

Kajian implementasi warna simbolik terhadap persepsi manusia dalam komodifikasi restoran etnik cina di jakarta = Study of the implementation of symbolic color of the human perception on ethnic chinese restaurants commodification in jakarta

Siti Zahra Aghnia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348342&lokasi=lokal>

Abstrak

Restoran etnik merupakan salah satu industri yang semakin berkembang di Jakarta. Kesuksesan restoran etnik ialah dapat merepresentasikan dan menyampaikan etnik tersebut terhadap konsumennya. Salah satu caranya melalui elemen interior, yaitu warna. Penggunaan warna disesuaikan agar dapat memasukkan konteks etnik dengan aktivitas pengguna didalamnya. Salah satu etnik yang menjadikan warna sebagai simbol ialah Cina. Sehingga pada skripsi ini akan membahas restoran Cina yang ditinjau dari segi historis dan modern.

Skripsi ini menghasilkan kesimpulan bahwa warna simbolik dapat dimasukkan kedalam restoran etnik dengan perlakuan interaksi yang berkaitan dengan prinsip dan elemen desain. Perlakuan interaksi yang berbeda maka akan menghasilkan pengalaman ruang yang berbeda pula. Namun pada akhirnya semua kembali kepada persepsi konsumen sebagai pengguna melalui pengalaman dan memori dalam memaknai ruang dalam restoran etnik.

.....Ethnic restaurant is one of the growing industries particularly in Jakarta. The success of ethnic restaurant itself can be achieved if it could present and delivered the ethnic to the consumers. One of the ways is trough interior element, which is color. The use of color can be adjusted thus it could interpret the ethnic context with the activity of users. One of ethnics who use color as their symbol is the infamous China. Therefore in this thesis the writer will discuss furthermore about Chinese restaurant from historical and modern point of view.

From this thesis we can conclude that a symbolic color can be interpreted to ethnic restaurants with behavior interaction that correlated with the principal and element of design. Different interaction treatment will produce different space experience as well. But in the end, it all goes back to consumers' perception as the user trough experience and memory when it comes to interpreting a space in ethnic restaurants.