

**REPRESENTASI DINAMIS DAN KOLABORATIF MELALUI TATA LETAK DESAIN INTERIOR  
KANTOR TRAVELOKA DITINJAU DARI SEMIOTIKA PEIRCE**

**Dina Felpin Riwu, Emilia Nurul Fajar**

STIKOM London School of Public Relation Jakarta

Sudirman Park, Jl. K.H. Mas Mansyur Kav.35, Jakarta 10220 (Campus B dan C)

No. Telp./HP: +62 813-8175-1675 , +62 812-8918-5699

E-mail: dinafelpin27@gmail.com , emilianfjr@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini menerapkan teori semiotika oleh Charles Sanders Peirce dengan tujuan mengetahui tanda yang ada pada rancangan ruang dalam kantor juga untuk praktisi interior desainer maupun arsitek untuk membedah dan menentukan pendekatan-pendekatan yang akan dijadikan sebagai referensi dalam membuat konsep dan merancang layout interior kantor. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif ini menggunakan teori semiotika oleh Charles Sanders Peirce dengan menemukan tanda yang terlihat dalam rancangan interior kantor Traveloka. Sumber informasi lain seperti literatur dan foto interior kantor Traveloka akan digabungkan bersama-sama menggunakan proses observasi data. Temuan dari penelitian ini adalah melihat tanda representasi dinamis dan kolaboratif pada tata letak desain interior kantor Traveloka yang terletak pada setiap area dan ruang, yang menggunakan material dengan konsep industrial pada elemen-elemen interior. Dengan menemukan tanda yang ada dalam rancangan interior kantor Traveloka, diharapkan agar pengguna ruang peka terhadap konsep perusahaan yang ingin menggambarkan citra perusahaan lewat rancangan layout kantor.

**Kata Kunci : Semiotika Peirce, Interior Kantor, Citra Perusahaan**

**ABSTRACT**

*This study applies the theory of semiotics by Charles Sanders Peirce with the aim of knowing the signs that exist in the design of space in the office as well as for interior designer and architect practitioners to dissect and determine approaches that will serve as references in conceptualizing and designing office interior layouts. This study used a qualitative method. This qualitative study used the theory of semiotics by Charles Sanders Peirce by finding the signs seen in the interior design of Traveloka office. Other sources of information such as literature and photos of Traveloka's office interior will be combined together using the data observation process. The findings of this study were to look at signs of dynamic and collaborative representation in the layout of the interior design of the Traveloka office located in every area and space, which uses material with industrial concepts in interior elements. By finding the signs that existed in the interior design of the Traveloka office, it is expected that space users are sensitive to the concept of companies that want to portray the company's image through the design of office layouts.*

**Key Words : Semiotics Peirce, Office Interior, Corporate Identity**

## Pendahuluan

Dalam kehidupan kita sebagai manusia, selain menjadi makhluk individu, manusia juga sebagai makhluk sosial yang melakukan komunikasi dengan individu lainnya. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, sehingga dengan berkomunikasi, manusia dapat berinteraksi satu sama lain. Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa manusia adalah makhluk sosial yang tidak mungkin hidup sendiri. Manusia akan selalu membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dengan berkomunikasi manusia dapat membentuk identitas diri, membangun hubungan dengan orang lain, bahkan komunikasi bisa mempengaruhi orang lain untuk berbuat, berpikir, atau merasa seperti yang manusia inginkan.

Lingkungan manusia ini bisa berupa banyak hal, salah satunya organisasi. Manusia tidak bisa lepas dari organisasi. Bahkan bisa dikatakan bahwa manusia selalu berhubungan dengan organisasi selama hidupnya.

Cara organisasi dalam berkomunikasi dengan bermacam kelompok orang dikenal dengan istilah komunikasi korporat. Selain digunakan dalam membangun komunikasi setiap organisasi, komunikasi korporat juga memiliki fungsi pokok sebagai proses

gabungan antara identitas dan persepsi dari organisasi itu sendiri, yang berarti adanya penyesuaian antara komunikasi internal yang terpusat pada identitas atau personalitas perusahaan tersebut.

