

Analisis Penerapan Prinsip *Placemaking* pada Oslo Opera House sebagai Ruang Publik

Majora Nuansa Al-Ghin, Saras Ciptaning Rahma Audityari

majo.alghin@mail.unnes.ac.id, sarasaudi2004@students.unnes.ac.id

Prodi Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

Abstrak

Perkembangan arsitektur saat ini menuntut bangunan tidak hanya memenuhi fungsi utamanya, melainkan juga mampu menghadirkan ruang publik yang aktif, inklusif, dan beridentitas. Pendekatan yang sesuai untuk mewujudkan hal tersebut adalah *placemaking*, yaitu proses pembentukan ruang yang mendukung aksesibilitas, kenyamanan, aktivitas, dan interaksi sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip *placemaking* pada Oslo Opera House sebagai ruang publik perkotaan. Data diperoleh melalui studi literatur dan dokumentasi yang meliputi buku, artikel jurnal, dokumen resmi, serta dokumentasi visual bangunan. Analisis dilakukan berdasarkan empat indikator *placemaking* dari Project for Public Spaces (PPS), yaitu *Access and Linkages*, *Comfort and Image*, *Uses and Activities*, dan *Sociability*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Oslo Opera House berhasil memenuhi empat indikator tersebut melalui aksesibilitas yang tinggi, keterhubungan dengan kawasan waterfront, kualitas visual yang kuat, keberagaman aktivitas publik, serta interaksi sosial yang intensif. Integrasi keempat prinsip dalam perancangan menjadikan Oslo Opera House tidak hanya berfungsi sebagai gedung pertunjukan seni, tetapi juga berkembang menjadi ruang publik yang aktif dan inklusif, serta memperkuat identitas kawasan Bjørvika. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan *placemaking* pada bangunan dicapai dengan mengintegrasikan desain arsitektur dengan ruang terbuka yang menghasilkan aktivitas dan interaksi sosial yang bermakna.

Kata kunci: *placemaking*, ruang publik, Oslo Opera House, waterfront, identitas kawasan

Abstract

Current architectural developments require buildings not only to fulfill their primary function but also to present an active, inclusive, and identifiable public space. The appropriate approach to achieve this is *placemaking*, namely the process of creating a space that supports accessibility, comfort, activity, and social interaction. This research uses a qualitative approach, employing a descriptive case study method, to analyze the application of *placemaking* principles in the Oslo Opera House as an urban public space. Data were obtained through literature and documentation studies, including books, journal articles, official documents, and visual documentation of the building. The analysis was conducted based on four *placemaking* indicators from the Project for Public Spaces (PPS): *Access and Linkages*, *Comfort and Image*, *Uses and Activities*, and *Sociability*. The results show that the Oslo Opera House successfully meets these four indicators through high accessibility, connectivity to the waterfront, strong visual quality, diverse public activities, and intensive social interaction. The integration of these four principles in the design makes the Oslo Opera House not only function as an arts performance building, but also develop into an active and inclusive public space, and strengthen the identity of the Bjørvika area. This research shows that successful *placemaking* in buildings is achieved by integrating architectural design with open spaces that generate meaningful social activities and interactions.

Keywords: *placemaking*, public space, Oslo Opera House, waterfront, place identity.

I. PENDAHULUAN

Ruang publik berperan penting dalam meningkatkan kualitas lingkungan perkotaan melalui fungsi sosial, budaya, dan pembentukan identitas kota. Dalam arsitektur kontemporer, bangunan publik dipahami tidak hanya sebagai fasilitas fungsional, melainkan juga sebagai ruang yang menghadirkan proses keterikatan hubungan masyarakat dengan lingkungan sekitarnya. Menurut (Gehl, 2012) Kualitas kota tidak hanya ditentukan oleh bangunannya, tetapi juga oleh aktivitas manusia yang berlangsung di antara bangunan (*life between buildings*). Paradigma arsitektur kontemporer tersebut menempatkan keberhasilan bangunan tidak hanya pada kualitas fisik dan teknologi konstruksi, melainkan pada kemampuannya untuk menghubungkan manusia, aktivitas, dan konteks lingkungan.

