

Lifestyle Center sebagai Jenis Pusat Perbelanjaan yang Mempromosikan Aktivitas Sosial (Studi Kasus: One Satrio) = Lifestyle Center as a Type of Shopping Center that Promotes Social Activities (Study Case: One Satrio)

Sekar Manda Pramudhita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920545788&lokasi=lokal>

Abstrak

Pusat perbelanjaan sering kali digunakan oleh masyarakat untuk berekreasi di ruang publik. Sebagai ruang publik, pusat perbelanjaan semestinya mampu berkontribusi dalam pembentukan kota dengan pembangunan yang mewadahi aktivitas konsumsi dan aktivitas sosial di perkotaan. Namun seiring perkembangannya, kebutuhan terhadap aktivitas sosial dalam pusat perbelanjaan tidak tercapai karena desain pusat perbelanjaan membuat ruang ini terisolasi dari ruang perkotaan, seperti halnya yang terjadi pada mal. Akibatnya, pusat perbelanjaan dengan jenis lifestyle center hadir untuk memenuhi kebutuhan ini. Karakteristik ruang lifestyle center telah memenuhi karakter spasial yang mempromosikan aktivitas sosial, menunjukkan bahwa lifestyle center tidak hanya berfungsi sebagai ruang publik yang dikomersialkan tetapi juga sebagai ruang publik yang memenuhi tujuan sosial perkotaan. Dengan studi kasus pada One Satrio, sebagai pusat perbelanjaan dengan jenis lifestyle center, akan ditelusuri mengenai karakter spasialnya yang membedakannya dengan jenis pusat perbelanjaan lain sehingga dapat mewadahi aktivitas sosial masyarakat perkotaan.

.....Shopping centers are often used by the citizens for recreation in public spaces. As public spaces, shopping centers should be able to contribute to urban development by providing spaces that serve both consumption activities and social activities. However, as they evolved, the need for social activities within shopping centers has often not been met due to designs that isolate them from urban environment, as seen in malls. Consequently, lifestyle center-type shopping centers have emerged to fulfill this need. the spatial characteristics of lifestyle centers meet the criteria that promote social activities, demonstrating that lifestyle centers function not only as commercial public spaces but also as public spaces that achieve urban social objectives. Through a case study of One Satrio, a lifestyle center-concept shopping center, this study will explore the spatial characteristics that distinguish it from other types of shopping centers, enabling it to accommodate urban social activities.