

FUNGSI DAN MAKNA WARNA PADA DESAIN INTERIOR TOKO BERTEMA ANAK

COLOURS FUNCTIONS AND MEANINGS IN KIDS THEMED STORE INTERIOR DESIGN

Novrizal Primayudha¹, Anwar Subkiman², Bambang Arief³

^{1,2,3}Prodi Desain Interior, Fakultas Arsitektur & Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung
e-mail: novrizalprimayudha@itenas.ac.id¹, anwar.sub@itenas.ac.id²,
barz.goief@gmail.com³

Diterima: Agustus, 2020 | Disetujui: Oktober, 2020 | Dipublikasi: November, 2020

Abstrak

Fenomena rancangan interior toko bertema anak umumnya dibuat sangat tematis, penuh dengan komposisi warna pada elemen interior dan furniturnya. Atmosfer ruang tematis ini dapat merepresentasikan lingkungan visual yang familiar dengan dunia keseharian anak. Penelitian ini dibuat untuk menemukan pengayaan baru dalam menafsirkan fungsi warna dan makna tanda yang ada di sekelilingnya. Upaya penemuan hasil dan bahasan dilakukan dengan menggunakan metoda observasi partisipatif yang melibatkan peneliti sebagai partisipan dalam menganalisis data secara deskriptif. Rangkaian upaya yang dilakukan ini akan menghasilkan sebuah format pencarian makna yang diharapkan dapat membantu memudahkan perancangan interior yang tematis. Hasil temuan akan dipresentasikan dalam bentuk bagan yang memuat relasi antara fungsi warna dan makna tanda. Argumentasi kedua variabel ini menjadi analisis penerapan warna dari objek desain interior yang diambil. Kesimpulan dari penelitian ini akan menunjukkan frekwensi pemakaian warna serta fungsi dari penerapannya pada objek rancangan interior. Pada akhirnya komposisi setiap warna tersebut merupakan populasi tanda yang dapat dieksplorasi fungsi dan pemaknaannya, sebagai sebuah signal yang berinteraksi dengan pengamatnya.

Kata Kunci: Interior tematis, Fungsi dan makna warna

Abstract

The phenomenon of children's-themed shop interior design is generally made very thematic, full of color compositions in interior elements and furniture. The atmosphere of this thematic space can represent a visual environment that is familiar with the daily world of children. This research was made to find new enrichments in interpreting the function of color and the meaning of the signs around it. Efforts to find results and discussion were carried out using participatory observation methods

which involved the researcher as a participant in analyzing the data descriptively. This series of efforts will produce a meaning-seeking format which is expected to help facilitate thematic interior design. The findings will be presented in the form of a chart that contains the relationship between the color function and the meaning of the sign. The argument of these two variables is an analysis of the color application of the interior design objects taken. The conclusion of this study will show the frequency of color use and the function of its application to interior design objects. In the end, the composition of each color is a population of signs whose function and meaning can be explored, as a signal that interacts with the observer.

Keywords: *Thematic interior, Function and meaning of colour*

PENDAHULUAN

Fenomena rancangan interior toko bertema anak

Sebuah area yang dapat merangkap beberapa kebutuhan anak seperti pusat belajar dan bermain, ataupun hanya sekedar untuk membeli barang. Dunia anak merupakan dunia bermain, namun demikian bukan berarti setiap anak harus bermain tanpa arah, justru harus bermain dengan menerapkan nilai edukasi di dalamnya. Bermain merupakan salah satu kebutuhan penting bagi anak, (Apriliana 2016).



Gambar 1 Interior toko bertema anak saat ini. (Sumber: Dokumentasi Pranala Luar)

Konsep interior dan elemen ruang yang imajinatif dengan pendekatan lingkungan anak, menjadi pilihan banyak desainer untuk memberikan atmosfer ruang baru yang mampu menstimulus kreatifitas dan imajinasi anak. Dalam 1 dekade terakhir ini banyak sekali ditemukan ide-ide rancangan interior anak yang menarik yang mengakomodasi lingkungan bermainnya, baik dalam elemen interior maupun furniturnya yang bertemakan suasana *homey* dan fantasi masa kecil anak. Komposisi bentuk dan warna ini merepresentasikan kesan dinamis dan imajinasi sangat mendominasi konsep desain interiornya. Hal ini merupakan sebuah eksistensi fenomena dari relasi tanda di sekeliling manusia.

Tanda merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari dua bidang –seperti halnya koin- ada yang menjadi bidang penanda (*signifier*) untuk menjelaskan bentuk atau ekspresi, dan bidang lain sebagai petanda (*signified*) untuk menjelaskan konsep atau makna (Christomy 2004).



Gambar 2 Interior toko bertema anak saat ini. (Sumber: Dokumentasi Pranala Luar)

Semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yakni semua yang harus diberi makna (Hoed 2008). Dalam riset ini, warna merupakan bagian dari aspek visual tanda (Berger 2015) yang intensitas dan kontrasnya mampu mendorong kecenderungan penafsiran. Sebagai sebuah tanda, warna mampu memberikan sesuatu arti pada sesuatu tanda lain yang saling berhubungan. Hal inilah yang senantiasa memberikan pengaruh pada perancangan toko bertema anak agar terlihat menarik serta energik.

