

Pengaplikasian Tipografi Dalam Ruang Interior Retail (Studi Kasus: Toko USS Depok) = Application of Typography in Retail Interior Spaces (Study Case: USS Store, Depok)

Nabila Hanina Annas, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505986&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam perancangan sebuah interior toko retail, penting bagi sebuah perusahaan untuk menciptakan sebuah ruang yang dapat menarik perhatian pengunjung. *Brandscaping*, sebuah metode perancangan interior yang melibatkan proses desain branding visual sebuah perusahaan dari dua dimensi menjadi tiga dimensi yang hadir dalam ruang, berperan sebagai salah satu cara untuk menciptakan pengalaman ruang yang baru yang dapat mempengaruhi cara pandang pengunjung terhadap perusahaan secara emosional, serta meningkatkan kemungkinan pengunjung untuk melakukan transaksi jual-beli.

Dalam proses *brandscaping*, tipografi hadir sebagai bagian dari elemen sebuah branding visual perusahaan dan dapat mengkomunikasikan serta mempengaruhi tingkah laku dan pikiran pengunjung di dalam sebuah ruang toko retail melalui pengalaman ruang. Berdasarkan studi kasus, faktor jenis, ukuran, serta warna sebuah elemen tipografi akan menentukan mudah atau tidaknya pengunjung sebuah toko retail dalam membaca dan menyerap informasi, serta mempengaruhi keefektifan peran tipografi dalam sebuah pengalaman ruang tersebut.

When designing an interior space of a retail store, a company needs to create a space that can attract a customer's attention. *Brandscaping*, a method that involves processing a company's visual branding design from two dimensional to three dimensional and existing spatial element, serves as a way to create a new spatial experience that affects how a customer views the company emotionally, and increase the likelihood of a said customer to execute transactions.

Through *brandscaping*, typography exists as part of a company's visual branding element, to communicate and influence the thoughts and behavior of a customer in a retail store through spatial experience. Based on the case study, type, size, and color of a typographic element will determine whether or not the customer of a retail store can easily read and absorb the information, and can affect the effectiveness of typography in spatial experience.