Sebuah Lembaga yang terbentuk karena ada organisasi didalamnya dapat disebut sebagai perusahaan atau kantor. Perkembangan kantor saat ini sudah jauh berbeda, dari yang sebelumnya kantor hanya dijadikan sebagai tempat untuk bekerja, namun pada masa kini kantor juga digunakan sebagai tempat bersosialisasi dan merupakan simbol bagi sebuah perusahaan atau organisasi tersebut.

Didalam membuat tata letak sebuah kantor, dibutuhkan adanya konsep yang merepresentasikan organisasi atau perusahaan tersebut, sehingga setiap detail dari tata letak kantor dapat dibuat efektif dan merupakan cerminan bagian dari perusahaan itu sendiri. Dimana hal ini juga dapat menunjang kinerja bagi setiap karyawan agar dapat mencapai hasil kerja yang sesuai dengan standart dari perusahaan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh James R. Gregory, Jack G. Wiechmann dalam bukunya di *Marketing Corporate Image* (2005), sebuah kantor didesain dengan penataan layout yang baik membantu kantor tersebut

memenangkan bisnis-bisnis baru di masa mendatang, mempermudah koordinasi antar divisi guna mengoptimalkan pekerjaan para staf perusahaan. Dan menurut Sukoco (2007:189), sebuah layout kantor yang efektif akan memberikan salah satu manfaat yaitu meningkatkan produktivitas kerja pegawai.

Dalam desain interior, kondisi perilaku atau aktivitas ruang dibentuk dengan cara bagaimana ruang tersebut diatur dan ditata oleh seluruh unsur-unsur fisik dan komponen-komponennya menurut pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam satu program desain. Interaksi tatanan ruang dengan aktivitas manusia yang terwujud dalam perilaku ini akan berlangsung secara timbal balik yang disebut suasana ruang (*atmosphere*).

Fungsi ruang mempengaruhi karakteristik perilakunya, dimana kualitas ditentukan oleh tatanan fisiknya (*physical layout*) yang terdiri dari aspek tatanan bentuk ruang, sirkulasi, perabot dan material yang digunakan. Karakteristik pola lingkungan fisik terbentuk berelasi dengan pola perilaku (*pattern of behavior*) (Kristiawan, 2012).

Seseorang memiliki konsepsi menyeluruh mengenai benda dalam ruang, dan mengajinya dari berbagai sudut

pandang agar hubungannya dengan obyek lain dalam ruang dapat terlihat, yang menempatkannya dalam keseluruhan sistem (Cassirer, 1987: 39, 54, 69). Mempelajari ruang berarti juga mempelajari hal-hal yang tidak kasat mata, yang memberi napas, menjiwai, dan sebagai bagian dari realitas yang kongkret dan realitas simbolik (Laurens, 2004: 26). Dalam perkembangan arsitektur, semiotika mulai banyak digunakan sejak era arsitektur post-modern. Arsitek berkeinginan mengajak masyarakat awam untuk memahami karyanya dengan cara berkomunikasi, oleh sebab itu diperlukan pemahaman dan pemakaian semiotika yang merupakan studi hubungan antara *sign* (tanda) dan bagaimana manusia memberikan *meaning* (arti).

Semiotika (*semiotics*) berasal dari Bahasa Yunani "*semeion*" yang berarti tanda. Orang yang pertama-tama mempelajari semiotika adalah Charles Sanders Peirce (1839-1914). Peirce (dalam Zoest, 1978) membedakan tiga jenis tanda yaitu ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol atau lambang (*symbol*). Fenomena kantor masa kini juga sudah diterapkan pada beberapa perusahaan di kota-kota besar Indonesia khususnya Jakarta. Salah satu kantor yang sudah menerapkan

konsep masa kini dalam perancangannya yaitu Traveloka.

