

Placemaking pada ruang konsumsi perkotaan studi kasus Pasar Santa dan Malioboro = Placemaking in urban space of consumption case study Pasar Santa and Malioboro / Aghnia Marsha Amanda

Aghnia Marsha Amanda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20412705&lokasi=lokal>

Abstrak

[Saat ini, berbelanja merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat perkotaan. Perubahan gaya hidup turut menuntun perubahan ruang kota sebagai tempat kegiatan konsumsi. Seiring berjalannya waktu, kegiatan berbelanja tidak lagi hanya mengenai pencarian komoditas dan pelayanan, melainkan kebutuhan akan pengalaman berbelanja. Pengalaman ini didapatkan melalui placemaking, yang merupakan suatu proses penciptaan place yang baik berdasarkan kebutuhan manusia. Terjadinya placemaking dapat memicu hadirnya identitas tempat dan attachment yang dirasakan pengguna ruang. Kedua hal inilah yang nantinya berpengaruh dalam munculnya sense of place., Nowadays, shopping has become an inseparable part of urban society. A change of lifestyle has occurred transformation in urban spaces as a place for consumption. As time goes by, shopping is not only about commodity and service, but also the need of shopping experience. Experiences are explored through placemaking, which is a process of creating a place based on human needs. Placemaking could also lead to the emergence of place identity and attachment of people's experiences. These two factors are later affect in creating sense of place.]