Pendekatan *placemaking* memandang bahwa ruang menjadi *place* apabila mampu mendukung aktivitas, memberikan kenyamanan, mudah diakses, serta mendorong interaksi sosial. Berbeda dengan pendekatan yang berfokus pada aspek normatif bangunan, *placemaking* menempatkan pengalaman pengguna sebagai fondasi dalam perancangan. Dalam konteks ini, *Project for Public Spaces* (PPS) mengemukakan empat indikator utama kualitas ruang publik, yaitu Access and Linkages, Comfort and Images, Uses and Activities, dan Sociability, yang telah banyak diterapkan sebagai dasar evaluasi ruang publik dan lingkungan binaan. Menurut (Jacobs, 1961) Keberhasilan ruang kota dipengaruhi oleh keberagaman aktivitas yang berlangsung sepanjang hari. Sejalan dengan itu, (Whyte, 1980) Menegaskan bahwa ruang publik yang berkualitas mampu menarik masyarakat untuk berkunjung, beraktivitas, dan berinteraksi.

Konsep *placemaking* memiliki keterkaitan yang erat dengan teori Sense of Place, yang menjelaskan bagaimana manusia membangun hubungan emosional dengan suatu tempat. Menurut (Tuan, 1977), ruang (space) berubah menjadi tempat (place) ketika manusia memberikan pengalaman dan makna terhadap ruang tersebut. Edward Relph dalam (David Seamon & Jacob Sowers, 2008) Menyatakan bahwa kualitas tempat terbentuk dari keterpaduan karakter fisik, aktivitas, dan makna. Sementara itu, (Norberg-Schulz, 1980) Menekankan pentingnya *genius loci* atau karakter khas suatu tempat sebagai dasar pembentukan kualitas ruang dan pengalaman sense of place. (Reny Syafriny et al., 2013) Menjelaskan bahwa *placemaking* merupakan pendekatan yang menyeimbangkan kualitas ruang dengan kebutuhan pengguna sehingga ruang publik mampu menjadi tempat yang hidup dan menyenangkan untuk dikunjungi. Beberapa penelitian mendukung penerapan konsep *placemaking* dalam evaluasi ruang publik, (Lailika et al., 2024) menyatakan bahwa sociability dan place attachment berperan penting dalam membentuk kualitas ruang publik di kawasan Pecinan Pasar Lama Tangerang. Selain itu, (Hardi & Pramitasari, 2023) menunjukkan bahwa kualitas ruang terbuka publik di Kawasan Jam Gadang dapat dianalisis menggunakan indikator *placemaking*.

Salah satu contoh penerapan konsep tersebut dapat ditemukan pada Oslo Opera House, karya firma arsitektur Snøhetta yang berlokasi di kawasan Bjørvika, Oslo, Norwegia. Bangunan ini merupakan bagian dari program regenerasi kawasan waterfront Oslo yang mengubah kawasan pelabuhan industri menjadi ruang publik yang terbuka bagi masyarakat. Konsep *The Carpet* memungkinkan masyarakat berjalan dari permukaan kota menuju atap bangunan sehingga batas antara bangunan dan ruang publik menjadi hilang (Archdaily, 2007). Penelitian (Smith & von Krogh Strand, 2011) menunjukkan bahwa Oslo Opera House berfungsi sebagai *Cultural Flagship*, instrumen regenerasi kawasan, sekaligus ikon citra kota Oslo. Selain itu, (Henningesen & Takle, 2025) menjelaskan bahwa bangunan ini juga berperan dalam membangun identitas budaya nasional Norwegia melalui kebijakan budaya dan pengembangan ruang publik.

II. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus tunggal (*single case study*) untuk menganalisis penerapan prinsip *placemaking* pada Oslo Opera House. Bangunan ini dipilih sebagai objek penelitian karena mampu mengintegrasikan fungsi arsitektur, lanskap, dan ruang publik di kawasan waterfront Kota Oslo. Data dikumpulkan melalui studi literatur dan analisis dokumentasi yang mencakup buku, artikel jurnal, serta dokumentasi resmi yang terkait dengan *placemaking*, *sense of place*, ruang publik, dan Oslo Opera House.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengacu pada 4 indikator *placemaking* dari *Project for Public Spaces* (PPS), yaitu Access and Linkages, Comfort and Image, Uses and Activities, dan Sociability. Keempat indikator tersebut digunakan untuk mengevaluasi karakteristik desain Oslo Opera House sebagai ruang publik, kemudian diinterpretasikan menggunakan konsep *Sense of Place* guna menjelaskan keterkaitan antara karakter fisik bangunan dan pengalaman ruang bagi penggunanya.

Tabel 1 4 Indikator pengevaluasi Oslo Opera House

Variabel	Indikator	Parameter
Placemaking	Access & Linkages	Akses, konektivitas
	Comfort & Image	Kenyamanan, visual
	Uses & Activities	Aktivitas
	Sociability	Interaksi sosial

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

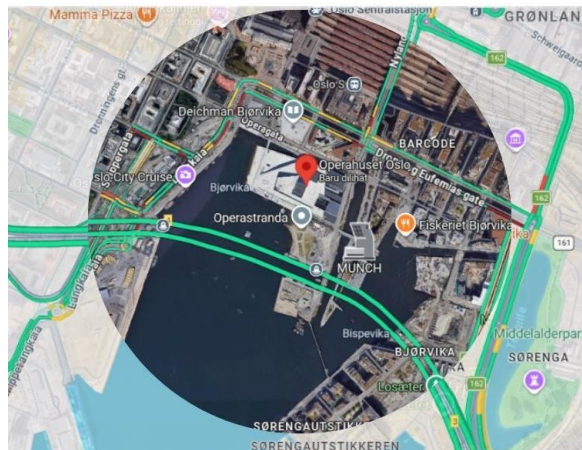
Oslo Opera House dirancang bukan hanya sebagai gedung pertunjukan, melainkan sebagai ruang publik yang menggugah interaksi antara warga dan arsitektur, sehingga masyarakat dapat memanfaatkan bangunan sebagai bagian dari ruang publik. Desain plaza yang luas menarik pengunjung untuk menikmati ruang yang terbentuk dari gubahan massa, sedangkan bukaan ke arah teluk laut menampilkan kesan bahwa bangunan terbuka dan mampu berdialog dengan lingkungan sekitar.



Gambar 1 Tampilan Eksterior Oslo Opera House

a. Analisis Access and Linkages

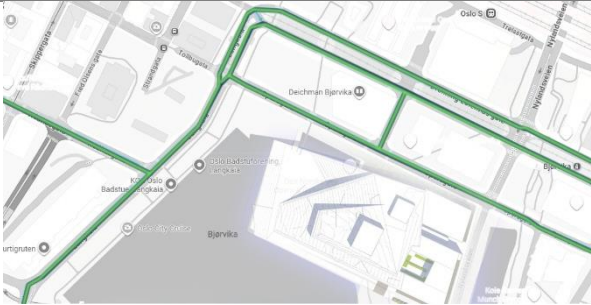
Prinsip pertama dalam *placemaking* adalah *Access and Linkages*, yaitu kemudahan suatu ruang untuk diakses dan keterhubungannya dengan lingkungan sekitarnya.