Traveloka adalah salah satu perusahaan teknologi yang paling cepat berkembang di Asia Tenggara yang menyediakan aplikasi pemesanan perjalanan untuk tujuan domestik dan internasional. Perusahaan kelahiran Jakarta ini didirikan oleh beberapa praktisi teknologi informasi Indonesia dengan pengalaman kerja bertahun-tahun di perusahaan teknologi di Amerika Serikat.

Dengan budaya kantor yang sangat muda, Traveloka memiliki gaya desain yang lebih industrial agar membawa *image* dan suasana kantor yang lebih dinamis dan kolaboratif, penerapan elemen industrial yang kontemporer ini terlihat dari penggunaan material pada interior bangunan seperti, spandek, *concrete*, besi-besi, *wiremesh*, kayu dan *ceiling* yang di *expose*. Untuk kantor yang berjiwa muda dan memiliki semangat milenial *industrial office* sangatlah sesuai dengan budaya kerjanya, karena pekerja dapat dengan nyaman bekerja sesuai dengan *mood* mau bekerja dengan cara formal atau informal karena memiliki berbagai tipe *spot* bekerja seperti *cafe*, dengan material yang menyerupai *cafe* pun dimasukkan ke dalam desain seperti lampu-lampu gantung, besi-besi, *wiremesh*, spandek, bata *expose* dll

yang mendukung kantor yang terbukti efektif di zaman ini. Untuk itu peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “Representasi Dinamis dan Kolaboratif Melalui Tata Letak Desain Interior Kantor Traveloka Ditinjau dari Semiotika Peirce”, yang bertujuan agar penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan interior arsitektur.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Semiotika Peirce**

Teori dari Peirce menjadi *grand theory* dalam semiotik. Gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Semiotik ingin membongkar sesuatu zat dan kemudian menyediakan modal dan teoritis untuk menunjukkan bagaimana semuanya bertemu dalam sebuah struktur (Sobur, 2019:97). Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atau *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). *Icon* adalah tanda yang hubungannya antara penandanya dan perandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, *icon* adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. *Indeks* adalah tanda yang

menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu kenyataan (Sobur, 2014:41).

Model triadic yang dikemukakan oleh Peirce dapat disebut sebagai "*triangle meaning semiotics*" atau dikenal sebagai segitiga makna yaitu memunculkan tanda yang dapat diproses melalui pandangan. Model makna yang muncul melalui interpretasi, tanda, dan objek. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma interpretif untuk menganalisa dan mengkaji lebih dalam makna atau tanda dari representasi dinamis dan kolaboratif melalui tata letak desain interior kantor Traveloka yang ditinjau dari semiotika Peirce.

Pada penelitian ini menggunakan teori semiotika Peirce, yang menjelaskan bahwa Peirce melihat tanda dalam mata rantai tanda yang tumbuh, dimana peneliti menempatkan Peirce sebagai bagian dari pragmatisme. Pragmatisme adalah istilah yang dinisbahkan kepada Peirce dalam semiotik. Pragmatisme sebagai teori makna menekankan hal-hal yang dapat ditangkap dan mungkin berdasarkan pengalaman dari subjek. Dasar pemikiran tersebut dijabarkan dalam bentuk triphak (*triadic*) yakni setiap gejala secara fenomenologis

mencakup : *qualisigns, sinsgins, legisigns*.

Dengan kata lain, sebuah tanda senantiasa memiliki tiga dimensi yang saling terkait:

1. Representamen (R) sesuatu yang dapat dipersepsi,
2. Objek (O) sesuatu yang mengacu kepada hal lain
3. Interpretan (I) sesuatu yang diinterpretasi.

Peirce tidak hanya melihat wujud formal representamen, tetapi mempermasalahkan pula bagaimana relasi representamen dengan objek dan interpretannya. Untuk itu, berkaitan dengan objek penelitian ini, maka dengan menggunakan semiotika Peirce, peneliti dapat menjelaskan makna atau tanda dalam tata letak desain interior kantor Traveloka yang merepresentasikan dinamis dan kolaboratif.

