



ABSTRAK

Yogyakarta terkenal akan banyak hal: kapital dari kebudayaan Jawa, pusat pendidikan yang unggul dan terdepan, dan lingkungan yang ramah, aman, dan nyaman. Yogyakarta telah menjadi "melting point" pendatang dari seluruh Indonesia, sehingga kebutuhan akan ruang publik untuk seluruh kalangan (keluarga, pelajar, pekerja, wisatawan) sangatlah tinggi.

Hingga saat ini, kebutuhan tersebut umumnya terfasilitasi oleh gedung – gedung mall yang massif, ber-AC dan tertutup, seperti mall – mall di kota besar pada umumnya. Ruang – ruang publik kota yang seharusnya menjadi opsi pertama, seperti taman kota, ruang terbuka hijau, alun – alun, dan persimpangan besar, saat ini masih berjalan pada tahap revitalisasi (Malioboro (sudah selesai), Jalan Sudirman (sedang berjalan), Benteng Keraton (sedang berjalan)). Di lain sisi, café dan co working space juga menjamur sebagai opsi lain dari ruang publik yang dibutuhkan oleh kalangan anak muda dan pekerja.

Hal ini membuktikan bahwa kesadaran akan pentingnya ruang publik yang nyaman dan berkarakter, tidak hanya bagi wisatawan, tetapi warga kota Yogyakarta sendiri, sudah mulai tumbuh.

Momentum ini patut dimanfaatkan untuk menginisiasi pembangunan ruang publik yang secara fungsi bersifat sosial (secara khusus didesain untuk memantik interaksi sosial antar pengunjung), inklusif (untuk semua kalangan: keluarga, pelajar, pekerja, dan wisatawan) dan berkelanjutan secara fisik; menyambut iklim tropis Kota Yogyakarta secara berani dan bertanggungjawab. Bangunan tidak lagi dianggap sebagai benda mati, tetapi sebuah ekosistem.

Outdoor Retail Public Space akan menjadi kombinasi dari fasilitas komersial (retail – retail toko), dan ruang publik yang mempromosikan way of life yang hijau dan berkelanjutan dan kultur ramah tamah warga Yogyakarta. Outdoor Retail Public Space berperan sebagai "ruang tamu" dari Kota Yogyakarta, yang selalu terbuka, dan terbuka bagi siapa saja.

Kata kunci: ruang publik, outdoor, retail, Yogyakarta



ABSTRACT

Yogyakarta is famous for many things: the capital of Javanese culture, a center of excellence and foremost education, and a friendly, safe and comfortable environment. Yogyakarta has become a "melting point" of immigrants from all over Indonesia, so the need for public space for the whole family (students, students, workers, tourists) is higher.

Until now, this need has been focused on air-conditioned, closed malls, such as malls in large cities in general. City public spaces that are the first choice, such as city parks, green open spaces, squares, and large crossings, are currently still running on revitalization rounds (Malioboro), Jalan Sudirman (on going), Benteng Keraton (on going). On the other hand, cafes and co-work spaces are also mushrooming as another choice of public space needed by the class of young people and workers.

This proves that awareness of the importance of a comfortable and characterized public space, not only for tourists, but also residents of the city of Yogyakarta itself, has begun to grow.

This momentum is popularly used to install public spaces relating to social communication, inclusive (for all groups: families, students, workers, and tourists) and social workers; Welcoming the tropical climate of Yogyakarta City is challenging and responsible. Buildings are no longer regarded as inanimate objects, but rather an ecosystem.

Outdoor Retail Public Spaces will be a combination of commercial facilities (retail stores), and public spaces that promote green and environmentally friendly lifestyles in Yogyakarta. Outdoor Retail Public Space is open as a "guest room" of the city of Yogyakarta, which is always open, and open to anyone.

Keywords: public space, outdoor, retail, yogyakarta