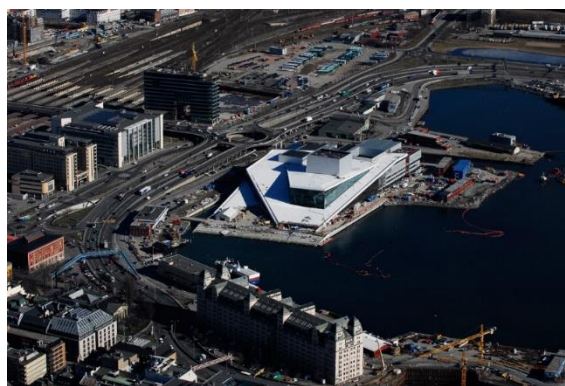
Gambar 2 Lokasi Oslo Opera House

Oslo Opera House memiliki aksesibilitas yang baik melalui keterhubungannya dengan berbagai fasilitas publik dalam radius sekitar 450 meter, termasuk transportasi umum dan jalur sepeda. Terhubung dengan sarana wisata Waterfront Bjørvika merupakan nilai tambah bagi bangunan komersial ini. Berikut analisis yang didapatkan dari data sekunder Google Maps, yang menyediakan informasi yang cukup lengkap terkait dengan aksesibilitas dan keterhubungan dengan lingkungan sekitarnya.

Tabel 2 Tabel Analisa Aksesibilitas dan Ketercapaian

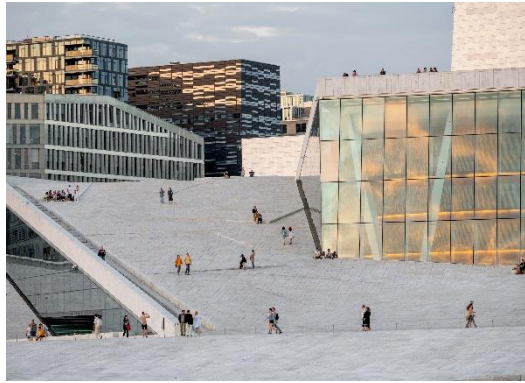
	
Akses sepeda	Waterfront Bjørvika
	
Akses Transportasi Umum	

Berdasarkan hasil analisis, Oslo Opera House memiliki tingkat aksesibilitas yang sangat baik karena terintegrasi dengan jaringan pejalan kaki, jalur sepeda, dan transportasi publik.



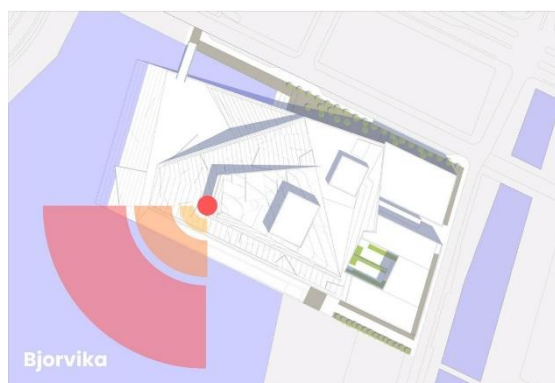
Gambar 3 Aerial view Oslo Opera House

Karakter yang menonjol adalah keberadaan atap bangunan yang dapat diakses langsung dari permukaan kota tanpa pembatas fisik. Tampak pengunjung bisa mengakses atap bangunan mulai dari lantai dasar.



Gambar 4 Akses ke bagian atas bangunan

Desain ini memberikan pengalaman ruang yang berbeda dibandingkan bangunan publik pada umumnya karena masyarakat dapat berjalan hingga mencapai puncak bangunan sambil menikmati panorama Laut Bjørvika. Hubungan visual dan fisik dengan kawasan waterfront juga memperkuat konektivitas antara bangunan dan lingkungan sekitarnya.



Gambar 5 View ke Bjorvika

Oslo Opera House memenuhi indikator *Access and Linkages* karena memiliki aksesibilitas yang baik, terhubung dengan lingkungan sekitarnya, dan mendukung mobilitas pejalan kaki. Berikut adalah tabel rangkuman penulis untuk menilai Indikator Access and Linkages.

