

Konsumerisme dan konsep pada pusat perbelanjaan = Consumerism and concepts of shopping center

Desita Dwijayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20245965&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan bertambah majunya penerapan teknologi pada bangunan, juga berkembangnya perdagangan, ditambah peningkatan populasi dan peningkatan standar hidup, konsumerisme pada masyarakat juga turut berkembang. Konsumerisme adalah ideologi kapitalis yang merupakan kumpulan praktek sosial, budaya dan ekonomi. Pengaruhnya sangat kuat dalam membentuk lingkungan terutama dalam produksi arsitektur seperti pusat perbelanjaan. Desain pusat perbelanjaan menjadi kompleks dan khusus karena konsumerisme yang berkembang. Munculah beragam jenis pusat perbelanjaan, bentuk yang telah muncul pun tidaklah statis, terus berkembang ke berbagai arah sebagai usaha untuk tetap diminati. Dalam usaha menghasilkan solusi mengatasi masalah yang timbul pada desain pusat perbelanjaan, penting bagi para perencana untuk mengetahui konsep pusat perbelanjaan apa saja yang pernah dan sedang berkembang serta latar belakang apa yang memunculkannya. Tujuannya adalah untuk menebak bagaimana prospek pusat perbelanjaan ke depan. Di Indonesia konsep pusat perbelanjaan juga berkembang pesat beberapa tahun ini. konsep-konsep yang berkembang banyak diambil dari konsep-konsep yang lebih dulu diterapkan di luar. Konsep yang berhasil adalah yang sesuai dengan konsumerisme yang berkembang di Indonesia.

.....With the increase of technology application in building, and also the development of the trade, the increase of population growth and the increase of living standard, the consumerism in the society is also developing. Consumerism is regarded as the practical ideology of capitalism which was a set of social, cultural and economic practices. Its influence to build the environments, especially in architecture product such as shopping center is very strong. Shopping center design is becoming complex and special; it is caused by the development of consumerism. Various kinds of shopping center forms are appeared in number, and the shapes which have been formed are not statically, they developed continuously to various directions as an effort to keep being interested. In order to resolve the shopping center design problems, it is necessary for the designers to know about shopping center concepts which were ever existing and still developing, and its background for their emerges. The target is to guess the prospect of shopping center in the future. In Indonesia, the concepts of shopping center are also fast developed in these recent years. The developing concepts are taken from foreign concepts which have been applied previously in foreign countries. The succeed concepts are the ones which are appropriate to consumerism which was developing in Indonesia.