawancara untuk mengeksplorasi lebih lanjut. Lingkup pengamatan relatif bervariasi antara satu penelitian dan lainnya, namun sebagian besar mencakup aspek perilaku dan aktivitas pengunjung dan aspek keruangan. Aspek ini merupakan variabel yang paling mudah diamati, karena dapat dilakukan secara mandiri oleh peneliti dan hasilnya dapat langsung diinterpretasi sesuai kebutuhan. Dari segi validitas dan reliabilitas terhadap hasil temuan, sebagian besar penelitian menggunakan metode triangulasi dan pendalaman terhadap teori maupun hasil penelitian lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari elaborasi lima publikasi yang telah dilakukan, maka dapat dilihat bahwa penggunaan metode studi kasus cukup efektif untuk menghasilkan temuan yang menunjukkan adanya pengaruh era digital terhadap bentukan baru dari suatu *third place* sesuai definisi Oldenburg. Penggunaan metode studi kasus dapat dilakukan untuk menyelami lebih jauh mengenai perubahan yang terjadi dalam beberapa kasus terkait *third place* dan bagaimana *third place* tersebut merespon kebutuhan gaya hidup digital para pengunjungnya. Aspek yang diamati antara lain dari segi aspek keruangan dan juga perilaku yang berdampak pada obyek arsitektural *third place*. Berbagai pendekatan studi kasus dapat disesuaikan sesuai karakteristik kasus yang akan diteliti, dan untuk dapat memperoleh kedalaman penelitian, maka observasi langsung pada obyek menjadi hal yang penting untuk menangkap fenomena yang terjadi. Untuk mengeksplorasi lebih lanjut, dapat dikembangkan penelitian mengenai keterhubungan antara *third place* dan perkembangan era digital melalui lebih banyak pendekatan penelitian baik kualitatif dan kuantitatif, sehingga dapat memberikan alternatif pendekatan metode penelitian di masa depan.

REFERENSI

Creswell, J. W. P. C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design* (Fourth Edition). SAGE Publishing.

- Dewi Nur'aini, R. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin dalam Penelitian Arsitektur dan Perilaku. *INERSLA*, 16(1), 92–104.
- Hadi, R., & Ellisa, E. (2019). Rethinking Third Place in The Digital Era. In Universitas Surabaya (Ed.), *International Conference on Informatics, Technology, and Engineering 2019*. Universitas Surabaya. <https://www.researchgate.net/publication/337448665>
- Hatuka, T., Zur, H., & Mendoza, J. A. (2021). The urban digital lifestyle: An analytical framework for placing digital practices in a spatial context and for developing applicable policy. *Cities*, 111. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102978>
- Liu, X., Wang, X., Zhou, X., He, X., Pan, D., & Feng, L. (2021). *Analysis of Starbucks' "Third Place" Cultural Experience Marketing Mode*.
- Lukito, Y. N., & Xenia, A. P. (2018). Café as third place and the creation of a unique space of interaction in UI Campus. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 99(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/99/1/012028>
- Memarovic, N., Fels, S., Anacleto, J., Calderon, R., Gobbo, F., & Carroll, J. M. (2014). Rethinking Third Places: Contemporary Design with Technology. In *The Journal of Community Informatics* (Vol. 10, Issue 3). <http://ci-journal.net/index.php/ciej/rt/prINTERfriendly/1048/>
- Merriam, S. B. T. E. (2016). *Qualitative Research A Guide to Design and Implementation*. Jossey Bass.
- Mimoun, L., & Gruen, A. (2021). Customer Work Practices and the Productive Third Place. *Journal of Service Research*, 24(4), 563–581. <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*. Springer. <https://ssrn.com/abstract=3056754>
- Nadizti, F., Hanan, H., & Syamwil, I. B. (2021). Spatial Experience for Third Places in the Digital Era. *ARTEPOLIS 8 - The 8th Biannual International Conference*.
- Nurahma, G. A., & Hendriani, W. (2021). Tinjauan Sistematis Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Mediapsi*, 7(2), 119–129. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.02.4>
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place*. Da Capo Press.
- Oldenburg, R. (2001). *Celebrating The Third Places*. Marlowe & Company.
- Sireki, T. N., & Wibisono, B. H. (2020). Karakteristik Third Place dan Tipologi Kafe di Yogyakarta Kasus: Kawasan Karangwuni dan Sekitarnya. *TATALOKA*, 22(3), 437–452. <https://doi.org/10.14710/tataloka.22.3.437-452>
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. SAGE Publication.
- Trancik, R. (1986). *Finding Lost Space*. John Wiley & Sons.
- Widyaningsih, A., Kusumawardhani, P., & Zerlina, D. (2021). Coffee Culture and Urban Settings: Locating Third Place in the Digital Era. The Cases of About Life Coffee Brewers in Tokyo and Kopi Tuku in Jakarta. *ARTEPOLIS 8 - The 8th Biannual International Conference (ARTEPOLIS 2020)*.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications. Sixth Edition* (Sixth Edition). SAGE Publishing.
- Yin, & Robert K. (2016). *Qualitative Research from Start to Finish*. Guilford Press.