Tabel 3 Rangkuman penilaian Indikator Access and Linkages

Parameter	Hasil Analisis
Akses pejalan kaki	Sangat baik
Keterhubungan dengan kota	Tinggi
Hubungan dengan waterfront	Sangat kuat
Akses menuju rooftop	Terbuka untuk publik
Orientasi ruang	Mudah dikenali

b. Analisis Comfort and Image

Indikator Comfort and Image tercermin dalam penggunaan marmer putih dan granit yang membentuk lanskap arsitektur yang khas. Material tersebut menciptakan kenyamanan visual sekaligus memperkuat identitas Oslo Opera House sebagai ikon kawasan waterfront.



Gambar 6 Material Marmer Putih

Selain kualitas material, kenyamanan ruang juga didukung oleh luasnya area terbuka, orientasi bangunan ke arah pemandangan laut, pencahayaan alami, serta panorama yang dapat dinikmati dari berbagai titik di rooftop. Ruang terbuka tersebut memungkinkan pengunjung melakukan berbagai aktivitas dengan nyaman, baik secara individu maupun berkelompok. Dari citra kawasan, Oslo Opera House telah berkembang menjadi salah satu landmark utama di Oslo. Keberhasilan bangunan dalam membangun identitas visual memperkuat kualitas ruang publik dan meningkatkan daya tarik kawasan Bjørvika sebagai destinasi budaya dan wisata.

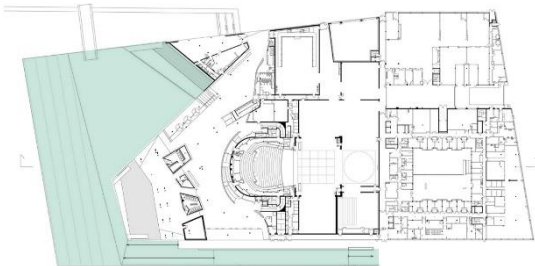
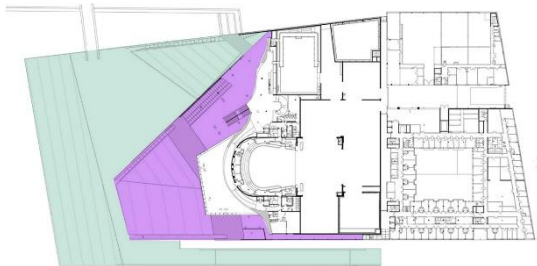
Tabel 4 Rangkuman penilaian Indikator Comfort and Image

Parameter	Hasil Analisis
Kualitas visual	Sangat baik
Material	Marmer putih dan granit
Kenyamanan ruang	Tinggi
Kualitas lanskap	Sangat baik
Identitas kawasan	Landmark kota Oslo

c. Analisa Uses and Activities

Prinsip ketiga adalah Uses and Activities, yaitu keberagaman aktivitas yang dapat berlangsung di ruang publik. Placemaking berhasil jika bangunan mampu menghadirkan beragam aktivitas dan interaksi sosial.

Tabel 5 Analisa keberagaman Penggunaan dan Aktivitas

		
<i>Denah Lantai 1</i> Area dasar yang luas mampu menampung berbagai aktivitas pengunjung.	<i>Denah Lantai 2</i> Dibagian ini mendapat perluasan ruang luar yang juga digunakan untuk penampung pengunjung dan memberikan visualisasi yang lebih baik	
		
<i>Ruang Teater</i> Fungsi sebagai ruang teater pertunjukan seni	<i>Plaza</i> Ruang luar/plaza untuk kegiatan musik bersama (Frearson, 2025)	<i>Lobby</i> Lobby untuk interaksi sosial dan pameran

Oslo Opera House mewadahi berbagai aktivitas, seperti berjalan kaki, duduk, menikmati panorama, berfoto, berdiskusi, bermusik, dan kegiatan budaya di plaza maupun di rooftop. Keberagaman aktivitas ini menunjukkan bahwa ruang publik tetap aktif sepanjang hari, sejalan dengan pandangan (Jacobs, 1961) Bahwa keragaman aktivitas merupakan indikator keberhasilan ruang kota. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fungsi budaya bangunan telah berkembang menjadi ruang sosial yang dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat. Berikut rangkuman analisis bangunan Oslo Opera House dari segi fungsi utama maupun fungsi yang diciptakan secara keseluruhan.

