

Pop-up store dan pengalaman ruang konsumen: studi kasus: YSL Beauty Hotel, Plaza Indonesia = Pop-up store and consumer's spatial experience: case study: YSL Beauty Hotel, Plaza Indonesia

Rizky Aditya Aulia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482359&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam menjalankan bisnis, sebuah merek menggunakan media pop up store dalam meningkatkan kesadaran akan identitas merek dengan cara menggunakan media up store untuk campaign atau launching sebuah produk. Pop up store ini memiliki keunikan tersendiri dibanding dengan toko permanen, dimana harus mempertimbangkan berbagai limitasi, seperti waktu, material, besaran, tetapi memiliki fleksibilitas akan lokasi yang ingin dibangun. Oleh karena itu dalam pembentukan sebuah pop-up store perlu mempertimbangkan dalam menghadirkan dan mengkomposisikan elemen-elemen ruang seperti: ukuran, jarak, skala, latar depan dan latar belakang, komposisi garis, warna, cahaya, komposisi dan ritme yang dibutuhkan dalam menghasilkan pengalaman ruang pada sebuah pop-up store.

In running a business, a brand uses pop-up store in increasing brand awareness by using the pop-up store as media to campaign or launch a product. Pop-up store has its uniqueness if compared to a permanent store. A pop-up store must consider various limitations, such as time, material, size, and a flexible location of the pop-up store. Therefore in the making of a pop-up store needs to consider in presenting and composing space elements such as size, distance, scale, foreground and background, line composition, colour, light, composition and rhythm needed to produce space experiences on a pop-up store.