



Lippo Plaza Kupang Sebagai Ruang Konsumsi Urban: Analisis Ketimpangan Sosial Dan Perilaku Pelajar

Maria Jesika Pajong¹, Enjelina Nelo², Elza Melsiana Putri Kanni³, Kristin Melani Tinenti⁴, Gilardino Sergius Kaesnube⁵, Sandiang Kaya Ndapa Namung⁶, Lasarus Jehamat⁷, Petrus Selestinus Mite⁸

Universitas Nusa Cendana, Indonesia⁸

Email Korespondensi: Jessypajong@mail.com

Article received: 05 Mei 2026, Review process: 12 Mei 2026

Article Accepted : 29 Mei 2026, Article published: 25 Juni 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of Lippo Plaza Kupang as an urban consumption space in shaping students' social behavior and reflecting the dynamics of social inequality in urban society. The study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data collection was conducted through observation, semi-structured interviews, and documentation of informants consisting of students, university students, general visitors, and business operators at Lippo Plaza Kupang. Informants were selected using purposive sampling, while data analysis employed the Miles, Huberman, and Saldaña interactive model. The results indicate that Lippo Plaza Kupang has transformed into an urban consumption space that functions not only as a shopping venue but also as a place for gathering, socializing, seeking entertainment, and building social relationships. The presence of various modern facilities makes the mall an integral part of the lifestyle of students and university students. Beyond fostering consumerist behavior, the mall also serves as a means of expressing personal identity and gaining social recognition. This study also identifies social inequality reflected in visitors' varying abilities to access facilities. Differences in economic capital lead to social differentiation in consumption patterns and the use of mall space. Thus, Lippo Plaza Kupang functions not only as a modern shopping center but also as an urban consumption space that shapes social behavior while representing the dynamics of social inequality in urban society.

Keywords: urban consumption space, social behavior, consumer culture, social inequality, Lippo Plaza Kupang.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Lippo Plaza kupang sebagai ruang konsumsi urban dalam membentuk perilaku sosial pelajar serta merefleksikan dinamika ketimpangan sosial di masyarakat perkotaan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi terhadap informan yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, pengunjung umum, serta pelaku usaha di Lippo Plaza kupang. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling, sedangkan analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lippo Plaza kupang telah bertransformasi menjadi ruang konsumsi urban yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja, tetapi

juga sebagai tempat berkumpul, bersosialisasi, mencari hiburan, dan membangun relasi sosial. Keberadaan berbagai fasilitas modern menjadikan mall tersebut sebagai bagian integral dari gaya hidup pelajar dan mahasiswa. Selain membentuk perilaku konsumtif, mall juga menjadi sarana mengekspresikan identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial. Penelitian ini juga mengidentifikasi ketimpangan sosial yang tercermin melalui perbedaan kemampuan pengunjung dalam mengakses fasilitas. Perbedaan modal ekonomi menimbulkan diferensiasi sosial dalam pola konsumsi dan pemanfaatan ruang mall. Dengan demikian, Lippo Plaza Kupang tidak hanya berfungsi sebagai pusat perbelanjaan modern, tetapi juga sebagai ruang konsumsi urban yang membentuk perilaku sosial sekaligus merepresentasikan dinamika ketimpangan sosial dalam masyarakat perkotaan.

Kata Kunci: ruang konsumsi urban, perilaku sosial, budaya konsumtif, ketimpangan sosial, Lippo Plaza Kupang

PENDAHULUAN

Dinamika urbanisasi yang berlangsung di Indonesia selama beberapa dekade terakhir telah menghasilkan transformasi substansial terhadap struktur sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat perkotaan. Konsepsi tentang kota mengalami perluasan makna, tidak lagi terbatas pada fungsi administratif dan ekonomi, melainkan juga sebagai ruang yang diwarnai oleh praktik konsumsi, modernisasi, serta dinamika globalisasi. Ekspresi konkret dari fenomena ini dapat diamati melalui bermunculnya pusat perbelanjaan modern atau mall yang kini menjelma menjadi komponen krusial dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Keberadaan mall tidak sekadar berfungsi sebagai venues transaksi ekonomi, akan tetapi juga sebagai ruang sosial, arena hiburan, serta simbol gaya hidup masyarakat urban (Vionata Gadis Ranika et al., 2024)

Dalam konteks masyarakat urban kontemporer, ruang konsumsi seperti mall mengalami ekspansi fungsi yang signifikan. Bilamana sebelumnya ruang publik identik dengan taman kota, lapangan umum, atau balai pertemuan, kini fungsi tersebut mengalihkan peranannya ke ranah-ruang komersial. Mall menjelma menjadi locus where masyarakat perkotaan berkumpul, bersantai, berinteraksi, bahkan mengonstruksi identitas sosial. Keberadaan beragam fasilitas modern meliputi restoran cepat saji, bioskop, pusat hiburan, dan gerai produk bermerek menjadikan mall sebagai representasi modernitas dan budaya konsumsi di wilayah urban. Fenomena ini mengindikasikan bahwa praktik konsumsi tidak lagi semata berorientasi pada pemenuhan kebutuhan fungsional, melainkan juga berkorelasi dengan simbol status sosial dan gaya hidup (Alawiyah & Liata, 2020).

Kota Kupang sebagai Ibukota Provinsi Nusa Tenggara Timur mengalami akselerasi proses urbanisasi yang cukup signifikan. Pertumbuhan ekonomi dan pembangunan infrastruktur di wilayah ini ditandai dengan hadirnya berbagai fasilitas modern, meliputi salah satunya adalah Lippo Plaza Kupang. Keberadaan pusat perbelanjaan tersebut merepresentasikan simbol perubahan sosial masyarakat perkotaan di Kota Kupang. Fungsi Lippo Plaza

tidak terbatas pada aktivitas perbelanjaan, melainkan telah berkembang menjadi pusat aktivitas sosial yang mempertemukan masyarakat dari beragam latar belakang ekonomi dan sosial (Bambang Mudjiyanto & Launa Launa, 2025)

Peningkatan intensitas aktivitas masyarakat di mall merepresentasikan bahwa ruang kontemporer modern memiliki implikasi signifikan terhadap konfigurasi interaksi sosial di kalangan masyarakat perkotaan. Mall berfungsi sebagai titik temu (*locus*) yang memfasilitasi pertemuan berbagai kelompok sosial dalam spasial yang tunggal. Namun demikian, di balik citra modernitas dan keterbukaan yang ditampilkan, teridentifikasi realitas sosial berupa stratifikasi yang termanifestasi dalam praktik konsumsi dan pemanfaatan ruang tersebut. Kesetaraan kapasitas ekonomi dan akses terhadap fasilitas yang tersedia di dalam mall tidak terdistribusi secara merata di kalangan masyarakat. Diferensiasi kondisi ekonomi masyarakat menghasilkan kesenjangan dalam pola konsumsi, gaya hidup, hingga manifestasi partisipasi sosial di ruang konsumsi modern (Alawiyah & Liata, 2020).