Tabel 6 Rangkuman penilaian indikator penggunaan dan aktivitas

Aktivitas	Intensitas
Berjalan kaki	Tinggi
Duduk	Sedang
Rekreasi	Sedang
Fotografi	Tinggi
Pertunjukan budaya	Tinggi

d. Analisis Sociability

Sociability merupakan kemampuan ruang publik dalam membangun interaksi sosial. Bangunan publik terkesan kaku dan mati apabila tidak difungsikan untuk mampu mengakomodasi masyarakat berinteraksi sosial dengan pendekatan gubahan massanya. Berikut analisis gubahan yang mencerminkan bahwa konsep gubahan massa Oslo Opera House mampu menghadirkan aktivitas sosial masyarakat.

Tabel 7 Analisa sociability

		
Hubungan yang menyatu antara Oslo Opera House dan waterfront Bjorvika menciptakan kontinuitas ruang publik yang memungkinkan aktivitas sosial berkembang secara spontan.	Aksesibilitas mudah ke rooftop	Kegiatan sosial yang bisa diakomodasi oleh plaza bangunan, tanpa mengganggu kegiatan di dalamnya, adalah sesuatu ciri menunjukkan bangunan berhasil menghadirkan lingkungan sosial

Analisis menunjukkan bahwa plaza, rooftop, dan promenade oslo Opera House menjadi ruang interaksi yang inklusif bagi berbagai kelompok masyarakat. Beragam aktivitas komunal yang berlangsung, mulai dari rekreasi, diskusi informal, hingga kegiatan budaya, menunjukkan tingginya intensitas penggunaan ruang dan terbentuknya *sense of belonging*.

Tabel 8 Rangkuman penilaian indikator Sociability

Parameter	Hasil Analisis
Interaksi sosial	Tinggi
Aktivitas Komunal	Tinggi
Inklusivitas	Sangat Tinggi
Keberagaman pengguna	Tinggi

e. Pembahasan

Pada aspek **Access and Linkages**, keterhubungan bangunan dengan fasilitas umum seperti akses pejalan kaki, jalur sepeda, dan angkutan umum sangat mudah, serta konsep *The Carpet* yang memungkinkan pengunjung mengakses bangunan hingga ke atap. Indikator **Comfort and Image**

