

INTISARI

Hadirnya warung makan Indomie (warmindo) menjadi sangat berarti terutama bagi kalangan mahasiswa, khususnya pada kawasan sekitar Universitas Gadjah Mada. Tidak hanya menjadikan warmindo sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman semata, tetapi kini ruang warmindo juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk berkumpul, berbincang-bincang, belajar atau mengerjakan tugas, dan sebagainya. Adanya transformasi pada tatanan industri warmindo membuat terjadinya pergeseran paradigma publik mengenai gagasan gender yang semulanya beranggapan bahwa makna maskulin sangat melekat pada warmindo, kini lambat laun menjadi lebih cair dan netral. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan induktif kualitatif dengan tujuan untuk mengeksplorasi konsep ruang yang terbentuk pada warung makan Indomie (warmindo) dalam kesadaran konsumen berdasarkan gender, serta dari persepsi para pemilik atau pekerja warmindo di Kawasan Pogung. Penelitian ini dilakukan pada 15 warmindo di Kawasan Pogung dan proses pengumpulan datanya dilakukan dengan melibatkan tiga teknik utama, yaitu observasi, survei lapangan, dan wawancara oleh 15 pemilik atau pekerja warmindo, 15 konsumen laki-laki, dan 15 konsumen perempuan.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa dalam praktik sosialnya okupasi ruang yang terbentuk memang dianggap cenderung bersifat cair dan inklusif, tapi kenyataannya dalam praktik spasialnya warmindo pada kawasan amatan masih menampilkan nilai karakter maskulin yang lebih kuat dan dominan, baik dari konsep desain, pengalaman konsumen, maupun imajinasi pemilik terkait ruang warmindo itu sendiri. Dalam hal ini ditemukan adanya proses yang berlangsung dalam melakukan negosiasi, apropriasi, serta kontestasi praktik okupasi ruang warmindo oleh konsumen laki-laki, konsumen perempuan, serta pemilik atau pekerja warmindo. Adapun penelitian ini juga menjelaskan terkait proses terciptanya konsep ruang yang terbentuk dalam kesadaran konsumen berdasarkan gender pada warung makan Indomie (warmindo) di Kawasan Pogung, di antaranya ialah adanya preferensi konsumen laki-laki dan perempuan dalam memilih lokasi kunjungan, pola aksi atas okupasi ruang konsumen laki-laki dan perempuan, serta persepsi terhadap desain dan pemanfaatan ruang warmindo.

Kata kunci: Konsep Ruang, Warung Makan Indomie (Warmindo), Okupasi Ruang, Kesadaran Konsumen, Perspektif Gender

ABSTRACT

The presence of Indomie food stalls (warmindo) is very meaningful, especially for students, especially in the area around Gadjah Mada University. Warmindo is not only a place to enjoy food and drinks, but now the warmindo space is also used as a means to gather, chat, study or do assignments, and so on. The transformation in the industrial order of warmindo has caused a shift in the public paradigm regarding the idea of gender, which originally thought that masculine meaning was very attached to warmindo, now gradually becoming more fluid and neutral. The approach used in this research is a qualitative inductive approach with the aim of exploring the concept of space formed in Indomie food stalls (warmindo) in consumer awareness based on gender, as well as from the perceptions of warmindo owners or workers in the Pogung area. This research was conducted in 15 warmindo in the Pogung Area and the data collection process was carried out by involving three main techniques, namely observation, field survey, and interviews by 15 warmindo owners or workers, 15 male consumers, and 15 female consumers.

This research shows that in social practice the occupation of the formed space is considered to tend to be fluid and inclusive, but in reality in its spatial practice warmindo in the observed area still displays stronger and dominant masculine character values, both from the design concept, consumer experience, and the owner's imagination related to the warmindo space itself. In this case, it is found that there is an ongoing process in negotiating, appropriating, and contesting the practice of occupying warmindo space by male consumers, female consumers, and warmindo owners or workers. This research also explains the process of creating a concept of space that is formed in the consciousness of consumers based on gender in Indomie dining stalls (warmindo) in the Pogung Area, including the preferences of male and female consumers in choosing the location of visits, patterns of action on the occupation of male and female consumers' space, and perceptions of the design and utilization of warmindo space.

Keywords: Space Concept, Indomie Food Stall (Warmindo), Space Occupation, Consumer Awareness, Gender Perspective