### **Semiotika dalam Arsitektur**

Dalam perkembangan dunia arsitektur, semiotika mulai banyak digunakan sejak era arsitektur post-modern yaitu era dimana para arsitek mulai menyadari adanya kesenjangan antara arsitek yang mempunyai konsep dalam membuat suatu lingkungan dengan orang awal sebagai penghuni lingkungan. Dengan adanya kesenjangan tersebut, maka arsitek berkeinginan untuk mengajak masyarakat

awam untuk dapat memahami karya yang dibuat dengan cara berkomunikasi, oleh sebab itu diperlukan pemahaman dan penggunaan semiotika yang merupakan studi hubungan antara tanda dan bagaimana masyarakat mampu memahami arti dari konsep yang dibuat.

Semiotika arsitektur juga dapat memberikan pemahaman tentang berbagai hal yang terkait dalam bentuk arsitektur dan susunan tata ruang. Sistem tanda dalam arsitektur meliputi banyak aspek seperti bentuk fisik, bagian-bagiannya, ukuran, proporsi, jarak antar bagian, bahan (material), warna, dan sebagainya. Sebagai suatu sistem, tanda semuanya dapat diinterpretasikan (mempunyai arti dan nilai) dan memancing reaksi tertentu (pragmatis). Setiap benda yang digunakan merupakan wahana tanda yang dapat memberikan informasi konvensional yaitu mengenai fungsi benda tersebut. Begitu pula dengan benda-benda arsitektural, secara umum dapat dikatakan bahwa bangunan juga mempunyai arti dalam konsep yang dibuat. Sehingga setiap bangunan yang dibangun maupun ruang dalam yang ditata mengandung arti.

### **Identitas Perusahaan dalam *Corporate Communication***


Identitas perusahaan merupakan bentuk visual dan ekspresi dari *image* suatu perusahaan yang berkenaan secara fisik sehingga dapat mengingatkan masyarakat akan perusahaan tertentu (Anggoro, 2001:280). Hal ini yang dilakukan oleh Traveloka untuk menciptakan *Image* pada masyarakat tentang perusahaannya yang *dinamis* dan *Kolaboratif*.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan dalam kegiatan penelitian ini akan menjelaskan secara mendalam makna dari tanda-tanda yang ada dengan menggunakan interpretasi dari asumsi peneliti. Karena dengan menggunakan metode semiotika maka peneliti mengedepankan interpretasi dan analisis bersifat kualitatif, serta tidak lepas dari sifat penelitian yang bersifat interpretatif. Metode semiotika pada dasarnya bersifat kualitatif-interpretatif (interpretation), yaitu metode yang memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai objek kajiannya, serta bagaimana peneliti menafsirkan kode (decoding) dibalik tanda dan teks tersebut (Piliang, 2011:313).

**Pembahasan**

**Tabel 1. Area dan Ruang dalam kantor Traveloka.**

FOTO	
<p>Area ruang kerja</p> 	<p><b>Tanda indexical :</b></p> <p>Area kerja tanpa sekat</p> <p><b>Tanda icon yang terlihat dalam foto area ruang kerja yaitu :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak memiliki sekat antara meja yang satu dengan meja yang lainnya.</li> <li>- Menggunakan karpet berwarna abu-abu gelap dan abu abu terang.</li> <li>- Kursi dengan warna hitam dan memiliki roda.</li> <li>- Meja kerja dengan finishing besi pada kaki meja dengan cat berwarna putih. Pada bagian atas meja menggunakan material kayu yang di cat putih.</li> <li>- Lampu LED gantung dengan warna kuning, menggunakan penutup box dengan lapisan kayu, dan besi sebagai penyangga box yang dicat berwarna putih.</li> <li>- Besi-besi yang dibentuk persegi dan diagonal yang dicat berwarna putih sebagai tempat lampu LED dengan warna lampu putih.</li> <li>- Pohon hias dengan daun warna hijau yang diletakkan di ujung ruang.</li> <li>- Plafon yang dibiarkan terbuka, terdapat warna putih pada pipa ac , dan warna merah pada pipa <i>smoke detector</i>.</li> </ul> <p><b>Tanda simbolis :</b></p> <p>Warna abu-abu tua dan abu-abu muda</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna hitam</li> <li>- Warna putih</li> <li>- Warna merah</li> <li>- Karpet</li> <li>- Besi</li> <li>- Kayu</li> <li>- Pohon hias</li> <li>- Lampu kuning</li> <li>- Lampu putih</li> </ul> <p><b>Legisign :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Karpet merupakan penutup lantai,yang dapat memberikan warna tersendiri di ruangan. Bahan karpet yang lembut mampu menciptakan</li> </ul>

