

Persepsi pemakai ruang terhadap pesan yang disampaikan melalui perancangan interior dan eksterior Bank

Indra Triana P., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283447&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Usaha pemasaran produk atau jasa dapat menjadi suatu proses sosial dimana individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Banyaknya barang dan jasa yang ditawarkan membuat para produsen berlomba-lomba untuk menarik perhatian khalayak sarasannya. Timbullah promosi, yang berusaha memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan dengan menjanjikan manfaat dan kepuasan yang didapat khalayak sebagai pembeli. Salah satunya dengan penyampaian pesan melalui daya tarik kemasan. Berarti pesan yang digunakan sebagai sumber informasi pada promosi harus mudah dimengerti, dapat diterima dan memiliki kesamaan pengertian bagi masing-masing pihak yang terlibat. Karenanya simbol-simbol yang digunakan pada pesan yang disampaikan harus melambangkan citra produk/jasa yang diharapkan oleh khalayak sasaran dalam pemenuhan kebutuhannya. Pada promosi perbankan, disain arsitektur-nya sama dengan kemasan pada produk lainnya, yaitu sebagai sarana penyampai informasi. Pesan yang didapat pada penelitian ini berasal dari disain eksterior dan inteior Sampoema Bank di gedung Sampoema Plaza, Kuningan-Jakarta. Dimana bagian- bagian pada disain eksterior adalah: Dinding Bagian Luar, Entrance Sampoema Plaza, Entrance Sampoema Bank. Sedang pada disain inteiomya adalah: Lantai Lobby Utama, Dinding Lobby Utama, Langit-langit Lobby Utama, Fumiture, Counter Teller, Bagian Individual Banking dan Customer Service, Khasanah (Safe Deposite dan Main Vault), Ruang Duduk di Lantai Atas serta Elemen Pendukung Estetika Patung dan Lukisan. Dalam studi ini peneliti menggunakan metode wawancara dan kepustakaan untuk mengetahui apakah pesan yang ingin disampaikan sampai dan simbol apa yang digunakan sebagai pembangun pesan tersebut sesuai dengan isi pesan. Untuk pengumpulan data dari khalayak digunakan penyebaran daftar pertanyaan (sampel/survey). Data yang diperoleh dianalisa dengan skala Semcmtic Dijferential, dan metode penelitian diskriptif Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara pesan yang disampaikan melalui disain eksterior dan interior bank cenderung sama dengan pesan yang diterima oleh responden. Hasil yang kedua dijumpai bahwa, simbol yang digunakan sebagai pembangun pesan cenderung mempunyai kesesuaian dengan isi pesan. Hal ini terbukti dengan persepsi responden terhadap pesan yang disampaikan pada tiap-tiap bagian yang rata-rata mempunyai nilai sedang hingga tinggi.