

ABSTRAK

Perkembangan gaya hidup masyarakat di kota besar telah mengubah pola hidup mereka. Gaya hidup menikmati makanan pada kalangan remaja maupun dewasa, membuat para pelaku bisnis kuliner semakin kreatif menuangkan ide-ide baru mengenai café, restaurant atau kedai, salah satunya adalah Kedai Sittichai Thailand Food & Mangos Cafe. Penelitian ini membahas tentang Desain Interior sebagai Media Iklan, studi pada komunikasi visual "*Interior Design Concept*" kedai Sittichai sebagai daya tarik pelanggan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami bagaimana pengaruh penggunaan desain interior terhadap daya tarik kedai Sittichai. Penelitian ini menggunakan teori dan konsep komunikasi visual, *store atmosphere* dan media iklan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini, konsep kontemporer desain interior pada kedai Sittichai mampu menarik perhatian konsumen kemudian konsumen merasa nyaman dan percaya untuk datang mengkonsumsi produk serta menikmati suasana kedai. Penggunaan desain interior dianggap menjadi penting untuk memberikan kesan pertama yang baik kepada konsumen, dan menjadi sebuah komunikasi visual kedai Sittichai kepada konsumen. Hal tersebut dapat menjadikan setiap elemen-elemen yang berada pada desain interior kedai Sittichai seperti dinding, lantai, plafond, dan perabot sebagai sarana periklanan.

Kata kunci: Desain Interior, daya tarik, Komunikasi Visual, Sittichai Thailand food & mangos café.

ABSTRACT

Lifestyles outgrowth has changed citizens habits in big cities. The youth lifestyle of trying and savoring any kind of dish, made the owners of culinary businesses more creative seeking for new ideas pertaining to cafe, restaurant or shops, which Kedai Sittichai Thailand Food & Mangos is one of them. this research discusses more about Interior Design as Advertising Media, study on visual communication "Interior Design Concept" Kedai Sittichai as a customer attraction. This study aims to comprehend the impact of interior design toward Kedai Sittichai enticement. This research uses store atmosphere theory, visual communicatin and advertisement media. The research method that used is descriptive qualitative method. in this research, contemporary concept of interior design at Kedai Sittichai capable to attract customers and made them feel comfortable then trust to come to consume the products and relishing shop atmosphere. The usage of interior design is considered important to reach the good first impression toward customers, and become a visual communication Kedai Sittichai to their customers. These could caused every element in Kedai Sittichai interior design such as walls, floors, ceilings, lightings, vents, and furnitures as an advertising medium.

keyword: interior design, attraction, visual communication, Sittichai Thailand Food & Mangos Cafe