	<p>kenyamanan sehingga menjadikan suasana ruang terasa lebih akrab.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Besi merupakan salah satu material yang digunakan dalam bidang arsitektural. Besi juga sangat cocok untuk menghasilkan <i>furniture</i> yang cocok untuk rancangan ruang yang alami, industrial, dan memiliki kesan terbuka.</li><li>- Kayu merupakan bahan alam dan bahan bangunan yang banyak digunakan orang, baik dari sudut kemudahan mendapatkan. Salah satu sifat khusus kayu yaitu memiliki nilai estetika yang tinggi; terutama dari teksturnya, dan memiliki perpaduan warna kayu sehingga mampu menghasilkan corak yang indah dan tidak ditemui pada bahan lain.</li><li>- Lampu warna putih memberikan efek semakin cerah.</li><li>- Sinar kuning pada lampu meja hanya dapat menerangi bagian tertentu, dan mampu merangsang manusia untuk beraktivitas.</li><li>- Penggunaan pohon hias mampu memberikan kesan sejuk dan suasana natural yang segar dalam ruangan. Menghadirkan tanaman sebagai elemen dekoratif di dalam ruang, selain mampu menambah kesan natural, juga akan membuat ruangan makin terasa sejuk dan menyegarkan.</li><li>- Warna abu-abu termasuk ke dalam kategori warna netral yang dapat dengan mudah dipadu padankan dengan warna-warna lainnya. Warna abu terdiri dari dua jenis, yaitu abu muda dan abu tua. Abu muda dapat digunakan untuk menghadirkan nuansa feminin yang cantik. Sementara untuk kesan maskulin yang kuat, dapat menggunakan warna abu tua.</li><li>- Penggunaan warna putih yang digunakan mampu memberikan efek keyakinan akan kualitas yang tidak akan mengecewakan. Bentuk-bentuk minimalis dan simpel biasa dilahirkan dengan penggunaan warna putih.</li><li>- Merah merupakan warna yang memberikan inspirasi power, <i>energy</i>, kehangatan, cinta, nafsu, dan agresi. Warna merah biasanya dapat memicu tingkat emosional seseorang sekaligus warna yang paling sering menarik perhatian. Warna merah memiliki efek untuk</li></ul>
--	---