Berdasarkan argumentasi ini, maka munculah sebuah pertanyaan kritis bagaimanakah cara menguraikan fungsi dan makna warna-warna pada ruang bertemakan anak ini? Riset ini dibuat pada masa pandemik sekarang dengan memanfaatkan data sekunder untuk membahas mengenai fungsi dan makna warna sebagai tanda. Upaya pembahasan dilakukan dengan mengambil komparasi beberapa rancangan interior bertema anak untuk menemukan alasan-alasan menarik dari konsep ini, sehingga dapat bermanfaat sebagai pertimbangan dalam memilih komposisi warna untuk merancang interior toko anak.

KAJIAN TEORI

Psikologi warna pada lingkungan anak dalam kajian empirik

Secara psikologis, warna mempunyai pengaruh yang kuat terhadap anak, diungkapkan oleh Vermer: "*The psychological effect that colour has on children is very powerful*" (Cahyono 2006). Menurutnya, efek yang ditimbulkan oleh setiap warna akan mempengaruhi emosi manusia dan menciptakan imajinasi yang berguna untuk meningkatkan kreativitas anak. Warna memberikan stimulus kognitif anak untuk berinteraksi ataupun menarik perhatiannya. Tidak heran pada umumnya mereka nyaman secara psikis dalam suasana yang terang dan berwarna daripada sesuatu yang gelap dan tidak menarik perhatiannya.

Namun persepsi warna ini kadang dapat pula berkembang dan berubah tidak selalu berdasarkan pada pemahaman umum dari eksistensi kelompok warna yang ada disekeliling manusia. Jeanne Kopacz mengatakan bahwa "Persepsi warna tidak bergantung dari karakteristiknya, namun lebih dalam perbandingan dengan lingkungan sekitarnya..." (Kopacz 2004). Lebih lanjut ia memaparkan tentang beberapa deskripsi tentang warna. Pertama ialah *hue* atau kualitas warna (*color quality*) yang dapat dijelaskan sebagai karakter primer atau esensi dari

warna. Ini menunjukkan panjang gelombang warna dan posisi *relative* dari lingkaran warna dua dimensi. Atau kemerahan, kekuningan dan kebiruan dari warna. Dari warna sekunder yang muncul ialah: ungu, biru, hijau, kuning, oranye dan merah (*violet, blue, green, yellow, orange, and red*).

Persepsi warna tidak selalu harus dijustifikasi memiliki kesan tertentu, namun harus bisa dieksplorasi sesuai lingkungan sekelilingnya. Hal ini serupa dengan apa yang dikatakan oleh Zena o'Connor, bahwa warna juga memiliki simbolisasi yang mampu menghasilkan perbedaan konotasi. (O'Connor 2014). Warna merah pada gambar di bawah merepresentasikan 2 makna yang berbeda, satu sisi menggambarkan cinta namun sisi lain dapat bermakna kegembiraan, semangat dan kemenangan.



Gambar 3 Colours Symbolism. (Sumber: O'Connor, 2014)

Dalam arsitektur, warna digunakan untuk menekankan atau memperjelas karakter suatu objek atau memberikan aksen pada bentuk dan bahannya (Hakim 2011). *Image* warna terbentuk karena adanya interaksi antara cahaya, objek, dan observer (dapat berupa mata kita ataupun alat ukur). Berdasarkan ulasan ini, tidaklah heran jika dalam perancangan fisik toko yang bertemakan anak sangat didominasi oleh penerapan komposisi warna yang menarik perhatian anak.

Warna dan fungsinya

Perbedaan warna cenderung menimbulkan perbedaan emosi. Warna merah memberi kesan nafsu, bahaya, panas dan terkait emosi (Berger 2015). Hal ini juga terjadi pada lingkungan lalu lintas jalan raya, peran warna memiliki fungsi untuk menata jalannya lalu lintas.

Komposisi warna dalam perancangan arsitektur dan interior akan sangat mempengaruhi psikologi manusia dalam beraktivitas. Dalam lingkungan retail dan komersil, penerapan warna pada elemen ruang dan fasilitasnya sering digunakan sebagai sebuah identitas maupun petanda untuk menjelaskan konsep atau makna (Christomy 2004).

Kategori warna dapat dibeda-bedakan berdasarkan tipe dan kombinasi warnanya yang selanjutnya akan menghasilkan kombinasi warna baru. Warna ini secara intensitas mampu menarik perhatian pengamatnya. Zena O'Connor dalam

risetnya “*Colour in Building Environment: Beyond Aesthetics*” mengklasifikasikan fungsi warna yang secara reflek mampu menarik perhatian mata sehingga menjadi penanda visual yang berinteraksi dengan pengamatnya (O'Connor 2014). Antara lain, sbb:

1. *The Isolation effect*; Warna berfungsi sebagai tanda indeksikal yang memudahkan pengamatnya berinteraksi, ketika komposisinya dibuat kontras dengan lingkungan sekelilingnya. Contoh penanda *action* pada *web*, *signage*, tombol kendali pada produk.
2. *Attentional Advantage*; Warna berfungsi untuk memudahkan orientasi pengamat.
3. *Strong Impact*; Warna berfungsi untuk mendominasi suasana, dengan meningkatkan *saturation* dan *hue* warna dalam ruang.
4. *Manage Visual Noise*; Warna berfungsi untuk meredam warna yang kontras, agar tidak mendominasi dan membuat *balance* atmosfer ruang.
5. *Support Mood & Well Being*; Warna berfungsi untuk meningkatkan produktivitas dalam pekerjaan kantor dan lainnya.
6. *Encourage Creativity*; Warna berfungsi untuk meningkatkan kreativitas dalam wujud kreasi *visual design* pada ruang.
7. *Humanize & Encourage Engagement*; Warna berfungsi untuk memberikan kesan hidup pada objek yang statik.
8. *Visual Escape & Diversion*; Warna berfungsi untuk mereinterpretasi suasana baru yang lain dari biasanya. Misal dominasi warna-warna yang ada di club malam untuk diterapkan pada interior rumah tinggal.
9. *Orientation & Wayfinding*; Warna berfungsi sebagai petanda orientasi dalam sirkulasi ruang.
10. *Behaviour Modification*; Warna berfungsi sebagai petanda teritorial dan identitas.
11. *Improve Perception of Safety*; Warna berfungsi sebagai petanda lingkungan yang aman.
12. *Influence Perception of Size*; Warna berfungsi untuk merubah keluasan dan kedalaman ruang.

Makna Tanda

Tanda adalah semua yang hadir dalam kehidupan kita, yang harus diberi makna. (Hoed 2008). Hubungan antara tanda dan makna tidak bersifat pribadi tetapi sosial berdasarkan kesepakatan (konvensi) sosial. Charles W. Morris dalam bukunya *The Pragmatic Movement in American Philosophy* (Morris 1970), menjelaskan bahwa makna tanda dapat diuraikan menjadi tiga tipe pemaknaan, yaitu: makna sintaktik, pragmatik, dan semantik.

1. Makna Sintaktik, adalah sebuah kajian pemaknaan yang diperoleh berdasarkan relasi struktur tanda dan kombinasinya, mengacu pada kedekatan eksistensi tanda.
2. Makna Pragmatis, adalah sebuah kajian pemaknaan yang diperoleh berdasarkan relasi tanda dan pengamatnya, bersifat memberi penekanan pada dampak tanda terhadap perilaku manusia, dan berdasarkan kemiripan terhadap sesuatu.
3. Makna Semantik, sebagai sebuah kajian pemaknaan yang diperoleh dari makna dan tandanya, bersifat mewakili terhadap sesuatu atas dasar relasi konvensi sosial. (Primayudha 2018).

Ketiga argumen *Morris* ini saling berkaitan secara hirarki sebagai sebuah tingkatan makna. Dimensi sintaktik merupakan pemaknaan yang bersifat deskriptif. Fungsi warna secara sintaktik adalah sebagai elemen penanda yang cenderung memberikan keteraturan. Pemakaian 2 warna pada sebuah ruangan dipakai untuk membedakan teritorial antara pria dan wanita.

Dimensi pragmatik merupakan pemaknaan yang bersifat mengaitkan tanda yang konkret dalam setiap kondisi. Fungsi warna secara pragmatik berkaitan dengan maksud dan tujuan tanda yang dapat menjawab pertanyaan untuk apa dan kenapa. Di beberapa negara warna hitam digunakan bila sedang berduka cita, tetapi di negara lain warna ini bapat berarti keletihan.

Sedangkan dimensi semantik merupakan pemaknaan yang bersifat persepsional. Fungsi warna secara semantik memiliki dua bentuk pemaknaan, denotatif sebagai makna sebenarnya dan konotatif sebagai makna kiasan. Dalam hal ini warna dapat memberikan asosiasi tertentu yang sangat berperan penting di sekeliling kita. Biru menunjukkan kesan dingin, tenang, dan halus. Violet berhubungan dengan kekayaan dan kerajaan. Selain itu kontras warna dapat digunakan untuk 'ketelitian' persepsi yang akan mempengaruhi tampilan, kontras dapat menarik perhatian dalam sebuah komunitas tanda yang saling bersinggungan.

Kombinasi warna yang disajikan dapat memberikan sensasi dan persepsi visual bagi pengamatnya. Sensasi lebih melibatkan perasaan dan persepsi lebih berhubungan dengan kognisi (Wolman 1973).sensasi adalah menguraikan verbal, simbolis atau konsep berkaitan dengan alat indera kita. Sensasi berarti menerima rangsang melalui indera dan berpengaruh pada perasaan. Sedangkan, setiap individu senantiasa memiliki perbedaan persepsi yang mempengaruhi cara berpikirnya sesuai dengan latar belakang lingkungan dan budaya kesehariannya.

METODOLOGI

Objek studi yang diambil adalah foto-foto beberapa fenomena visual rancangan interior toko anak dengan menggunakan data sekunder (terkait kondisi pandemik). Keseluruhan rancangan interiornya memiliki persamaan tematis, namun upaya penerapan warnanya dapat beragam dengan maksud dan fungsi tertentu. Upaya interpretasi mengenai warna dalam interior dan maknanya ini akan dieksplorasi dengan menggunakan metode observasi partisipan yakni peneliti berperan sebagai partisipan dalam sebuah objek penelitiannya. Semua penelitian sosial merupakan semacam observasi partisipan, karena kita tidak dapat meneliti realitas sosial tanpa menjadi bagian dari realitas itu sendiri (Hammersley 1983).

Upaya inilah yang dilakukan guna membuat sebuah skema bahasan yang mengkorelasikan antara teori dan fenomena yang dijadikan kajian serta ulasan yang menghasilkan sebuah hasil riset yang objektif. Datanya diperoleh melalui serangkaian pengamatan partisipatif sebagai proses pengidentifikasian permasalahan yang diinterpretasi dengan acuan landasan teoritis dan dievaluasi dengan hasil responden sebagai sebuah data riset dalam perencanaan konsep interior retail bertema anak.

