

Ruang pameran komersil di dalam taman tematik = Commercial exhibition inside the theme park

Denanti Nur Iwani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20456657&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan ini mempelajari mengenai ruang pameran komersil dan untuk melihat bagaimana taman tematik sebagai bagian dari ruang pameran komersil. Fungsi dari ruang pameran komersil adalah untuk menjual brand, menawarkan pengalaman pada alur ceritanya, dan untuk memamerkan produk brand di dalam sebuah properti panggung. Ruang pameran komersil terdiri dari leisure, retail, dan entertainment industries yang mana dalam hal ini memiliki kesamaan dengan sebuah taman tematik, yang merupakan tempat untuk mencari kesenangan, menjual brand/tema budaya Amerika, dan sebagai industri hiburan besar. Studi literatur mengenai ruang pameran komersil di dalam penulisan ini digunakan sebagai dasar dalam mengobservasi dan menganalisis taman tematik Universal Studio Japan dan Trans Studio Bandung. Hasilnya kemudian digunakan sebagai parameter dalam menganalisis studi kasus, yaitu narasi, konsep part-to-whole, dan brand.

.....

This paper studies about commercial exhibition to see how Theme Park works as part of commercial exhibition. The function of commercial exhibition is to sell the brand, to offer experiences in its flow, and also to show us the brand product as an object within the stage property. Commercial exhibition aims satisfactions from both customers and the owner. It consists of leisure, retail, and entertainment industries, which similar to the Theme Park a place for seeking happiness, selling brand, or themes about American culture, and also has been proved as one of big entertainment industry. Study literature about commercial exhibition in this paper is conducted as base to observe and analyzed theme park Universal Studio Japan and Trans Studio Japan. The results are used to be the parameters to analyze the study case, which is about the narration, part to whole concept, and brand.