	<p>menstimulasi sebuah perhatian atau ketercapaian.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna hitam secara umum merupakan kekuatan dan keanggunan dalam hal branding dan pemasaran.</li> </ul> <p><b>Argument :</b></p> <p>Pada area kerja yang memiliki berbagai macam material dan warna pada setiap elemen interior, mampu menciptakan suasana kerja yang tidak hanya nyaman, namun juga kolaboratif, terlihat pada penggunaan bahan material pada dinding, lantai, dan plafon <i>expose</i> dengan penggunaan warna netral serta penggunaan lampu kuning dan putih, juga pohon hias yang terdapat pada ujung ruang. Area kerja juga mampu menciptakan pola kerja yang dinamis dengan penggunaan kursi yang diberi roda, dan tidak terdapat sekat antara satu meja dengan meja lainnya, sehingga memudahkan pengguna ruang untuk dapat bekerja sama dengan baik.</p>
<p>Area diskusi</p> 	<p><b>Tanda indexical :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempunyai tiga tipe yang berbeda pada setiap area diskusi.</li> <li>- Masing-masing area memiliki gaya sendiri.</li> <li>- Area diskusi berada di dalam box.</li> <li>- Area diskusi terbuka seperti di café.</li> <li>- Area diskusi dengan pemandangan luar gedung.</li> </ul> <p><b>Tanda icon yang terlihat pada setiap area diskusi :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada lantai menggunakan granite tile dengan warna abu tua dan abu muda. Disisi lain lantai juga dilapisi karpet warna biru tua dan biru muda.</li> <li>- Pada dinding ditempel bata yang di cat warna putih. Disisi klain dinding diberi cat warna hitam dan putih. Terdapat juga unfinished beton pada bagian kolom, yang pada kolom tersebut terdapat glass board.</li> <li>- Plafon dibiarkan terbuka dengan pipa-pipa yang diberi warna cat putih dan cat merah untuk pipa smoke detector.</li> <li>- Lampu menggunakan lampu strip LED cahay putih, yang diberikan dudukan kayu dengan bentuk persegi panjang, yang dipasang secara zigzag. Terdapat juga lampu gantung dengan warna cahaya kuning, yang dilapisi alumunium pada dudukan lampu dan pada penyangga</li> </ul>



lampu. Lampu downlight cahaya putih diletakkan pada box area diskusi.

- Dalam box area diskusi terdapat meja kayu yang digantung dengan besi warna putih, lalu tempat duduk kayu rangka besi putih, yang diberikan bantalan dudukan warna hitam.
- Pada area diskusi dengan gaya café, diberikan bar stool chair rangka besi warna hitam, putih, biru, kuning. Yang menggunakan dudukan bantalan warna crème. Lalu meja yang digunakan merupakan meja kayu dilapisi kaca, dan menggunakan rangka besi warna putih.
- Pada area diskusi yang menghadap jalan menggunakan kursi kayu yang tidak memiliki sandaran. Meja dari kayu, lalu pada sisi lain dilapisi cat putih, dan terdapat tanaman hias pada bagian depan meja.
- Pada area diskusi box menggunakan bahan material spandek yang di cat warna biru, dan pada sisi dalam box diberikan padded warna hitam.
- Terdapat juga phon hias pada sudut-sudut ruang, dengan pot persegi yang dilapisi kayu.

**Tanda Simbolis :**

- Spandek
- Warna hitam
- Warna putih
- Warna biru
- Warna kuning
- Warna abu abu
- Kayu
- Besi
- Beton
- Karpét
- Padded
- Pohon hias
- Lampu putih
- Lampu kuning
- Stool bar chair

**Legisign :**

- Karpét merupakan penutup lantai, yang dapat memberikan warna tersendiri di ruangan. Bahan karpét yang lembut mampu menciptakan kenyamanan sehingga menjadikan suasana ruang terasa lebih akrab.