Upaya penetapan sampel penelitian diperoleh dalam bentuk studi literatur kajian, wawancara, dan rekapitulasi data. Indikator keberhasilannya adalah penetapan kriteria-kriteria teknis fungsi warna *Zena o'Connor* sebagai jembatan guna mendukung terbentuknya klasifikasi tanda yang muncul. Rumusan pembahasan makna diletakkan pada kolom untuk menafsirkan kecenderungan arti dari tanda-tanda yang berhubungan. Pembahasan ini menggunakan kajian makna tanda *Morris* yang argumentasinya akan dipaparkan sesuai jenis maknanya.

PEMBAHASAN

Fungsi dan makna warna pada elemen interior toko bertema anak ini merupakan hasil analisis sampel data diperoleh dengan menggunakan data sekunder guna menghasilkan variabel elemen-elemen yang ditetapkan sebagai instrument bahasan meliputi desain dan warna elemen interior pada toko seperti *backwall display* dan *column display*. Pembahasan setiap sampel akan mengambil pemodelan warna berdasarkan *Hue* (sebagai wujud kemurnian warna), *saturation* (tingkat pemakaian warna putih sebagai pengatur intensitas warna), dan *value* (dimensi gelap terang warna) (Leigh Cotnoir's art and design courses 2020). Atribut ini akan dipakai guna mendukung uraian temuan dari pengklasifikasian antara fungsi dan makna warna pada sampel gambar.

Kriteria-kriteria teknis dari fungsi warna mengambil referensi skema *Zena o'Connor* sebagai berikut:

1. IE : *Isolation Effect*,
2. AA : *Attentional Advantage*,
3. SI : *Strong Impact*,
4. MVN : *Manage Visual Noise*,
5. SMWB : *Support Mood & Well Being*,
6. EC : *Encourage Creativity*,
7. HEE : *Humanize & Encourage Engagement*,
8. VED : *Visual Escape & Diversion*,
9. OrWy: *Orientation & Wayfinding*,
10. BM : *Behaviour Modification*,
11. ImSf : *Improve Perception of Safety*,
12. nSz : *Influence Perception of Size*.

Pengklasifikasi makna warna dikelompokkan berdasarkan jenis makna sintaktik, pragmatik, dan semantik untuk selanjutnya dimaknai relasi dari setiap tanda tandanya. guna mendukung argumentasi ulasan sesuai rumusan konseptual dengan standar-standar yang menghasilkan variabel dominasi dan fungsi warna yang muncul.

Argumentasi ulasan yang dibuat merupakan sebuah pernyataan yang objektif untuk membaca temuan penelitian. Munculnya asumsi-asumsi yang ditulis merupakan sebuah kesepakatan umum yang dibuat tanpa tujuan untuk mengkritik, namun sebagai sebuah pengayaan alat baca fenomena rancangan interior. Pengklasifikasian fungsi dari komparasi visual yang diambil meliputi makna sintaktik, pragmatik, dan semantik pada setiap objek visual yang dijadikan sampel penelitian.