Ketimpangan sosial dalam ruang konsumsi termanifestasi melalui kapasitas masyarakat dalam mengakses produk tertentu, memanfaatkan fasilitas hiburan, menentukan lokasi berkumpul, hingga mengadopsi gaya hidup modern yang berkembang di lingkungan perkotaan. Segmen masyarakat dengan kapasitas ekonomi yang lebih tinggi cenderung memiliki *easier* akses terhadap berbagai fasilitas premium dan mampu menginternalisasi budaya konsumsi modern, sementara segmen ekonomi menengah ke bawah seringkali menghadapi keterbatasan dalam partisipasi penuh di ranah tersebut. Kondisi ini mengindikasikan bahwa mall sebagai ruang konsumsi modern secara tidak langsung merepresentasikan stratifikasi sosial dalam masyarakat urban (Siska Wahyuni Fitri et al., 2023).

Di samping masyarakat umum, segmen pelajar dan mahasiswa merupakan kelompok yang cukup aktif dalam memanfaatkan ruang konsumsi modern seperti mall. Generasi muda cenderung menjadikan mall sebagai *locus* agregasi sosial, penyelesaian tugas akademis, pencarian hiburan, pengadopsian tren terkini, hingga pembentukan relasi sosial dengan teman sebaya. Mall dipersepsikan sebagai ruang yang menawarkan kenyamanan, modernitas, dan keselarasan dengan gaya hidup generasi muda kontemporer. Aktivitas seperti berkumpul di kafe, konsumsi produk makanan cepat saji, pembelian produk Fashion, maupun pembuatan konten media sosial telah menjelma menjadi komponen integral dari pola perilaku sosial pelajar dan mahasiswa di ruang konsumsi modern (Alawiyah & Liata, 2020).

Praktik perilaku pelajar dan mahasiswa dalam ruang konsumsi modern tidak dapat dipisahkan dari pengaruh budaya populer dan media sosial. Generasi muda kontemporer hidup dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh tren digital, representasi visual, serta kebutuhan akan pengakuan sosial. Aktivitas di mall umumnya dipublikasikan melalui platform media sosial sebagai bentuk eksistensi diri dan simbol gaya hidup

modern. Kondisi ini memfasilitasi kemunculan perilaku konsumtif di kalangan pelajar dan mahasiswa, di mana aktivitas konsumsi tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan juga sebagai mekanisme untuk mengikuti tren dan memperoleh penerimaan dari lingkungan sosial (Bambang Mudjiyanto & Launa Launa, 2025; Vionata Gadis Ranika et al., 2024). Namun demikian, fenomena tersebut juga mengungkapkan adanya diferensiasi sosial di kalangan generasi muda. Tidak seluruh segmen pelajar dan mahasiswa memiliki kapasitas ekonomi yang setara untuk mengadopsi gaya hidup konsumtif yang berkembang di ruang urban modern. Secara parsial, individu tertentu memiliki kapabilitas untuk mengakses produk bermerek, memanfaatkan fasilitas hiburan spesifik, dan menginternalisasi tren gaya hidup modern, sementara individu lainnya menghadapi keterbatasan ekonomi. Heterogenitas tersebut dapat berdampak pada konfigurasi interaksi sosial, tingkat kepercayaan diri, bahkan posisi sosial dalam kelompok sebaya. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik konsumsi sering kali berfungsi sebagai sarana diferensiasi status sosial, di mana kemampuan mengakses simbol-simbol konsumsi tertentu dapat memengaruhi pengakuan sosial dan relasi antarindividu dalam lingkungan pergaulan generasi muda (Coleman, 1988; Veblen, 1899).

Manifestasi ketimpangan sosial di ruang konsumsi modern sering termanifestasi secara simbolik melalui ekspresi berpakaian, preferensi lokasi assembl, hingga kapabilitas mengadopsi tren tertentu. Individu yang tidak mampu mengikuti pola konsumsi dominan seringkali mengalami perasaan minder atau teralienasi dalam lingkungan sosialnya. Fenomena ini mengindikasikan bahwa ruang konsumsi modern seperti mall tidak bersifat netral, melainkan menjelma menjadi arena yang mengekspresikan sekaligus mereproduksi diferensiasi kelas sosial dalam masyarakat urban (Mudjiyanto et al., 2025)

Dalam kerangka sosiologi konsumsi, kondisi tersebut mengindikasikan bahwa konsumsi telah bertransformasi dari aktivitas ekonomi semata menjadi praktik sosial yang berkorelasi dengan identitas dan status sosial. Mall berfungsi sebagai ruang di mana individu mengonstruksi citra diri melalui berbagai aktivitas konsumsi. Pelajar dan mahasiswa sebagai generasi muda kelompok yang rentan terhadap pengaruh budaya konsumsi mengingat mereka berada dalam fase pencarian identitas sosial. Mereka cenderung menyesuaikan diri dengan tren dan gaya hidup yang berkembang di lingkungan perkotaan sebagai mekanisme untuk memperoleh acceptance dalam kelompok sosial spesifik. (Nurnayla et al., 2025a)

Lebih lanjut, fenomena agregasi sosial pelajar dan mahasiswa di mall juga mengindikasikan terjadinya pergeseran fungsi ruang publik dalam masyarakat urban. Ruang publik tradisional seperti taman kota atau lapangan umum kini mulai tergantikan oleh ruang konsumsi komersial yang dipersepsikan sebagai lebih nyaman dan modern. Transisi ini mendemonstrasikan bahwa interaksi sosial masyarakat urban semakin

dipengaruhi oleh budaya konsumsi dan logika kapitalisme kontemporer. Dalam konteks tersebut, pusat perbelanjaan modern berkembang menjadi ruang sosial baru yang menggabungkan fungsi rekreasi, konsumsi, dan interaksi sosial, sehingga secara perlahan menggantikan peran ruang publik konvensional dalam kehidupan masyarakat perkotaan (Crawford, 1992; Sorokin, 1992).

Dalam konteks Kota Kupang, fenomena ini menjadi signifikan untuk diteliti mengingat menunjukkan adanya transformasi sosial yang dipengaruhi oleh perkembangan ruang konsumsi modern. Kehadiran Lippo Plaza tidak hanya membawa implikasi ekonomi, tetapi juga memengaruhi pola perilaku sosial masyarakat, khususnya segmen pelajar dan mahasiswa, serta mengekspos dinamika ketimpangan sosial dalam kehidupan urban. Mall sebagai ruang konsumsi modern menciptakan ruang interaksi baru yang di satu sisi memfasilitasi pertemuan berbagai kelompok sosial, namun di sisi lain juga memanasifasikan batas-batas sosial dan ekonomi yang dalam masyarakat (Sekarlangit, 2019)

Penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan untuk mengeksaminasi bagaimana ruang konsumsi urban dapat memengaruhi perilaku sosial pelajar dan mahasiswa sekaligus mereproduksi ketimpangan sosial dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Melalui penerapan pendekatan sosiologi politik, penelitian ini tidak membatasi perspektif analisis terhadap mall sebagai tempat aktivitas ekonomi semata, melainkan juga memosisikannya sebagai arena sosial yang berkaitan dengan konstruksi kekuasaan, identitas, dan struktur sosial. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai relasi antara ruang konsumsi modern, perilaku generasi muda, dan ketimpangan sosial di Kota Kupang, terkhusus di Lippo Plaza Kupang (Bambang Mudjiyanto & Launa Launa, 2025)

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa ruang konsumsi modern tidak dapat dipahami hanya sebagai tempat aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai arena sosial yang memengaruhi pembentukan identitas, relasi sosial, dan praktik konsumsi masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan pertanyaan penelitian Bagaimana Lippo Plaza Kupang sebagai ruang konsumsi urban mempengaruhi perilaku pelajar serta mencerminkan dan membentuk ketimpangan sosial dalam konteks interaksi sosial dan budaya konsumtif di Kota Kupang ?