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Besi merupakan salah satu material yang digunakan dalam bidang arsitektural. Besi juga sangat cocok untuk menghasilkan <i>furniture</i> yang cocok untuk rancangan ruang yang alami, industrial, dan memiliki kesan terbuka.</li><li>- Kayu merupakan bahan alam dan bahan bangunan yang banyak digunakan orang, baik dari sudut kemudahan mendapatkan. Salah satu sifat khusus kayu yaitu memiliki nilai estetika yang tinggi; terutama dari teksturnya, dan memiliki perpaduan warna kayu sehingga mampu menghasilkan corak yang indah dan tidak ditemui pada bahan lain.</li><li>- Lampu warna putih memberikan efek semakin cerah.</li><li>- Sinar kuning pada lampu meja hanya dapat menerangi bagian tertentu, dan mampu merangsang manusia untuk beraktivitas.</li><li>- Penggunaan pohon hias mampu memberikan kesan sejuk dan suasana natural yang segar dalam ruangan. Menghadirkan tanaman sebagai elemen dekoratif di dalam ruang, selain mampu menambah kesan natural, juga akan membuat ruangan makin terasa sejuk dan menyegarkan.</li><li>- Warna abu-abu termasuk ke dalam kategori warna netral yang dapat dengan mudah dipadupadankan dengan warna-warna lainnya. Warna abu terdiri dari dua jenis, yaitu abu muda dan abu tua. Abu muda dapat digunakan untuk menghadirkan nuansa feminin yang cantik. Sementara untuk kesan maskulin yang kuat, dapat menggunakan warna abu tua.</li><li>- Penggunaan warna putih yang digunakan mampu memberikan efek keyakinan akan kualitas yang tidak akan mengecewakan. Bentuk-bentuk minimalis dan simpel biasa dilahirkan dengan penggunaan warna putih.</li><li>- Merah merupakan warna yang memberikan inspirasi power, <i>energy</i>, kehangatan, cinta, nafsu, dan agresi. Warna merah biasanya dapat memicu tingkat emosional seseorang sekaligus warna yang paling sering menarik perhatian. Warna merah memiliki efek untuk menstimulasi sebuah perhatian atau ketercapaian.</li></ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Warna hitam secara umum merupakan kekuatan dan keanggunan dalam hal branding dan pemasaran.</li><li>- Warna kuning merupakan warna cerah atau ceria yang dapat merangsang otak serta membuat manusia lebih waspada dan tegas. Warna kuning dapat menarik perhatian dikarenakan jumlah cahaya yang terpantul mampu memberikan sinar lebih banyak dibandingkan warna-warna lain.</li><li>- Penggunaan warna biru yang lebih muda mampu memberikan efek kepercayaan yang lebih dominan. Sedangkan warna biru gelap lebih cenderung meningkatkan kesan cerdas pada penggunaannya. Warna biru menjadi salah satu warna yang sering kali dikaitkan dengan dunia bisnis.</li><li>- Beton sebagai salah satu material yang mampu memperkuat kesan alami, selain keren untuk dijadikan gaya industrial, juga hemat waktu dan biaya dalam pengerjaannya.</li><li>- Batu bata merah memiliki warna yang eksotis dan terkesan natural sehingga sering digunakan sebagai bata tempel untuk membuat dinding yang terkesan 'industrial'.</li></ul> <p><b>Argument :</b></p> <p>Dengan memiliki tiga area diskusi yang berbeda gaya, namun memiliki konsep desain yang sama yaitu industrial, maka kantor Traveloka mampu memberikan kenyamanan bagi para pengguna ruang untuk memilih area diskusi sesuai dengan kebutuhan masing masing. Kondisi seperti ini mampu memberikan kondisi kerja yang dinamis dan kolaboratif bagi para karyawan, dinamis dalam hal kondisi area diskusi yang mampu memberikan gaya masing masing, dan kolaboratif yang terlihat pada material yang digunakan pada setiap elemen interior.</p>
--	---

## Penutup

Dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa representasi dinamis dan kolaboratif pada tata letak interior kantor Traveloka yang ditinjau dari Semiotika Peirce terlihat pada rancangan area-area dan setiap ruangan dengan menggunakan material-material pada elemen interior yaitu lantai, dinding, dan plafon dengan mengakomodasi kebutuhan dari organisasi tersebut, dimana *branding* perusahaan yang diambil dari warna biru dan kuning yang terdapat pada logo Traveloka, dan identitas perusahaan yang tercermin dari staff atau karyawan perusahaan.

Untuk itu arsitek merancang dengan menggunakan konsep industrial yang mempunyai berbagai macam jenis material dalam satu konsep sehingga memberikan kesan yang kolaboratif pada ruang. Begitupun pada setiap ruang dirancang menggunakan sekat kaca, dan pada area kerja serta beberapa area yang digunakan staff untuk saling bertukar pikiran antara satu dengan yang lainnya tidak diberikan sekat dan dirancang sesuai dengan fungsi penggunaannya memberikan kesan ruang yang dinamis. Dengan konsep ruang kantor demikian, maka komunikasi internal perusahaan dapat terjalin dengan baik antara sesama karyawan, maupun

atasan ke bawahan dan sebaliknya. sehingga keterkaitan antara organisasi dengan karyawannya sangat terlihat jelas, dimana perusahaan mengakomodasi kebutuhan karyawan lewat ruang kerja yang dirancang khusus agar karyawan dapat bekerja dengan nyaman, sehingga perusahaan dapat mencapai visi dan misi untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu diharapkan pengguna ruang peka terhadap konsep perusahaan yang ingin menggambarkan citra perusahaan lewat rancangan layout kantor.

