

KESIMPULAN

Palace Fine Cuisine & Ballroom didesain ulang dengan gaya classic-modern Chinese untuk merepresentasikan brand image-nya. Adaptasi diterapkan menggunakan teknik Multi Sensory Branding. Pendekatan visual (indra penglihatan) dilakukan dengan penerapan desain elemen pembentuk dan pengisi pada istana klasik China yang dimodernisasi, pencahayaan, serta warna dan material yang alami. Pendekatan olfactory (indra penciuman) dilakukan dengan meletakkan diffuser untuk menyebarkan wewangian oriental. Pendekatan auditory (indra pendengaran) dilakukan dengan meletakkan wireless speaker untuk memutar musik instrumental dari alat musik tradisional China bernama Guzheng. Pendekatan gustatory (indra pengecap) dilakukan dengan table setting dan penyajian makanan disesuaikan dengan standar restoran chinese food. Pendekatan haptic (indra peraba) dilakukan dengan penggunaan material-material alami yang menunjukkan warna dan tekstur asli dari material tersebut.

Saran untuk perancangan selanjutnya adalah menerapkan teknik Multi Sensory Branding untuk desain ruang komersial atau publik lain, karena efeknya terbukti positif dalam kegiatan branding. Karena keterbatasan waktu, maka dalam perancangan ini ada beberapa penerapan Multi Sensory Branding yang belum dimaksimalkan ataupun terlupakan. Maka dari itu, disarankan sejak awal perancangan lebih baik penerapan direncanakan secara detail. Persiapan rencana dapat menggunakan metode brainstorming yaitu mind mapping.