| | | | | | | | | | | | |
|--|----|---|-----|------|----|-----|-----|------|----|------|------|
| Sampel 1 | | Sumber : dokumen pribadi | | | | | | | | | |
|  | | 1). IE : <i>Isolation Effect</i> , 2). AA : <i>Attentional Advantage</i> , 3). SI : <i>Strong Impact</i> , 4).MVN : <i>Manage Visual Noise</i> , 5). SMWB : <i>Support Mood & Well Being</i> , 6). EC : <i>Encourage Creativity</i> , 7). HEE : <i>Humanize & Encourage Engagement</i> , 8). VED : <i>Visual Escape & Diversion</i> , 9) OrWy: <i>Orientation & Wayfinding</i> , 10). BM : <i>Behaviour Modification</i> , 11). ImSf : <i>Improve Perception of Safety</i> , 12). InSz : <i>Influence Perception of Size</i> . | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| FUNGSI WARNA | | | | | | | | | | | |
| IE | AA | SI | MVN | SMWB | EC | HEE | VED | OrWy | BM | ImSf | InSz |
| ✓ | - | - | - | - | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | - | - |
| MAKNA TANDA | | | | | | | | | | | |
| <p>1. MAKNA SINTAKTIK: Seperti yang terlihat pada sampel, penerapan warna pada <i>backwall</i> terbagi menjadi 3 kategori warna bidang dan <i>frame</i> diaplikasikan sebagai penanda. Yang menggunakan warna-warna <i>affective</i> yang <i>moody</i> dan menarik perhatian anak.</p> <p>2. MAKNA PRAGMATIS: Fungsi warna secara pragmatik berkaitan dengan maksud dan tujuan tanda yang dapat menjawab pertanyaan untuk apa dan kenapa. Warna yang muncul pada <i>backwall</i> dan kolom tidak mengarahkan pada kemiripan atas benda apapun, papan nama berbentuk awan berwarna hijau bukan merepresentasikan warna awan itu sendiri.</p> <p>3. MAKNA SEMANTIK: Warna yang diterapkan pada elemen ruang membedakan area anak dan display produk pakaian remaja dan dewasa. meskipun pengikatnya didominasi oleh warna muda</p> | | | | | | | | | | | |
| INTERPRETASI: | | | | | | | | | | | |
| Warna yang diterapkan pada rancangan berfungsi sebagai tanda indeksikal (penunjuk, fungsional) yang memudahkan pengamatnya berinteraksi, ketika komposisinya dibuat contrast dengan lingkungan sekelilingnya. Terlihat pada <i>frame backwall</i> dan kolom <i>display</i> . Kombinasi <i>value</i> dari masing-masing <i>tone</i> meningkatkan kreativitas dalam wujud kreasi visual design pada bentuk kolom dan <i>backwall</i> selain itu juga memberikan kesan hidup pada objek yang statik. sebagai petanda (menjelaskan konsep) teritorial dan identitas. | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|----|--|-----|------|----|-----|-----|----|----|------|------|
| Sampel 2 | | Sumber : Barbie-flagship-store-Slade-Architecture-Shanghai-05 1). IE : <i>Isolation Effect</i> , 2). AA : <i>Attentional Advantage</i> , 3). SI : <i>Strong Impact</i> , 4).MVN : <i>Manage Visual Noise</i> , 5). SMWB : <i>Support Mood & Well Being</i> , 6). EC : <i>Encourage Creativity</i> , 7). HEE : <i>Humanize & Encourage Engagement</i> , 8). VED : <i>Visual Escape & Diversion</i> , 9) OrWy: <i>Orientation & Wayfinding</i> , 10). BM : <i>Behaviour Modification</i> , 11). ImSf : <i>Improve Perception of Safety</i> , 12). InSz : <i>Influence Perception of Size</i> . | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| FUNGSI WARNA | | | | | | | | | | | |
| IE | AA | SI | MVN | SMWB | EC | HEE | VED | Or | BM | ImSf | InSz |
| ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| MAKNA TANDA | | | | | | | | | | | |
| <p>1.MAKNA SINTAKTIK : Seperti yang terlihat pada sampel, penerapan warna pada ceiling, dindin, dan lantai dibuat 1 <i>tone</i> yang menggunakan warna-warna <i>affective</i> yang <i>moody</i> dan menarik perhatian anak.</p> <p>2.MAKNA PRAGMATIS : Fungsi warna secara pragmatik berkaitan dengan maksud dan tujuan tanda yang dapat menjawab pertanyaan untuk apa dan kenapa. Warna yang diterapkan pada elemen ruang mengarahkan pada kemiripan produk box mainan Barbie dan warna merek.</p> <p>3.MAKNA SEMANTIK : Warna yang diterapkan pada elemen ruang adalah warna produk yang berkarakter feminim, membuat ruang terkesan <i>bold</i></p> | | | | | | | | | | | |
| INTERPRETASI: | | | | | | | | | | | |
| Warna yang diterapkan pada rancangan berfungsi sebagai tanda indeksikal (penunjuk, fungsional) yang memudahkan pengamatnya berinteraksi, ketika komposisinya dibuat kontras dengan lingkungan sekelilingnya. Terlihat pada shelf <i>display</i> . Kombinasi <i>value</i> dari masing-masing <i>tone</i> pada ceiling lantai dan dinding memudahkan orientasi pengamat., <i>tone</i> warna <i>Fuchsia</i> mendominasi suasana, dalam ruang, memberikan kesan hidup pada objek yang static.juga sebagai petanda konsep teritorial dan identitas, petanda bentuk orientasi dalam sirkulasi ruang, petanda lingkungan yang aman, dan merubah keluasan dan kedalaman ruang. | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|--|----|---|---------|----------|----|---------|---------|------|--------|----------|------|
| Sampel 3 | | Sumber : <i>Diplom-ice-cream-castle-by-Scenario-Interior-Architects-Oslo</i> 1). IE : <i>Isolation Effect</i> , 2). AA : <i>Attentional Advantage</i> , 3). SI : <i>Strong Impact</i> , 4).MVN : <i>Manage Visual Noise</i> , 5). SMWB : <i>Support Mood & Well Being</i> , 6). EC : <i>Encourage Creativity</i> , 7). HEE : <i>Humanize & Encourage Engagement</i> , 8). VED : <i>Visual Escape & Diversion</i> , 9) OrWy: <i>Orientation & Wayfinding</i> , 10). BM : <i>Behaviour Modification</i> , 11). ImSf : <i>Improve Perception of Safety</i> , 12). InSz : <i>Influence Perception of Size</i> . | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| FUNGSI WARNA | | | | | | | | | | | |
| IE | AA | SI | MV N | SMW B | EC | HE E | VE D | OrWy | B M | ImS f | InSz |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ |
| MAKNA TANDA | | | | | | | | | | | |
| 1. MAKNA SINTAKTIK : Warna yang dipakai di dalam ruangan menjadi penanda area dan saling berinteraksi sebagai area kasir dan display makanan. 2. MAKNA PRAGMATIS : Fungsi warna secara pragmatik berkaitan dengan maksud dan tujuan tanda yang dapat menjawab pertanyaan untuk apa dan kenapa. Warna yang diterapkan pada elemen ruang memberikan kemiripan akan warna tanah dan stalaktit pada gua. 3. MAKNA SEMANTIK : Penerapan warna dan bentuk yang tidak biasa untuk sebuah display makanan menghasilkan suasana baru dalam ruang serta <i>mood</i> baru. | | | | | | | | | | | |
| INTERPRETASI: | | | | | | | | | | | |
| Warna yang diterapkan pada rancangan berfungsi sebagai tanda indeksikal (penunjuk, fungsional) yang memudahkan pengamatnya berinteraksi, ketika komposisinya dibuat kontras dengan lingkungan sekelilingnya. Hal ini terlihat pada pewarnaan <i>ceiling</i> dan <i>funiturnya</i> yang secara psikis mampu meningkatkan kreativitas, meningkatkan produktivitas, kombinasi <i>value</i> dari masing-masing <i>tone</i> memudahkan orientasi pengamat, mendominasi suasana dengan meningkatkan <i> Saturasi</i> dan <i>hue</i> warna dalam ruang, namun mampu meredam warna yang kontras membuat <i>balance</i> atmosfer ruang, memberikan kesan hidup pada objek yang statik. Sebagai petanda teritorial dan identitas. Mereinterpretasi suasana baru yang lain dari biasanya penanda lingkungan yang aman, merubah keluasan dan kedalaman ruang. | | | | | | | | | | | |

