

Peran pengalaman multiindra dalam ruang interior komersil = The role of multisensory experience in commercial interior spaces

Neysha Adzhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348138&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada era customer-focused dalam dunia bisnis saat ini, penciptaan pengalaman konsumen yang positif dan berkesan menjadi bagian dari strategi pemasaran yang utama, termasuk pada ruang interior komersil yang mewadahi interaksi antara konsumen dengan perusahaan. Dalam mengalami ruang, manusia memiliki beragam indra sebagai penangkap informasi dari lingkungan fisik di sekitarnya. Namun, adanya paradigma okularsentris membuat visual dianggap sebagai pembentuk utama pengalaman manusia.

Tulisan ini memfokuskan pembahasan pada pengalaman multiindra yang menyeluruh dalam ruang interior komersil dan perannya terhadap pembentukan pengalaman konsumen yang positif dan berkesan sebagai nilai tambah bagi perusahaan.

.....In the era of customer-focused in today's business world, the creation of a positive and memorable customer experience is part of a major marketing strategy, including in the commercial interior spaces that facilitate interaction between the consumer and the company. In the context of experiencing spaces, we acquire information of the surrounding physical environment through various senses. However, the ocularcentric paradigm has regarded visual as the centre point of human experience.

This writing focuses on the analysis of the multi-sensory experience as a whole in commercial interior spaces and its role in generating a positive and memorable consumer experience as an added value for the company.