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas tentang budaya mall (mall culture) dalam membentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa dan generasi muda. (Vionata Gadis Ranika et al., 2024) misalnya, mengungkapkan bahwa mahasiswa mengintegrasikan pusat perbelanjaan ke dalam struktur gaya hidup modern mereka. (Alawiyah & Liata, 2020) mengindikasikan bahwa pusat perbelanjaan tidak lagi sekadar berfungsi sebagai lokasi transaksi niaga, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang sosial yang membentuk gaya hidup konsumtif masyarakat urban. menunjukkan bahwa pusat perbelanjaan telah berkembang menjadi ruang yang mengekspresikan identitas sosial dan

status ekonomi masyarakat urban melalui aktivitas konsumsi. (Vionata Gadis Ranika et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, kajian ini bertujuan untuk menganalisis peran perilaku pelajar, budaya konsumtif, interaksi sosial, serta dinamika ketimpangan sosial di Kota Kupang. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai peran Lippo Plaza Kupang sebagai ruang konsumsi urban dalam membentuk perilaku pelajar, budaya konsumtif, interaksi sosial, serta dinamika ketimpangan sosial di Kota Kupang. Kajian ini didasarkan pada pemahaman bahwa ruang konsumsi modern tidak hanya berfungsi sebagai tempat aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memengaruhi praktik kehidupan sehari-hari, pembentukan gaya hidup, identitas sosial, dan relasi sosial masyarakat perkotaan (Chaney, 1996; Lefebvre, 1991).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang terjadi di Lippo Plaza Kupang sebagai ruang konsumsi urban serta implikasinya terhadap perilaku pelajar dan ketimpangan sosial yang muncul di lingkungan tersebut. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis berbagai realitas sosial yang ditemukan di lapangan berdasarkan pengalaman, persepsi, dan interaksi sosial para informan. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami makna yang diberikan individu terhadap pengalaman sosial yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari serta memahami fenomena sosial secara mendalam sesuai konteks yang diteliti (Vionata Gadis Ranika et al., 2024). Penelitian ini dilaksanakan di Lippo Plaza Kupang yang berlokasi di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Lippo Plaza merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern yang memiliki fungsi tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mempertemukan berbagai kelompok masyarakat. Mall telah mengalami transformasi fungsi menjadi ruang pembentukan gaya hidup, identitas sosial, serta budaya konsumtif masyarakat perkotaan. Kehadiran berbagai fasilitas hiburan, kuliner, dan pusat perbelanjaan modern menjadikan Lippo Plaza sebagai ruang konsumsi urban yang relevan untuk dikaji dalam memahami perilaku sosial masyarakat, khususnya generasi muda. Fenomena tersebut sejalan dengan temuan (Alawiyah & Liata, 2020) yang menjelaskan bahwa mall tidak lagi hanya berfungsi sebagai pusat perbelanjaan, tetapi juga membentuk perilaku konsumtif dan individualisme masyarakat urban. Selain itu, (Bambang Mudjiyanto & Launa Launa, 2025) menjelaskan bahwa mall telah berkembang menjadi arena sosial-ekonomi yang digunakan masyarakat untuk membangun identitas sosial dan memenuhi kebutuhan interaksi sosial.

Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat secara langsung dalam proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah para pengunjung Lippo Plaza Kupang yang memanfaatkan mall sebagai ruang konsumsi dan ruang sosial. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan dengan fokus penelitian. Informan terdiri atas pelajar SMA, mahasiswa, pengunjung umum, serta pelaku usaha yang beraktivitas di lingkungan mall. Pemilihan informan tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang komprehensif mengenai perilaku konsumsi, pola interaksi sosial, dan ketimpangan sosial yang terjadi dalam ruang konsumsi urban. Penggunaan observasi dan wawancara mendalam dalam penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami secara langsung pengalaman sosial, motivasi, serta perilaku konsumtif yang berkembang di lingkungan mall sebagai bagian dari budaya konsumsi modern generasi muda (Vionata Gadis Ranika et al., 2024).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas pengunjung di Lippo Plaza Kupang, khususnya pelajar dan mahasiswa, dalam memanfaatkan mall sebagai ruang sosial dan ruang konsumsi. Wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pandangan informan mengenai perilaku konsumsi, interaksi sosial, serta ketimpangan sosial yang terjadi di lingkungan mall. Dokumentasi berupa foto, catatan lapangan, dan dokumen pendukung digunakan untuk memperkuat data penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran Lippo Plaza Kupang sebagai ruang konsumsi urban dan ruang sosial masyarakat perkotaan (Alawiyah & Liata, 2020; Mudjiyanto et al., 2025; Vionata Gadis Ranika et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lippo Plaza yang berlokasi di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Lippo Plaza merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern terbesar di Kota Kupang yang telah menjadi bagian integral dari perkembangan ruang konsumsi urban dan proses modernisasi masyarakat perkotaan. Kehadirannya mengindikasikan adanya transformasi dalam pola kehidupan masyarakat urban yang semakin dipengaruhi oleh budaya konsumsi, gaya hidup modern, serta perkembangan ruang sosial komersial. Fenomena ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bambang Mudjiyanto & Launa Launa, 2025) yang menjelaskan bahwa pusat

perbelanjaan berkembang sebagai arena sosial-ekonomi sekaligus pembentukan budaya konsumtif masyarakat urban.

Mall sebagai Arena Transaksi Sosial-Ekonomi

Sebagai pusat perbelanjaan modern, Lippo Plaza memiliki fasilitas yang sangat lengkap dan telah menjadi salah satu lokasi favorit bagi masyarakat Kota Kupang untuk berbelanja, bersantai, serta melakukan aktivitas sosial. Di dalam pusat perbelanjaan ini tersedia berbagai restoran dan tempat makan, antara lain Solaria, Ta Wan, Ramen1, J.CO Donuts & Coffee, KFC, BreadTalk, Chatime, Janji Jiwa, beserta beberapa kafe dan food court yang menjadi lokasi berkumpulnya pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Keberadaan berbagai tempat makan modern tersebut menjadikan pusat perbelanjaan sebagai ruang sosial yang nyaman untuk bersosialisasi dan menghabiskan waktu bersama teman maupun keluarga.

