

Tata cahaya dan pengaruhnya terhadap kenyamanan visual pengunjung dalam berbelanja di supermarket = Lighting design and its effects on visual comfort to supermarket customers

Lisgumantika Suha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20385809&lokasi=lokal>

Abstrak

[ABSTRAK]

Pencahayaan adalah salah satu aspek yang paling mendukung arsitektur. Pencahayaan membuat efek visual tertentu yang mempengaruhi persepsi manusia. Ruang komersial memiliki tujuan utama untuk menjual, sehingga pencahayaan juga dimanfaatkan untuk mempersuasi calon pembeli. Supermarket adalah jenis retail yang menjual beragam jenis produk dan berukuran besar dengan berbagai bagian berdasarkan jenis barang yang dijual. Supermarket mendisplay barang-barang yang dijualnya dengan pencahayaan tertentu supaya bisa menarik pembeli. Supermarket menggunakan sistem self-service dan memiliki banyak bagian, sehingga pengunjung biasa menghabiskan waktu cukup lama di dalamnya. Selain display yang menarik, alur dan atmosfer ruang juga merupakan aspek penting untuk meningkatkan kenyamanan yang berdampak juga pada penjualan.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem tata cahaya supermarket dan pengaruhnya terhadap pengunjung untuk membeli dan berkeliling dalam supermarket. Metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah studi literatur dan studi kasus. Studi literatur dilakukan dengan mempelajari teori cahaya, persepsi visual, pencahayaan interior, pencahayaan ruang komersial, dan perilaku konsumen. Studi kasus dilakukan dengan mengamati tata cahaya artifisial secara umum dalam supermarket dari pintu masuk sampai keluar, dan secara khusus mengamati pengaruhnya pada pengunjung atau pembeli pada satu bagian supermarket yang memiliki tata cahaya tertentu.

<hr>

<i>ABSTRACT</i>

, Lighting is one of the most supporting aspect in architecture Lighting could give visual effect tha Lighting is one of the most supporting aspect in architecture. Lighting could give visual effect that affect human perception. Commercial space has main objective to sell, therefore, lighting also used to persuade buyers. Supermarket is a kind of retail store that provide a wide range of products, usually with large space and several sections according to product variety. Supermarket display their products with spesific lighting to attract buyers. With the self-service system and the variety of sections, customers usually spend some time in supermarket. Beside the attractive display, the atmosphere of space is also important to increase comfortness that could affect sales.

This thesis aims to determine the lighting system in supermarket and how it affects customers. I use literature studies and case studies as a method in this thesis. Literature studies done by studying lighting theory, visual perception, interior lighting, lighting for commercial space, and consumer behavior. Case studies done by observing artificial lighting in general and the impact to customers in particural sections.]