UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Desain Butik Mode dengan Pendekatan Ruang Eksperiensial di Bali
Najma Maisya Khalilla, Prof. Ir. Wiendu Nuryanti, M. Arch., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Fenomena *fast fashion* dan peningkatan konsumerisme telah menimbulkan dampak signifikan terhadap tatanan sosial, ekonomi, dan lingkungan, salah satunya adalah erosi identitas merek akibat pergeseran prioritas dalam ritel mode. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan sebuah solusi ritel inovatif yang mampu mengedukasi konsumen, membentuk kebiasaan berbelanja yang lebih bijak, serta mempromosikan produk dengan kualitas dan eksklusivitas tinggi. Penelitian ini mengusulkan perancangan ritel *slow fashion* yang berbasis pengalaman (*experience-based*) di Bali, sebuah destinasi wisata global yang strategis. Bali dipilih sebagai titik sentral untuk menciptakan media pengalaman utama yang akan menyajikan *brand experience* dan *brand storytelling* melalui desain multisensorial. Perancangan ini bertujuan untuk mentransformasi perilaku konsumen, mendorong sifat "berbelanja pintar," dan mengembalikan makna identitas merek melalui narasi kualitas dan keberlanjutan.

Kata Kunci: *Experiential Architecture, Fashion Boutique, Fast Fashion*, Konsumerisme, Erosi Identitas Merek, *Slow Fashion*, Desain Multisensorial, Ritel Berbasis Pengalaman.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Desain Butik Mode dengan Pendekatan Ruang Eksperiensial di Bali
Najma Maisya Khalilla, Prof. Ir. Wiendu Nuryanti, M. Arch., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

The phenomenon of fast fashion and the rise of consumerism have generated significant impacts on social, economic, and environmental structures, notably leading to the erosion of brand identity due to shifting priorities in fashion retail. To address this issue, an innovative retail solution is needed, one that can educate consumers, shape smarter shopping habits, and promote products of high quality and exclusivity. This research proposes the design of an experience-based slow fashion retail outlet in Bali, a strategic global tourist destination. Bali is chosen as the central point to create a primary experiential medium that will deliver brand experience and brand storytelling through multisensorial design. This design aims to transform consumer behavior, foster "smart shopping" traits, and restore the meaning of brand identity through narratives of quality and sustainability.

Keywords: Experiential Architecture, Fashion Boutique, Fast Fashion, Consumerism, Brand Identity Erosion, Slow Fashion, Multisensorial Design, Experience-Based Retail.