Selain fasilitas kuliner, Lippo Plaza juga menyediakan berbagai hiburan seperti bioskop Cinépolis, Timezone, area bermain anak (*playground*), serta layanan *photobooth* yang banyak dimanfaatkan oleh pelajar dan generasi muda untuk berfoto dan mengabadikan momen bersama teman-teman. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengunjung, aktivitas yang paling sering dilakukan saat berada di Lippo Plaza adalah menonton bioskop, menggunakan *photobooth*, berjalan-jalan, berfoto, dan bertemu teman. Sebagaimana diungkapkan oleh seorang pengunjung:

"Kalau kaka sendiri memang sering datang di sini biasanya paling sering itu datang nonton bioskop, photobooth, dan sekedar jalan-jalan sambil foto-foto, terus juga ketemuan sama teman" (Wawancara Pengunjung, 2026).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa Lippo Plaza tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja, tetapi juga menjadi ruang sosial bagi masyarakat, khususnya generasi muda. Hal serupa juga disampaikan oleh salah satu pegawai yang menyatakan bahwa banyak pelajar memanfaatkan Lippo Plaza sebagai tempat berkumpul dan rekreasi.

"Biasanya mereka nongkrong, makan, main di playground, nonton bioskop, atau sekedar jalan-jalan dan photobooth" (Wawancara Pegawai Matahari, 2026).

Selain itu, seorang pegawai penjual minuman menjelaskan bahwa banyak pelajar dan mahasiswa datang secara berkelompok untuk menghabiskan waktu bersama teman-temannya.

"Biasanya mereka datang rame-rame sama teman, terus ngumpul, makan di food court, jalan-jalan keliling, atau cuma duduk-duduk ngobrol santai, dan photobooth" (Wawancara Pegawai Penjual Minuman, 2026).

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pusat perbelanjaan telah bertransformasi menjadi ruang sosial modern yang mempengaruhi pola aktivitas masyarakat urban, khususnya generasi muda. Fenomena ini selaras dengan penelitian (Vionata Gadis Ranika et al., 2024) yang menjelaskan bahwa *mall culture* menjadikan pusat perbelanjaan sebagai komponen integral dari gaya hidup dan ruang interaksi sosial generasi muda.

Lippo Plaza juga dilengkapi dengan berbagai pusat perbelanjaan dan toko modern, antara lain Hypermart, Matahari Department Store, MR.DIY, toko pakaian, toko sepatu, pusat perlengkapan rumah tangga, toko furnitur seperti sofa, kursi, dan tempat tidur, serta berbagai toko elektronik dan perangkat genggam seperti iBox dan Samsung Experience Store. Kelengkapan fasilitas tersebut menjadikan Lippo Plaza sebagai pusat aktivitas konsumsi modern yang mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan masyarakat dalam satu lokasi.

Menurut salah satu pengunjung, kelengkapan fasilitas menjadi alasan utama memilih Lippo Plaza sebagai tempat untuk menghabiskan waktu.

“Kaka sering datang ke sini karena rumah kk dekat di sini juga, terus ya kalau fasilitas di sini juga kan memang lengkap. Ada banyak tempat untuk bersantai” (Wawancara Pengunjung, 2026).

Dengan demikian, Lippo Plaza Kupang tidak hanya berfungsi sebagai pusat perdagangan dan konsumsi, tetapi juga sebagai ruang publik modern yang menjadi tempat interaksi sosial, rekreasi, dan pembentukan gaya hidup masyarakat perkotaan. Temuan ini memperlihatkan bagaimana mall telah berkembang menjadi simbol modernitas sekaligus arena interaksi sosial dalam kehidupan masyarakat urban kontemporer.

Tabel 1 Gambaran Umum Lippo Plaza Kupang sebagai Ruang Konsumsi Urban

Aspek	Temuan Penelitian
si	Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur
si utama	perbelanjaan modern dan ruang sosial arakat
tas kuliner	a, Ta Wan, Ramen1, J.CO Donuts & Coffee, BreadTalk, Chatime, Janji Jiwa, food court, afe
tas hiburan	polis, Timezone, playground, photobooth
tas perbelanjaan	rmart, Matahari Department Store, MR.DIY, pakaiian, toko sepatu, toko furnitur, iBox, ung Experience Store
unjung dominan	r, mahasiswa, pekerja, dan keluarga
itas utama unjung	lanja, bersantai, berkumpul, menonton op, berfoto, dan menikmati kuliner
n berkunjung	an, modern, bersih, aman, dan fasilitas ap
si sosial	g interaksi sosial dan pembentukan gaya o modern
asi ketimpangan	daan akses terhadap produk dan fasilitas sarkan kemampuan ekonomi

Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara Peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 1, Lippo Plaza Kupang merupakan pusat perbelanjaan modern yang berfungsi tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial masyarakat perkotaan. Berbagai fasilitas kuliner, hiburan, dan belanja yang tersedia menjadikan mall tersebut sebagai pusat aktivitas bagi latar belakang sosial yang beragam, namely pelajar, mahasiswa, pekerja, dan keluarga. Aktivitas pengunjung seperti berbelanja, bersantai, menonton bioskop, berfoto, dan berkumpul menunjukkan bahwa mall telah berkembang menjadi ruang interaksi sosial yang signifikan dalam kehidupan masyarakat urban.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kenyamanan, kebersihan, keamanan, dan kelengkapan fasilitas menjadi faktor utama yang menarik masyarakat untuk berkunjung. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pusat perbelanjaan modern telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan, khususnya generasi muda yang memanfaatkan mall sebagai tempat bersosialisasi. Temuan ini supports dengan penelitian (Mudjiyanto et al., 2025) serta (Vionata Gadis Ranika et al., 2024) yang menjelaskan bahwa mall telah bertransformasi menjadi ruang konsumsi urban sekaligus ruang pembentukan identitas dan interaksi social

Di sisi lain, keberadaan produk bermerek dan fasilitas modern menunjukkan adanya diferensiasi akses berdasarkan kemampuan ekonomi pengunjung. Hal ini mengindikasikan ketimpangan sosial dalam ruang konsumsi modern yang tercermin melalui pola konsumsi masing-masing individu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, tetapi juga menjadi penanda posisi sosial dan kepemilikan modal ekonomi dalam masyarakat perkotaan (Bourdieu, 1984; Siska Wahyuni Fitri et al., 2023) Secara keseluruhan, Lippo Plaza Kupang tidak hanya berfungsi sebagai pusat perbelanjaan, tetapi juga sebagai ruang konsumsi urban yang merepresentasikan dinamika gaya hidup, interaksi sosial, dan stratifikasi sosial masyarakat perkotaan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke pusat perbelanjaan mencakup berbagai lapisan sosial, mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja, hingga keluarga. Meskipun demikian, kelompok yang paling aktif memanfaatkan pusat perbelanjaan sebagai lokasi berkumpul dan menghabiskan waktu luang adalah generasi muda dan pelajar. Pusat perbelanjaan dipilih karena dipandang memiliki suasana yang nyaman, higienis, modern, serta menyediakan berbagai fasilitas untuk bersantai. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pusat perbelanjaan telah menjadi komponen integral dari gaya hidup masyarakat urban di Kota Kupang. Dalam konteks masyarakat perkotaan modern, pusat perbelanjaan tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial atau *third place* yang memungkinkan individu membangun relasi sosial, menghabiskan waktu luang, dan memperkuat jaringan pertemanan di luar lingkungan rumah maupun tempat kerja (Oldenburg, 1999; Putnam, 2000).

