

Persepsi Pengunjung Ruang Terbuka di Mal-Mal Kota Jakarta (Studi Kasus: Mal Senayan Park, Mal Central Park, dan AEON Mal Jakarta Garden City) = Visitor's Perceptions of Open Space in Jakarta City Malls (Case Study: Senayan Park Mall, Central Park Mall, and AEON Jakarta Garden City Mall)

Shabrina Naila Amanda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920540986&lokasi=lokal>

Abstrak

<p style="text-align: justify;">Pembangunan mal seringkali mengubah fungsi lahan ruang terbuka dan menciptakan persepsi persaingan. Diperlukan integrasi untuk mengubah persepsi, sehingga mal dan ruang terbuka dapat saling melengkapi, meningkatkan nilai, dan keberlanjutan keduanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap keberadaan ruang terbuka di mal-mal Kota Jakarta dan keterkaitan persepsi dengan pola kunjungan ruang terbuka di mal mal Kota Jakarta (Studi Kasus: Mal Senayan Park, Mal Central Park dan AEON Mal Jakarta Garden City). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah karakteristik lokasi ruang terbuka dan karakteristik pengunjung ruang terbuka. Pengumpulan data dilakukan melalui survei lapangan, wawancara dan studi pustaka. Pengolahan data dilakukan dengan membuat peta sebaran titik lokasi ruang terbuka, sketsa fasilitas dari masing-masing ruang terbuka di mal, dan sketsa pola kunjungan ruang terbuka di mal. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan spasial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan konsep dan profil pengunjung di ketiga ruang terbuka mal. Pengunjung "Urban Park" dan "Green Park" cenderung menggunakan ruang terbuka sebagai tempat interaksi sosial dan relaksasi. Sedangkan pengunjung "Family Friendly" menggunakan ruang terbuka sebagai tempat edukasi. Pengunjung yang berada di ruang terbuka dengan konsep "Urban Park" dan "Green Park" mempunyai kesamaan pada pola kunjungan yang hanya singgah ke ruang terbuka saja, sedangkan ruang terbuka "Family Friendly" menunjukkan adanya kunjungan ke mal untuk beraktivitas selain ke area ruang terbuka. Perbedaan pola kunjungan tersebut menunjukkan adanya perbedaan integrasi keruangan antara mal dan ruang terbuka.Mall construction often changes the function of open space and creates a perception of competition. Integration is needed to change perceptions, so that malls and open spaces can complement each other, increasing the value and sustainability of both. This research aims to analyze visitors' perceptions of the existence of open space in Jakarta City malls and the relationship between perceptions and open space visit patterns in Jakarta City malls (Case Study: Senayan Park Mall, Central Park Mall and AEON Jakarta Garden City Mall). Research This method uses qualitative methods. The variables used in this research are the characteristics of open space locations and the characteristics of open space visitors. Data collection was carried out through field surveys, interviews and literature studies. Data processing was carried out by making a map of the distribution of open space location points, sketches of facilities for each -each open space in the mall, and a sketch of the visiting patterns of open spaces in the mall. Data analysis techniques were carried out using descriptive and spatial analysis. The results of the research show that there are differences in the concept and profile of visitors in the three open spaces in the mall. Visitors to "Urban Park" and "Green Park" tend to use open spaces as places for social interaction and relaxation. Meanwhile, "Family Friendly" visitors use the open space as a place for education. Visitors who are in open spaces with

the "Urban Park" and "Green Park" concepts have similarities in the pattern of visits which only stop at open spaces, while "Family Friendly" open spaces indicate visits to the mall for activities other than the open space area. These differences in visit patterns indicate differences in spatial integration between malls and open spaces.</p>