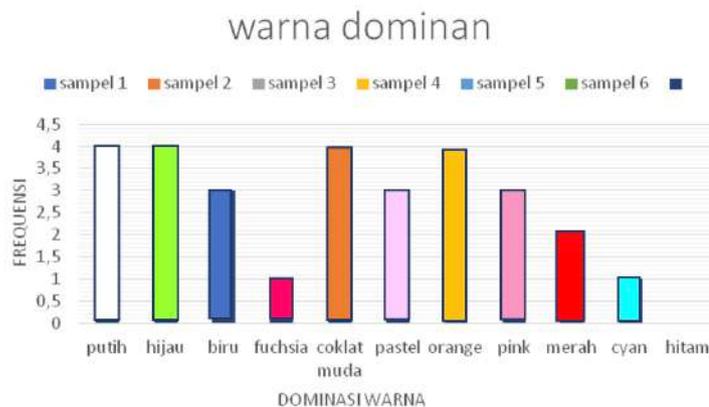
| | | | | | | | | | | | | |
|---|--------|--|-----|----------|----|---------|-----|------|----|----------|----------|--|
| Sampel 4 | | Sumber : Mom-And-Me-store-by-Mynt-Design-Dubai-02 1). IE : <i>Isolation Effect</i> , 2). AA : <i>Attentional Advantage</i> , 3). SI : <i>Strong Impact</i> , 4).MVN : <i>Manage Visual Noise</i> , 5). SMWB : <i>Support Mood & Well Being</i> , 6). EC : <i>Encourage Creativity</i> , 7). HEE : <i>Humanize & Encourage Engagement</i> , 8). VED : <i>Visual Escape & Diversion</i> , 9) OrWy: <i>Orientation & Wayfinding</i> , 10). BM : <i>Behaviour Modification</i> , 11). ImSf : <i>Improve Perception of Safety</i> , 12). InSz : <i>Influence Perception of Size</i> . | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | |
| FUNGSI WARNA | | | | | | | | | | | | |
| I E | A A | SI | MVN | SMW B | EC | HE E | VED | OrWy | BM | ImS f | InS z | |
| ✓ | - | - | ✓ | - | - | ✓ | - | - | ✓ | - | - | |
| MAKNA TANDA | | | | | | | | | | | | |
| 1. MAKNA SINTAKTIK : Warna yang dipakai pada setiap furniture berfungsi sebagai penguat outline objek. 2. MAKNA PRAGMATIS : Fungsi warna secara pragmatik berkaitan dengan maksud dan tujuan tanda yang dapat menjawab pertanyaan untuk apa dan kenapa. Warna – warna yang muncul pada interior digunakan untuk mengangkat produk dagang apparel . 3. MAKNA SEMANTIK : Warna yang diterapkan pada elemen ruang membedakan area anak usia 0-2 s.d 8-10 tahun dan <i>display</i> produk pakaian remaja dan dewasa. meskipun pengikatnya didominasi oleh warna muda | | | | | | | | | | | | |
| INTERPRETASI: | | | | | | | | | | | | |
| Warna-warna yang diterapkan pada rancangan berfungsi sebagai tanda indeksikal (penunjuk, fungsional) yang memudahkan pengamatnya berinteraksi, ketika komposisinya dibuat kontras dengan lingkungan sekelilingnya. Warna <i>orange</i> –area anak laki-laki, warna merah hati –area anak perempuan. Penerapan warna sebagai upaya meningkatkan volume objek diasosiasikan dengan dominasi ruang yang berwarna putih. | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|----|--|-----|------|----|-----|-----|------|----|------|------|--|
| Sampel 5 | | <p>Sumber : Nickelodeon-digital-shop-in-shop-by-IDL-Worldwide-Crack-Experience-New-York-02</p> <ol style="list-style-type: none"> 1). IE : <i>Isolation Effect</i>, 2). AA : <i>Attentional Advantage</i>, 3). SI : <i>Strong Impact</i>, 4).MVN : <i>Manage Visual Noise</i>, 5). SMWB : <i>Support Mood & Well Being</i>, 6). EC : <i>Encourage Creativity</i>, 7). HEE : <i>Humanize & Encourage Engagement</i>, 8). VED : <i>Visual Escape & Diversion</i>, 9) OrWy: <i>Orientation & Wayfinding</i>. 10). BM : <i>Behaviour Modification</i>, 11). ImSf : <i>Improve Perception of Safety</i>, 12). InSz : <i>Influence Perception of Size</i>. | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| FUNGSI WARNA | | | | | | | | | | | | |
| IE | AA | SI | MVN | SMWB | EC | HEE | VED | OrWy | BM | ImSf | InSz | |
| ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | |
| MAKNA TANDA | | | | | | | | | | | | |