Di sisi lain, keberadaan fasilitas modern dan produk bermerek di dalam pusat perbelanjaan juga mengungkapkan adanya ketimpangan sosial dalam ruang konsumsi urban. Berdasarkan hasil wawancara, tidak seluruh pengunjung mampu mengakses fasilitas dan produk yang tersedia secara merata. Terdapat area tertentu dan produk dengan harga tinggi yang lebih mudah dijangkau oleh kelompok ekonomi atas, sehingga menciptakan kesan eksklusif bagi sebagian masyarakat. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang konsumsi modern tidak sepenuhnya bersifat netral, melainkan memiliki diferensiasi akses sosial dan ekonomi di kalangan pengunjung. Temuan ini selaras dengan penelitian (Alawiyah & Liata, 2020) yang menjelaskan bahwa pusat perbelanjaan sebagai ruang konsumsi urban dapat mengungkapkan stratifikasi kelas sosial melalui pola konsumsi masyarakat perkotaan.

Dengan demikian, Lippo Plaza tidak berfungsi sebagai pusat perbelanjaan modern, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang konsumsi urban yang mempengaruhi perilaku pelajar, membentuk gaya hidup masyarakat, serta merepresentasikan ketimpangan sosial dalam konteks interaksi sosial dan budaya konsumtif di Kota Kupang.

Lippo Plaza Kupang sebagai Ruang Konsumsi Urban dan Pembentuk Perilaku Pelajar

Lippo Plaza merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern di Kota Kupang yang tidak hanya berfungsi sebagai lokasi transaksi niaga, melainkan juga telah bertransformasi menjadi ruang konsumsi urban dan ruang sosial bagi masyarakat. Keberadaan berbagai fasilitas kontemporer seperti restoran, kafe, bioskop, photobooth, Timezone, area bermain anak, Hypermart, Matahari Department Store, MR.DIY, serta toko elektronik dan pakaian modern menjadikan pusat perbelanjaan tersebut sebagai pusat aktivitas masyarakat urban, khususnya pelajar dan mahasiswa. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa pusat perbelanjaan telah mengalami perubahan fungsi dari ruang ekonomi menjadi ruang sosial modern yang membentuk gaya hidup masyarakat perkotaan. Kondisi ini selaras dengan (Alawiyah & Liata, 2020) yang menjelaskan bahwa pusat perbelanjaan tidak lagi sekadar berfungsi sebagai tempat perdagangan, melainkan juga membentuk perilaku konsumtif dan gaya hidup masyarakat urban.

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas pengunjung datang ke pusat perbelanjaan tidak hanya untuk berbelanja, melainkan juga untuk bersantai dan menghabiskan waktu bersama teman maupun keluarga. Salah satu informan menyatakan bahwa:

“Pengunjung yang datang sangat beragam latar belakangnya. Mulai dari pelajar, pekerja, hingga keluarga besar semuanya ada. Namun, jika dilihat dari jumlahnya, yang paling mendominasi adalah kalangan anak muda dan keluarga yang datang untuk bersantai serta mengisi waktu luang.”

Selain itu, aktivitas yang dilakukan pengunjung menunjukkan bahwa pusat perbelanjaan telah menjadi bagian dari rutinitas sosial generasi muda. Seorang pengunjung mengungkapkan:

“Kalau kaka sendiri memang sering datang di sini biasanya paling sering itu datang nonton bioskop, photobooth, dan sekedar jalan-jalan sambil foto-foto, terus juga ketemuan sama teman.”

Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan pegawai pusat perbelanjaan yang menjelaskan bahwa pelajar dan mahasiswa umumnya datang secara berkelompok untuk melakukan aktivitas rekreatif dan sosial. Informan menyatakan:

“Biasanya mereka datang rame-rame sama teman, terus ngumpul, makan di food court, jalan-jalan keliling, atau cuma duduk-duduk ngobrol santai, dan photobooth.”

Temuan tersebut menunjukkan bahwa Lippo Plaza telah menjadi komponen integral dari gaya hidup generasi muda di Kota Kupang. Kehadiran fasilitas hiburan dan ruang publik yang nyaman mendorong pelajar dan mahasiswa menjadikan pusat perbelanjaan sebagai tempat untuk berkumpul, membangun relasi sosial, serta mengisi waktu luang. Bahkan, salah satu pegawai menjelaskan bahwa banyak pelajar lebih memilih menghabiskan waktu di pusat perbelanjaan karena suasananya yang nyaman dan menyediakan berbagai fasilitas hiburan. Informan menyatakan:

“Di sana tersedia berbagai hiburan, tempat makan, serta ruang yang mendukung untuk bersosialisasi, sehingga terasa lebih menarik dibandingkan berada di sekolah atau langsung pulang ke rumah.”

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa ruang konsumsi urban memiliki peran dalam pembentukan perilaku sosial kalangan pelajar dan mahasiswa. Pusat perbelanjaan berfungsi sebagai lokasi interaksi sosial, konstruksi identitas sosial, serta ruang untuk mengadopsi tren dan budaya kontemporer. Dalam penelitian (Vionata Gadis Ranika et al., 2024), dipaparkan bahwa budaya mall culture mempengaruhi perilaku konsumtif generasi muda melalui dorongan untuk memperoleh validasi sosial, mengikuti tren terkini, serta membangun citra diri dalam lingkungan sosial. Dengan demikian, Lippo Plaza Kupang tidak hanya menjadi ruang konsumsi ekonomi, tetapi juga menjadi arena pembentukan gaya hidup, perilaku sosial, dan budaya konsumsi generasi muda perkotaan.

Tabel 2 Aktivitas dan Pemanfaatan Lippo Plaza Kupang oleh Pelajar dan Mahasiswa

No	Temuan Lapangan	Keterangan
1	Tempat kunjungan	hanya berbelanja, tetapi juga santai dan menghabiskan waktu
2	Komposisi pengunjung	pelajar, mahasiswa, dan keluarga
3	Aktivitas yang dilakukan	ngumpul, menonton bioskop, jalan-jalan, berfoto, menggunakan photobooth, dan menikmati kuliner
4	Alasan memilih Lippo Plaza	nyaman, aman, bersih, modern, dan memiliki fasilitas lengkap

si sosial mall	at interaksi sosial dan berkumpul n teman sebaya
aruh terhadap perilaku r	entuk gaya hidup, pola interaksi , dan budaya konsumtif
r yang memengaruhi msi	mpuan ekonomi dan keinginan ikuti tren gaya hidup modern

Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 2, penelitian ini menemukan bahwa Lippo Plaza Kupang telah bertransformasi dari fungsi ekonominya sebagai pusat perbelanjaan menjadi ruang sosial yang penting bagi pelajar, mahasiswa, dan keluarga. Aktivitas utama yang dilakukan pengunjung berkumpul dengan teman, menonton bioskop, berjalan-jalan, berfoto, menggunakan photobooth, serta menikmati fasilitas kuliner. Temuan ini menunjukkan bahwa pusat perbelanjaan telah beralih dari ruang ekonomi konvensional menjadi ruang sosial modern yang mendukung berbagai aktivitas masyarakat urban.

