

Kualitas aural dalam luxury retail sebagai setting interior = Aural quality in luxury retails as a interior setting

Ofira Amanda Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490759&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang bagaimana kualitas aural hadir dalam luxury retail. Kualitas aural dalam setting interior terbentuk oleh sistem akustik yang menjadi salah satu aspek pembentuk sebuah pengalaman ruang. Luxury retail adalah salah satu contoh setting interior dengan kualitas aural yang hadir karena aspek-aspek suara dan akustik oleh merchants dengan maksud menjadikannya sebagai media informatif mengenai brand tersebut kepada pengunjung. Dari hasil studi yang dilakukan pada 3 luxury retail di salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta ditemukan bahwa kualitas aural pada luxury retail terbentuk oleh kontrol akan distribusi suara dan elemen spasial yang ada. Distribusi suara berhubungan dengan sumber suara yang diinginkan (preferred) seperti sumber musik diputar dalam ruang (speaker) dan sumber suara yang tidak diinginkan (nonpreferred) seperti noise yang berasal dari utilitas dan interaksi manusia yang berlebihan. Elemen spasial berkaitan dengan batas fisik ruang (boundary) retail, seperti keberadaan akses dan shop front display dan komposisi material yang ada pada retail, baik material yang bersifat menyerap suara seperti fabric, dan material yang bersifat memantulkan suara seperti keramik. Kontrol akan distribusi suara dan batas fisik ruang dalam retail menjadi salah satu strategi luxury brands dalam menghadirkan kualitas aural dalam luxury retail.

.....

This thesis discusses how the presence of aural quality is experienced in a luxury retail. Aural quality in an interior setting is created by an acoustic system which will give a complete spatial experience. Luxury retail is an example of how aural quality exist as a result of the merchants attempt to use sound, as an auditory stimulation, as a media to communicate the brand to the visitors. By observing 3 luxury retails in Jakarta, this study discovers that aural quality of luxuty retails is created through the control of the sound distribution and the spatial elements within the interior. While sound distribution is related to how the preferred sound such as music and the non-preferred sound such as noise from the utilities exist in the interior, spatial elements correlate to the physical boundaries like partitions, shopfront window display, and the materials which can absorb or reflect sounds. Controlling both sound distribution and spatial elements in a luxury retail is one of many strategies of luxury brands in imposing their brand to their targeted market.