| <p>1. MAKNA SINTAKTIK : Warna yang dipakai di dalam ruangan menjadi penanda area dan memudahkan sirkulasi pengunjung.</p> <p>2. MAKNA PRAGMATIS : Fungsi warna secara pragmatik berkaitan dengan maksud dan tujuan tanda yang dapat menjawab pertanyaan untuk apa dan kenapa. Warna yang muncul pada langit-langit,lantai serta kolom dibuat satu <i>tone</i>, untuk mengangkat display produk yang ditandai dengan warna <i>cyan</i> sebagai penarik intensitas warna yang dominasi oranye.</p> <p>3. MAKNA SEMANTIK : Warna yang diterapkan pada elemen ruang membedakan mengutamakan kontras.mewakili warna merek <i>Nickelodeon</i>.</p> | | | | | | | | | | | | |
| INTERPRETASI: | | | | | | | | | | | | |
| <p>Pemakaian warna memiliki tiga tingkatan fungsi, 1). Dominasi warna oranye berfungsi untuk mengisolasi territorial toko dan memberikan <i>support</i> dalam mengangkat warna produk dagang. 2). Warna warna kontras seperti <i>cyan</i> dan biru digunakan sebagai warna sekunder guna memberikan penanda lokasi (<i>fixture display</i>), dan 3). Warna-warna cerah pada produk dagang merupakan panduan utama dalam pembuatan atmosfer interior.</p> | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|--|----|---|-----|------|----|-----|-----|------|----|------|------|
| Sampel 6 | | Sumber : Paris-Kids-department-by-Dalziel-and-Pow-Santiago-04 1). IE : <i>Isolation Effect</i> , 2). AA : <i>Attentional Advantage</i> , 3). SI : <i>Strong Impact</i> , 4).MVN : <i>Manage Visual Noise</i> , 5). SMWB : <i>Support Mood & Well Being</i> , 6). EC : <i>Encourage Creativity</i> , 7). HEE : <i>Humanize & Encourage Engagement</i> , 8). VED : <i>Visual Escape & Diversion</i> , 9) OrWy : <i>Orientation & Wayfinding</i> , 10). BM : <i>Behaviour Modification</i> , 11). ImSf : <i>Improve Perception of Safety</i> , 12). InSz : <i>Influence Perception of Size</i> . | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| FUNGSI WARNA | | | | | | | | | | | |
| IE | AA | SI | MVN | SMWB | EC | HEE | VED | OrWy | BM | ImSf | InSz |
| ✓ | ✓ | - | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ |
| MAKNA TANDA | | | | | | | | | | | |
| <p>1. MAKNA SINTAKTIK : Warna yang dipakai di dalam ruangan masing menjadi penanda area dan memudahkan sirkulasi pengunjung.</p> <p>2. MAKNA PRAGMATIS : Fungsi warna secara pragmatik berkaitan dengan maksud dan tujuan tanda yang dapat menjawab pertanyaan untuk apa dan kenapa. Warna merah yang diterapkan pada dinding tidak mengarahkan pada kemiripan atas sesuatu, namun mengangkat komposisi garis-garis yang muncul.</p> <p>3. MAKNA SEMANTIK : Warna yang diterapkan pada elemen ruang memberikan kesan toko <i>fashionable</i>.</p> | | | | | | | | | | | |
| INTERPRETASI: | | | | | | | | | | | |
| Warna yang diterapkan pada rancangan berfungsi sebagai tanda indeksikal (penunjuk, fungsional) yang memudahkan pengamatnya berinteraksi, ketika komposisinya dibuat contrast dengan lingkungan sekelilingnya. Terlihat pada langit-langit dan funiturnya secara psikis meningkatkan kreativitas. meningkatkan produktivitas, kombinasi <i>value</i> dari masing-masing <i>tone</i> memudahkan orientasi pengamat., mendominasi suasana, dengan meningkatkan <i>satursasi</i> dan <i>hue</i> warna dalam ruang, namun mampu meredam warna yang kontras membuat <i>balance</i> atmosfer ruang, memberikan kesan hidup pada objek yang statik. Juga sebagai penanda teritorial dan identitas. Mere-interpetasi suasana baru yang lain dari biasanya penanda lingkungan yang aman, dan mengubah keluasan dan kedalaman ruang. | | | | | | | | | | | |

