

Minimart sebagai ruang kegiatan masyarakat urban

Nicholas Hakim, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20301252&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang bagaimana sebuah minimart yang awalnya merupakan tempat berbelanja kemudian perlahan berubah menjadi sebuah tempat kegiatan baru bagi sekelompok masyarakat urban. Pada saat ini, munculnya minimart yang selain menjual barang kebutuhan sehari-hari tetapi juga menawarkan tempat untuk berkumpul dan berkegiatan bagi masyarakat sudah mulai umum. Masyarakat urban yang awalnya berkumpul di ruang publik perlahan bergeser menuju ke ruang yang bersifat lebih komersial dikarenakan adanya fasilitas yang ditawarkan. Oleh karena itu skripsi ini bertujuan bagaimana latar belakang perkembangan minimart yang mengalami penambahan makna kegiatan, sejauh mana minimart bermakna sebagai tempat berkegiatan masyarakat urban, disamping itu tulisan ini berfungsi untuk mengetahui bagaimana tata letak ruang dalam minimart yang baik untuk mendorong penjualan dan terjadinya kegiatan lainnya. Hal yang akan dibahas adalah bagaimana perilaku berbelanja masyarakat urban untuk mengetahui perkembangan kegiatan belanja dan lainnya itu sendiri, lalu teori-teori makna ruang seperti space, place dan placemaking; ruang publik dan komersial, inklusif dan eksklusif; dan third space untuk mengetahui makna ruang yang timbul; pengertian minimart dan pada akhirnya tata letak yang baik untuk mendukung ruang menjadi lebih bermakna.

Setelah itu dibahas tiga jenis minimart untuk dijadikan sebagai studi kasus, yaitu: 7-Eleven, Lawson dan Circle K. Dari studi kasus ini terlihat bahwa perkembangan minimart pada masa sekarang ini telah mengubah makna ruang berbelanja yang sebelumnya merupakan sebuah ruang komersial yang digunakan untuk tempat berbelanja menjadi ruang yang lebih kompleks yaitu ruang untuk berinteraksi, aktualisasi dan hiburan bagi masyarakat urban. Ruang tersebut telah menjadi ruang komunal dan third space. Fungsi dari pengaturan tata letak ini adalah untuk mendorong peningkatan penjualan dan! menyediakan tempat untuk berkegiatan. Namun pada kenyataannya makna ruang minimart sebagai ruang sosialisasi terkesan tidak gratis karena dengan adanya penambahan fasilitas sehingga diperlukan biaya untuk menggunakannya, dimana hal ini mempengaruhi third space yang memiliki karakter low profile menjadi mementingkan profit, on neutral ground menjadi dipengaruhi oleh pihak kapitalis, dan leveler menjadi lebih eksklusif.

.....This thesis discusses how a minimart which was originally a place to shop and slowly turned into a place of new activities for a group of urban society. At present, it is quite common that minimarts sell daily necessities, but it also offers a place to hang out and do activities for the communities. Urban community that was originally gathered in public spaces slowly shifted towards into a more commercial space, due to the facilities that are offered. Therefore, this thesis aim is to determine how far the development of minimarts has meaning for the activities of urban not only as a place to sell, but also as a place to socialize; how minimart means to the urban activism, despite that to find out how the layout of the space has influenced the space for encouraging the sales and other activities. The very first thing to be discussed is how the shopping behavior of urban society to determine the development of the shopping activity itself, then the theories such as space, place and placemaking; public and commercial spaces, inclusive and exclusive; third space to find space that arises from the shopping activity; minimart understanding; and

eventually a good layout to support the spaces become more meaningful.

After that, will be discussed the three types minimart to serve as a case study, namely: 7-Eleven, Lawson, and Circle K. The case study shows that the development of today minimart has redefined shopping space that previously was a commercial space that used to be the place to shop into more complex spaces such as space to interact, actualization and entertainment for the urban community. The space has become a communal space and the third space. The function of the layout arrangement is to increase sales and provide a venue for activism. But in fact, the meaning of space as a space for socializing gives impression that minimart is not free space because with the addition of the facilities so it requires fee to use it, where it affects the third space that is characterized by low profile that is not concerned with profit; on neutral ground that is influenced by the capitalist; and a leveler becomes more exclusive.