## Daftar Pustaka

- Abdulkadir, M. (2010). Hukum Perusahaan Indonesia.
- Alfari, Shabrina. (2016). Kenali Jenis dan Fungsi Batu Bata. <https://www.arsitag.com/article/kenali-jenis-dan-fungsi-batu-bata>. Diakses 03 Maret 2019
- Arom. (2017). Dekorasi Ruang Dengan Tanaman, Hadirkan Suasana Ruang yang Indah dan Menyegarkan. <https://interiordesign.id/dekorasi-ruang-dengan-tanaman/>. Diakses 03 Maret 2019

- Astro. (1995). Karpets Lantai. <https://cvastro.com/karpet-lantai.htm>. Diakses 03 Maret 2019
- Broadbent, Geoffrey. (1980). *Signs, Symbols, and Architecture*. New York, John Willey & Sons.
- Ching, Francis D.K. (2002). *Architecture, Space and Order*. New York: Maxmillan Publishing Company.
- Christomy, T. (2010). Peircean dan Kajian Budaya. Dalam *Semiotika Budaya, penyunting*
- Dekoruma, Kania. (2016). Furniture 101 : Metal, Si Kuat dan Awet. <https://www.dekoruma.com/artikel/10441/furniture-101-metal-si-kuat-dan-awet>. Diakses 03 Maret 2019
- Hardjana, A. (2008). Komunikasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY*, 5(1).
- Hidayati, Nita. (2017). Warna Abu-Abu : Pilihan Warna Interior yang Elegan dan Jauh dari Kesan Suram. <https://interiordesign.id/desain-interior-warna-abu-abu/>. Diakses 03 Maret 2109
- Irma. (2017). Perbedaan Lampu Warna Kuning dan Lampu Warna Putih. <https://kabaroto.com/post/read/perbedaan-lampu-warna-kuning-dan-lampuwarna-putih>. Diakses 03 Maret 2019
- J. Lindberg, Jordan. (2001). *Analytical Philosophy, Beginnings to the Present, United States of America, Part 1*
- Jackson, P. C. (1987). *Corporate communication for managers*. Trans-Atlantic Publications.
- Larasati, Awita. (2108). Arti dan Pengertian Warna Dalam Desain. <https://idseducation.com/articles/80270/>. Diakses 03 Maret 2019
- Laurens, Joyce Marcella. (2004). *Arsitektur dan Perilaku Manusia* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia).
- Lebond, Bayu. (2017). Arti dan Pengaruh Warna Bagi Psikologi Manusia. Warna Dapat Mempengaruhi Mood. <https://psyline.id/arti-dan-pengaruh-warna-bagi-psikologi-manusia/>. Diakses 03 Maret 2019
- Noth, Winfried. (1990). *Handbook of semiotics*. Bloomington. University press.
- Tietz, J., Hoffman, W., & Meuser, P. (1999). *The story of architecture of the 20<sup>th</sup> century*. Konemann.
- Tommy Cristomy dan Untung Akuntansi Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3), 350-361.

Studi Fenomenologi Tentang Makna Bermain Pada Perspektif Pria Pengguna Aplikasi Games  
Hago "Chat Suara" Dalam Menemukan Pasangan Lawan Jenis (Jodoh) (Riwu, Fajar) 215

Yulianto, S. (1997). *Arsitektur Modern Akhir*

Abad XIX dan Abad XX.

Zoest, Aart van. (1978). *Semiotika,*

*Pemakaiannya, Isinya, dan Apa*

*yang Dikerjakan dengannya*

(terjemahan). Bandung, Unpad.