Hasil penelitian également mengungkapkan bahwa kenyamanan, keamanan, kebersihan, dan kelengkapan fasilitas menjadi faktor utama pengunjung memilih Lippo Plaza sebagai tempat berkumpul. Kondisi tersebut membuktikan bahwa mall telah menjadi ruang interaksi sosial yang signifikan bagi generasi muda. Keberadaan fasilitas modern berperan dalam membentuk gaya hidup dan budaya konsumtif di kalangan pelajar dan mahasiswa. Secara keseluruhan, pola pemanfaatan fasilitas mall tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh kemampuan ekonomi serta keinginan untuk mengikuti tren gaya hidup kontemporer. Temuan ini mengindikasikan bahwa Lippo Plaza Kupang berpotensi sebagai ruang konsumsi urban yang membentuk perilaku sosial dan budaya konsumtif generasi muda di Kota Kupang. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa konsumsi dalam masyarakat modern tidak lagi sekadar berfungsi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas, gaya hidup, dan simbol status sosial yang dipengaruhi oleh budaya konsumen kontemporer (Baudrillard, 1998; Featherstone, 2007).

Hasil wawancara juga mengungkapkan bahwa fasilitas modern dan suasana nyaman di dalam pusat perbelanjaan menjadikan pelajar dan mahasiswa lebih memutuskan untuk menghabiskan waktu di pusat perbelanjaan dibandingkan ruang publik lainnya. Pusat perbelanjaan dipandang sebagai lokasi yang higienis, aman, nyaman, serta memiliki kelengkapan fasilitas untuk berkumpul dengan rekan-rekan sebaya. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya pergeseran pola interaksi sosial masyarakat urban, di mana ruang publik tradisional mulai tergantikan oleh ranah konsumsi modern. Selain mempengaruhi perilaku sosial, Lippo Plaza juga membentuk budaya konsumtif di kalangan pelajar dan mahasiswa. Kehadiran restoran modern, produk bermerek, tempat hiburan, serta tren gaya hidup modern mendorong generasi muda untuk mengadopsi pola konsumsi yang

berkembang di lingkungan pusat perbelanjaan. Berdasarkan hasil wawancara, pemilihan tempat makan, barang, dan aktivitas di dalam pusat perbelanjaan sangat ditentukan oleh kapabilitas ekonomi serta hasrat untuk mengikuti gaya hidup modern. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa budaya konsumsi modern telah menjadi komponen integral dari kehidupan sosial masyarakat urban. Fenomena ini sejalan dengan pandangan bahwa ruang konsumsi modern seperti mall telah mengambil alih sebagian fungsi ruang publik tradisional dan menjadi arena pembentukan identitas, gaya hidup, serta praktik konsumsi masyarakat perkotaan (Ritzer, 2010; Zukin, 1998)

Berdasarkan pemaparan tersebut, Lippo Plaza tidak hanya berfungsi sebagai pusat perbelanjaan modern, tetapi juga berperan sebagai ruang konsumsi urban yang membentuk perilaku kalangan pelajar, pola interaksi sosial, serta budaya konsumtif masyarakat di Kota Denpasar.

Ketimpangan Sosial dan Interaksi Sosial dalam Budaya Konsumtif di Lingkungan Mall

Penelitian ini mengkaji bagaimana Lippo Plaza Kupang bertransformasi menjadi ruang konsumsi urban yang tidak sekadar membentuk gaya hidup masyarakat, melainkan juga merepresentasikan dinamika ketimpangan sosial melalui aktivitas konsumsi dan interaksi antar pengunjung. Kehadiran berbagai fasilitas modern di dalam mall, seperti restoran, kafe, bioskop, toko pakaian bermerek, pusat hiburan, dan tempat nongkrong, menciptakan ruang sosial yang secara tidak langsung menampilkan perbedaan kemampuan ekonomi di antara pengunjung.

Fenomena ini selaras dengan temuan (Bambang Mudjiyanto & Launa Launa, 2025) yang mengungkapkan bahwa mall berfungsi sebagai arena sosial-ekonomi yang mengaktualisasikan perbedaan kelas sosial masyarakat urban, yang tampak melalui pola konsumsi serta tingkat akses terhadap fasilitas modern yang dimiliki masing-masing individu. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, informan mengungkapkan bahwa kemampuan menikmati fasilitas mall secara merata masih menjadi persoalan yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi masing-masing pengunjung. Salah satu informan menyatakan:

"Rentang harganya cukup bervariasi. Ada yang harganya masih terjangkau dan ramah di kantong, namun banyak juga yang harganya cukup tinggi. Oleh karena itu, pemilihan tempat atau barang sangat bergantung pada kemampuan ekonomi masing-masing, sehingga tidak semua hal bisa dinikmati oleh seluruh kalangan."

Pernyataan tersebut mengindikasikan adanya ketimpangan akses sosial-ekonomi dalam ruang konsumsi modern, terutama dalam menentukan tempat makan, membeli barang, dan mengakses fasilitas hiburan di lingkungan mall. Ketimpangan ini menunjukkan bahwa meskipun mall hadir sebagai ruang publik yang terbuka untuk semua orang, akses terhadap berbagai fasilitas modern tetap dipengaruhi oleh daya beli dan kemampuan ekonomi pengunjung.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa terdapat area-area tertentu yang dianggap lebih dekat dengan kelompok ekonomi menengah ke atas. Seorang pengunjung menjelaskan:

"Memang tidak ada larangan bagi siapa pun untuk masuk, namun kenyataannya terlihat jelas adanya perbedaan. Ada tempat-tempat tertentu yang suasananya sangat terbatas dan hanya didatangi oleh mereka yang berada di kalangan ekonomi atas. Kondisi ini menimbulkan kesan bahwa tempat tersebut tidak dapat diakses oleh semua kalangan."

Pernyataan tersebut diperkuat oleh keterangan petugas keamanan yang menyebutkan bahwa beberapa restoran dan kafe memberikan kesan eksklusif sehingga tidak semua pengunjung merasa nyaman untuk mengaksesnya.

"Kalau soal masuk semua boleh, bebas tidak ada yang melarang. Tapi kalau soal menikmati, ada bedanya sedikit. Misalnya di cafe-cafe tertentu atau restoran yang terlihat mewah, yang duduk di sana kan kebanyakan orang dewasa atau mereka yang ekonominya sudah mapan. Kalau orang biasa atau anak muda kadang sungkan untuk masuk."

Fenomena ketimpangan sosial dalam konteks perkotaan dapat diamati melalui pola konsumsi yang terjadi di ruang-ruang publik modern seperti pusat perbelanjaan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, terdapat perbedaan yang cukup nyata antara kelompok pengunjung berdasarkan latar belakang ekonomi mereka. Sebagian pengunjung datang ke mall hanya untuk berjalan-jalan, menikmati suasana, berfoto, atau membeli barang dengan harga terjangkau. Sebaliknya, kelompok dengan kondisi ekonomi yang lebih baik cenderung lebih leluasa memanfaatkan fasilitas premium dan produk bermerek.