diwujudkan melalui pemilihan material alami, penataan lanskap, dan orientasi bangunan ke arah pemandangan laut, yang meningkatkan kenyamanan pengunjung sekaligus memperkuat citra visual Oslo Opera House. Pada indikator **Uses and Activities**, fleksibilitas fungsi outdoor dan indoor bangunan menjadikan bangunan tidak hanya berfungsi sebagai tempat pertunjukan, tetapi juga sebagai sarana rekreasi bagi warga setempat. Selanjutnya, indikator **Sociability** menunjukkan bahwa desain Oslo Opera House mampu menghadirkan aktivitas sosial dan memunculkan semangat saling memiliki terhadap bangunan tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa Oslo Opera House memenuhi keempat indikator utama *placemaking* dari **Project for Public Spaces (PPS)**. Jika diinterpretasikan menggunakan konsep **Sense of Place**, penerapan *placemaking* pada Oslo Opera House mampu mengubah ruang fisik (space) menjadi tempat yang bermakna (place). Tingginya aktivitas publik, kuatnya keterikatan masyarakat terhadap bangunan, serta perannya sebagai identitas kawasan Bjørvika dan kota Oslo menunjukkan keberhasilan Oslo Opera House dalam mentransformasikan ruang menjadi tempat yang bermakna. Oleh karena itu, nilai bangunan tidak hanya pada kualitas desain arsitektur, tetapi juga pada kemampuan menghadirkan ruang publik yang inklusif, dinamis, dan berorientasi pada masyarakat.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, Oslo Opera House telah memenuhi empat prinsip utama *placemaking*, yaitu **Access and Linkages**, **Comfort and Image**, **Uses and Activities**, serta **Sociability**. Penerapan prinsip *placemaking* menunjukkan bahwa keberhasilan Oslo Opera House tidak hanya terletak pada fungsi budayanya, tetapi juga pada kemampuannya menghadirkan ruang publik yang inklusif dan dinamis. Keberhasilan ini dipengaruhi oleh keterbukaan akses, kualitas ruang, keberagaman aktivitas, serta integrasi bangunan dengan kawasan waterfront. Temuan tersebut dapat menjadi acuan dalam merancang bangunan publik yang berpusat pada pengguna serta mendukung kualitas ruang dan kehidupan perkotaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Archdaily. (2007). *Oslo Opera House/Snøhetta*. <https://www.archdaily.com/440/oslo-opera-house-snohetta>
- David Seamon, & Jacob Sowers. (2008). Place and Placelessness, Edward Relph. *Key Texts in Human Geography, Seamon 2000*, 43–51.
- Frearson, A. (2025). *Snøhetta's Oslo Opera House was the most significant building of 2007*. <https://www.dezeen.com/2025/01/13/oslo-opera-house-snohetta-21st-century-architecture/>
- Gehl, J. (2012). Life Between Buildings: Using Public Space. In *Life Between Buildings: Using Public Space*. <https://doi.org/10.3368/lj.8.1.54>
- Hardi, R. A., & Pramitasari, D. (2023). Penilaian Placemaking Di Ruang Terbuka Publik Kawasan Jam Gadang. *ALUR : Jurnal Arsitektur*, 6(2), 64–73. <https://doi.org/10.54367/alur.v6i2.2585>
- Henningsen, E., & Takle, M. (2025). Cultural policy and the politics of display. The establishment of the opera house in Oslo. *International Journal of Cultural Policy*, 31(2), 131–144. <https://doi.org/10.1080/10286632.2024.2333857>
- Jacobs, J. (1961). The Death Life and of Grrreat Cities American. *Vintage Books a Division of Random House, Inc. New York*, 1–23.
- Lailika, A. N., Hartanti, N. B., Arsitektur, M., Teknik, F., & Trisakti, U. (2024). Sociability dan Place Attachment Sebagai Faktor Livability Ruang Publik (Kasus : Kawasan Permukiman Pecinan Pasar Lama Tangerang) kelayakhunian ruang tersebut , seperti yang dijelaskan oleh Newman (1999 ; dalam Paasch , rasa kesesakan akibat kepadatan. *Ruas*, 22(2).
- Norberg-Schulz, C. (1980). Genius loci : towards a phenomenology of architecture / Christian Norberg-Schulz. In *Genius loci : towards a phenomenology of architecture*. Rizzoli.
- Reny Syafriny, Linda Tondobala, Judy O. Waani, & Fela Warouw. (2013). Place Making Di Ruang Publik Tepi Laut Kota Manado. *Media Matrasain*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.35792/matrasain.v10i1.4091>
- Smith, A., & von Krogh Strand, I. (2011). Oslo's new Opera House: Cultural flagship, regeneration tool or destination icon? *European Urban and Regional Studies*, 18(1), 93–110. <https://doi.org/10.1177/0969776410382595>
- Tuan, Y. F. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*. E. Arnold. <https://books.google.co.id/books?id=M9SLfxpkscgC>
- Whyte. (1980). *The Social Life of Small Urban Spaces*. Project for Public Spaces.