Salah satu informan menjelaskan:

"Setiap orang tentu memiliki cara masing-masing. Bagi kami, menikmati tempat ini cukup dengan berkeliling, membeli barang-barang kecil, atau sekadar menikmati suasana. Aktivitas seperti berbelanja barang bermerek atau makan di tempat dengan harga tinggi memang terlihat hanya dilakukan oleh kelompok orang tertentu saja."

Hal serupa juga diungkapkan oleh pegawai pusat perbelanjaan yang menyatakan:

"Terdapat perbedaan dalam cara menikmati fasilitas. Pengunjung dengan kemampuan ekonomi lebih tinggi cenderung lebih leluasa berbelanja atau menggunakan layanan yang lebih mahal, sedangkan pengunjung dengan kemampuan ekonomi biasa cenderung lebih selektif."

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa ruang konsumsi modern telah mengalami perluasan fungsi, tidak hanya sebagai tempat pemenuhan kebutuhan ekonomi, tetapi juga sebagai ruang yang merepresentasikan dan mempertegas perbedaan kelas sosial melalui pola konsumsi, pilihan aktivitas, serta kemampuan mengakses fasilitas yang tersedia. Dengan demikian, Lippo Plaza Kupang tidak hanya menjadi arena interaksi sosial masyarakat urban, tetapi juga menjadi ruang yang memperlihatkan bagaimana ketimpangan sosial-ekonomi direproduksi dan terlihat dalam kehidupan sehari-hari melalui praktik konsumsi masyarakat.

Tabel 3 Ketimpangan Sosial dan Interaksi Sosial dalam Budaya Konsumtif di Lippo Plaza Kupang.

Aspek Penelitian	Temuan Lapangan
terhadap fasilitas mall	semua pengunjung dapat menikmati fasilitas dan produk yang tersedia secara merata tanpa perbedaan kemampuan ekonomi.
konsumsi pengunjung	pengunjung dari kelompok ekonomi menengah ke bawah umumnya memanfaatkan mall untuk berjalan-jalan, bersantai, atau membeli produk dengan harga terjangkau, sedangkan kelompok ekonomi atas lebih cenderung memanfaatkan restoran premium dan produk bermerek.
ketimpangan sosial	terdapat perbedaan kemampuan dalam mengakses fasilitas hiburan, tempat makan, dan produk mewah di dalam mall.
kegiatan sosial generasi	generasi muda cenderung nongkrong, menonton bioskop, menggunakan photobooth, berfoto, dan berkumpul bersama teman.
fungsi mall sebagai ruang	mall berfungsi sebagai tempat interaksi sosial, pembentukan pertemanan, dan pengembangan gaya hidup modern.
pengaruh budaya konsumtif	mall tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan, tetapi juga membangun identitas dan memperoleh pengakuan dalam kelompok sebaya.
aspek psikologis	terdapat keluhan pengunjung merasa kurang nyaman berada di area tertentu yang dianggap lebih eksklusif dan identik dengan kelompok ekonomi atas.
faktor pembentuk perbedaan	perbedaan kemampuan ekonomi, modal sosial, dan modal budaya yang dimiliki masing-masing individu.

Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara Peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 3, penelitian ini menemukan bahwa Lippo Plaza Kupang tidak hanya berfungsi sebagai ruang konsumsi modern, tetapi juga menampilkan perbedaan akses sosial dan ekonomi di kalangan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan ekonomi merupakan faktor utama yang menentukan sejauh mana pengunjung dapat menikmati fasilitas, produk, dan layanan yang tersedia. Pengunjung dari kelompok ekonomi menengah ke bawah umumnya memanfaatkan mall untuk berjalan-jalan, bersantai, atau membeli produk dengan harga terjangkau. Sebaliknya, kelompok ekonomi yang lebih tinggi cenderung menggunakan fasilitas premium seperti restoran mahal, hiburan tertentu, dan produk bermerek. Selain menunjukkan ketimpangan sosial, Lippo Plaza Kupang juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial yang penting bagi generasi muda. Aktivitas seperti nongkrong, menonton bioskop, menggunakan photobooth, berfoto,

dan berkumpul bersama teman menjadi bagian dari kehidupan sosial pelajar dan mahasiswa. Dengan demikian, budaya konsumtif tidak hanya berkaitan dengan pembelian barang atau jasa, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas sosial dan pengakuan dalam kelompok pergaulan. (Nurnayla et al., 2025b; Sekarlangit, 2019).

Temuan penelitian juga mengungkapkan bahwa suasana eksklusif beberapa fasilitas modern dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman bagi pengunjung dengan keterbatasan ekonomi. Hal ini mengindikasikan bahwa ruang konsumsi modern tidak sepenuhnya netral, melainkan menampilkan diferensiasi sosial berdasarkan modal ekonomi, sosial, dan budaya. Temuan ini mendukung pandangan (Bourdieu, 1984) bahwa posisi individu dalam ruang sosial dipengaruhi oleh modal yang dimiliki, sehingga perbedaan akses terhadap fasilitas dan pola konsumsi mencerminkan ketimpangan sosial dalam masyarakat perkotaan

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Alawiyah & Liata, 2020) yang mengungkapkan bahwa mall sebagai ruang konsumsi perkotaan tidak hanya membentuk budaya konsumtif, tetapi juga menjadi media penampilan perbedaan status sosial masyarakat. selain berfungsi sebagai ruang ekonomi, Lippo Plaza Kupang juga berperan sebagai ruang interaksi sosial bagi masyarakat perkotaan, khususnya generasi muda dan mahasiswa. Berdasarkan data hasil wawancara, dapat diidentifikasi bahwa kelompok usia muda dan pelajar merupakan pengunjung yang paling mendominasi berbagai aktivitas di dalam mall. Aktivitas yang dilakukan meliputi kegiatan sosialisasi seperti nongkrong, bersantai, menonton film di bioskop, menggunakan photobooth, serta menghabiskan waktu berkualitas bersama teman-teman. Fenomena ini mengindikasikan bahwa mall telah bertransformasi menjadi tempat pembentukan relasi sosial dan pengembangan gaya hidup modern di kalangan generasi muda. Dengan demikian, budaya konsumtif tidak terbatas pada aktivitas Transaksional semata, melainkan meluas menjadi bagian dari pencarian identitas sosial dan pencarian pengakuan dalam lingkup pergaulan sebaya.

Temuan penelitian juga mengungkapkan bahwa kehadiran fasilitas modern serta suasana eksklusif yang ditawarkan di lingkungan mall berpotensi menimbulkan tekanan psikologis bagi sebagian pengunjung yang memiliki keterbatasan dalam aspek ekonomi. Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh informan, terdapat tertentu di dalam mall yang lebih sering dikunjungi oleh kelompok ekonomi atas, sehingga sebagian masyarakat merasa tidak nyaman untuk berada di lokasi tersebut. Fenomena ini mengindikasikan bahwa ruang konsumsi modern tidak sepenuhnya berfungsi sebagai ruang publik yang netral dan inklusif, melainkan terdapat pembatas sosial yang secara tidak langsung beroperasi berdas Fenomena tersebut dapat dianalisis melalui kerangka teoretis habitus dan modal sosial yang dikemukakan oleh (Bourdieu, 1984). Teori ini menjelaskan bahwa perbedaan modal ekonomi, sosial, dan budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap

posisi sosial individu dalam ruang sosial. Dalam konteks penelitian ini, kapasitas ekonomi berpengaruh terhadap cara pengunjung memanfaatkan fasilitas mall, membangun jaringan interaksi sosial, serta berpartisipasi dalam budaya konsumtif masyarakat perkotaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Lippo Plaza Kupang berfungsi sebagai pusat konsumsi modern, tetapi juga berperan sebagai ruang yang merepresentasikan dan membentuk dinamika ketimpangan sosial dalam kehidupan masyarakat Kota Kupang.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Lippo Plaza Kupang telah bertransformasi dari pusat perbelanjaan modern menjadi ruang konsumsi urban yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat perkotaan, khususnya pelajar dan mahasiswa. Keberadaan berbagai fasilitas modern seperti restoran, kafe, bioskop, pusat hiburan, dan toko bermerek menjadikan mall tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja, tetapi juga sebagai lokasi berkumpul, bersosialisasi, dan menghabiskan waktu luang. Kondisi ini menunjukkan bahwa mall culture telah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda di Kota Kupang yang memengaruhi pola interaksi sosial dan aktivitas keseharian mereka. Lippo Plaza berperan dalam membentuk perilaku konsumsi melalui berbagai aktivitas yang mendorong adopsi gaya hidup modern, serta menjadi ruang bagi generasi muda untuk membangun relasi sosial, mengikuti tren, mengekspresikan identitas diri, dan memperoleh pengakuan dalam lingkungan pergaulan. Dengan demikian, aktivitas konsumsi di dalam mall tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan simbolik yang berkaitan dengan pembentukan identitas sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Vionata Gadis Ranika et al., 2024) serta Mudjiyanto dan (Bambang Mudjiyanto & Launa Launa, 2025) yang menjelaskan bahwa mall telah berkembang menjadi ruang interaksi sosial, arena sosial-ekonomi, dan bagian dari gaya hidup konsumtif generasi muda.

Selain itu, penelitian ini menemukan adanya dinamika ketimpangan sosial yang tercermin melalui perbedaan kemampuan pengunjung dalam mengakses fasilitas, produk, dan layanan yang tersedia. Perbedaan modal ekonomi menyebabkan tidak semua pengunjung dapat menikmati ruang konsumsi modern secara merata, sehingga muncul diferensiasi sosial dalam pola konsumsi dan pemanfaatan fasilitas. Temuan ini menunjukkan bahwa Lippo Plaza Kupang tidak sepenuhnya berfungsi sebagai ruang publik yang netral, melainkan juga merepresentasikan stratifikasi sosial masyarakat perkotaan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa akses terhadap ruang dan fasilitas perkotaan sering kali dipengaruhi oleh distribusi sumber daya ekonomi yang tidak merata, sehingga ruang konsumsi modern dapat menjadi arena yang merefleksikan sekaligus memperkuat perbedaan posisi sosial dalam masyarakat urban (Giddens, 2009; Harvey, 2008)

Hasil penelitian ini seiring dengan temuan (Alawiyah & Liata, 2020) yang menjelaskan bahwa mall sebagai ruang konsumsi urban dapat menjadi media yang memperlihatkan perbedaan status sosial melalui pola konsumsi masyarakat. Dengan demikian, Lippo Plaza Kupang dapat dipahami sebagai ruang konsumsi urban yang tidak hanya membentuk perilaku pelajar dan budaya konsumtif masyarakat, tetapi juga merefleksikan dinamika sosial dan ketimpangan sosial dalam kehidupan masyarakat Kota Kupang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nusa Cendana atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh informan penelitian, pengelola dan pelaku usaha di Lippo Plaza Kupang, serta para pengunjung yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan data yang diperlukan selama proses penelitian. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada tim editor dan reviewer Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum atas masukan, saran, dan perbaikan yang diberikan sehingga artikel ini dapat diselesaikan dan dipublikasikan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Alawiyah, T., & Liata, N. (2020). Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 1(2), 161–181. <https://doi.org/10.22373/jsai.v1i2.526>
- Bambang Mudjiyanto, & Launa Launa. (2025). Mal Sebagai Arena Transaksi Sosial-Ekonomi dan Agen Pembentuk Budaya Konsumtif Masyarakat Urban Kota. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(5), 1247–1260. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i5.6574>
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. SAGE Publications.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. Routledge.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Crawford, M. (1992). The World in a Shopping Mall. In M. Sorkin (Ed.), *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space* (hal. 3–30). Hill and Wang.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism* (2 ed.). SAGE Publications.
- Giddens, A. (2009). *Sociology* (6 ed.). Polity Press.
- Harvey, D. (2008). *Social Justice and the City*. University of Georgia Press.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Blackwell Publishing.

- Mudjiyanto, B., Yanuar, F., & Launa, L. (2025). Mal Sebagai Ruang Ketiga: Eksplorasi Perilaku Window Shopping Masyarakat Urban Kota. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*.
<http://ojs.akrb.ac.id/index.php/AKRAB/article/view/110%0Ahttp://ojs.akrb.ac.id/index.php/AKRAB/article/download/110/61>
- Nurnayla, F., Santoso, J., & Ramadhani, A. N. (2025a). *Urban Lifestyle and Symbolic Consumption: The Phenomenon of Using Tumblers as a Symbol of Social Status Observed in Female Students at Unsoed Program Studi Sosiologi, Universitas Jenderal Soedirman Gaya Hidup Urban dan Konsumsi Simbolik: Fenomena Pengg.* 10, 28–43.
- Nurnayla, F., Santoso, J., & Ramadhani, A. N. (2025b). Urban Lifestyle and Symbolic Consumption: The Phenomenon of Using Tumblers as a Symbol of Social Status Observed in Female Students at Universitas Jenderal Soedirman. *Journal of Social Research*, 10, 28–43.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. Marlowe & Company.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Ritzer, G. (2010). *Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption* (3 ed.). Pine Forge Press.
- Sekarlangit, N. (2019). Keterkaitan Desain Ruang Publik Dengan Perilaku Pengunjung Mall Di Yogyakarta Kasus : Ambarrukmo Plaza Dan Galeria Mal. *Review of Urbanism and Architectural Studies*, 17(2), 41–49.
<https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2019.017.02.4>
- Siska Wahyuni Fitri, Aulia Rahman, Nelfia Nofitri, & Januar Januar. (2023). Stratifikasi Sosial dalam Sistem Perekonomian Masyarakat Urban. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 2(4), 307–318.
<https://doi.org/10.55606/concept.v2i4.819>
- Sorkin, M. (1992). *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. Hill and Wang.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. Macmillan.
- Vionata Gadis Ranika, Ainul Mutfin, & Elanda Cika Alodya Nathania. (2024). Analisis Preferensi Mall Culture Dalam Gaya Hidup Konsumtif. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(3), 89–96.
<https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.175>
- Zukin, S. (1998). *Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption*. Urban Studies.