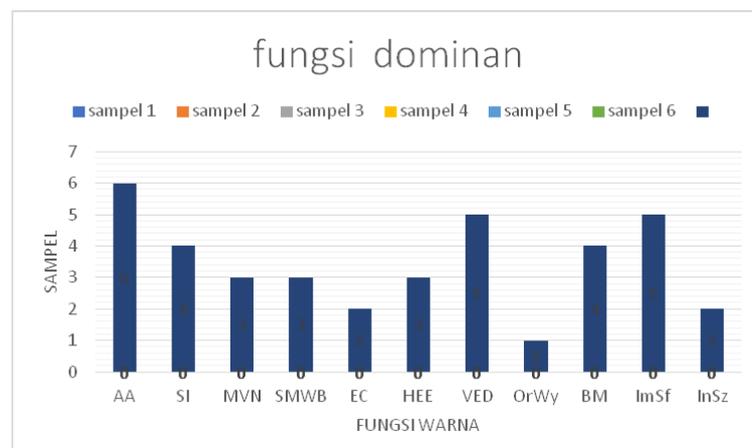
SIMPULAN & REKOMENDASI

Pemakaian warna efektif dalam sebuah rancangan desain dapat merepresentasikan identitas objek maupun merek untuk menarik minat pelanggannya secara visual. Untuk sebuah toko atau interior yang bernuansakan tematis anak warna-warna hangat dan cerah seperti merah, oranye, kuning, hijau dan warna komplementer menjadi dominan sebagai pendukung temanya. Warna-warna yang tidak tampil secara dominan dapat menjadi *outline* ruang yang tidak merusak komposisi warna secara keseluruhan. Komposisi penerapan warna, berarti menyusun, memposisikan, atau mengubah pengaplikasian warna pada sebuah rancangan interior. Hasil maksimal dari kombinasi inilah yang akan berperan untuk menarik perhatian pengunjung toko, sehingga efektifitas warna sangat berperan menjadi sinyal yang mampu mengubah persepsi orang secara sekilas.



Gambar 4 Dominasi Warna pada sampel. (Sumber: Olahan Pribadi)

Berdasarkan uraian dan analisa permasalahan di atas, maka dibuatlah sebuah kesimpulan, bahwa makna warna dalam rancangan interior bertema anak dapat menghasilkan banyak sekali makna dan persepsi. Hasil penelitian terhadap ke-6 sampel ruang bahasan menyatakan bahwa dominasi warna yang sering dipakai adalah warna putih, hijau, biru, coklat muda, pastel, orange, dan merah hati yang dapat menstimulasi kreatifitas serta menarik pelanggan (anak).



Gambar 5 Dominasi Fungsi pada sampel. (Sumber: Olahan Pribadi)

Dari sampel penelitian (yang masing-masing memiliki desain yang berbeda) makna warna pada rancangan interior toko anak cenderung didominasi oleh fungsi warna:

1. Penerapan warna harus berfungsi sebagai tanda indeksikal (penunjuk, sesuatu yang fungsional) yang memudahkan pengamatnya berinteraksi.
2. Penerapan warna harus berfungsi untuk memudahkan orientasi pelanggan yang berbelanja.
3. Penerapan warna dapat juga berfungsi untuk memberikan kesan hidup pada objek yang statik agar tidak terkesan monoton.
4. Penerapan warna dapat dirancang sebagai petanda orientasi dalam sirkulasi ruang.
5. Penerapan warna dapat dirancang sebagai petanda teritorial dan identitas.

Argumentasi warna yang sebelumnya disepakati secara umum memiliki makna tertentu dapat dengan fleksibel diinterpretasikan menjadi sebuah makna baru berdasarkan relasi dengan lingkungan interior di sekelilingnya.

Ulasan ini jauh dari sempurna, masih dapat dikembangkan lagi kedalamannya dengan mempertimbangkan variabel dan instrumen riset baru lainnya. Semoga tulisan ringan ini dapat menjadi alternatif pengayaan kajian pemahaman makna warna dalam rancangan interior.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, Ade Ulfa. Padmanaba, Cok Gd Raidande Yong, Sherly. 2016. "Perancangan Interior Lego House sebagai Pusat Edukasi dan Retail di Surabaya." *JURNAL INTRA* -.
- Berger, Arthur Asa. 2015. *Pengantar Semiotika, Tanda-tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Tiara Wacana.
- Cahyono, Agus. 2006. "Seni Pertunjukan Arakahan dalam upacara tradisional dudgheran di kota Semarang." *Jurnal Pengetahuan dan Pemikiran Seni Harmonia* 11.
- Christomy, T & Yuwono, Untung. 2004. *Semiotika Budaya*. Depok: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Indonesia.
- Hakim, Rustam. 2011. *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap, Prinsip-unsur dan Aplikasi Desain*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. 1983. "Ethnography: Principles in practice." *Computer Science*.
- Hoed, Benny H. 2008. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya (FIB) UI Depok.
- Kopacz, Jeanne. 2004. *Color in Three-dimensional Design*. New York, United States: McGraw Hill Professional.
2020. *Leigh Cotnoir's art and design courses*. September 12. Accessed september 12, 2020. [http://learn.leighcotnoir.com/artspeak/elements-color/hue-value-saturation/#:~:text=Saturation%20defines%20the%20brilliance%20and,to%20reduce%20the%20color's%20saturation.&text=\(NOTE%3A%20In%20the%20simple%20scale,pigment%20added%20to%20the%20hue](http://learn.leighcotnoir.com/artspeak/elements-color/hue-value-saturation/#:~:text=Saturation%20defines%20the%20brilliance%20and,to%20reduce%20the%20color's%20saturation.&text=(NOTE%3A%20In%20the%20simple%20scale,pigment%20added%20to%20the%20hue).
- Morris, Charles W. 1970. *the Pragmatic Movement in American Philosophy*. Michigan: G. Braziller.

- O'Connor, Zena. 2014. "resene.co.nz." *resene.co.nz*. <https://www.resene.co.nz/pdf/Zena-OConnor-Colour-for-Architects.pdf>.
- Primayudha, Novrizal. 2018. "Tinjauan Desain Interior Koridor Hall Mal Boemi Kedaton di Lampung." *Atrat : Jurnal Seni Rupa* 155-159.
- Wolman, Benjamin B. 1973. *Handbook of General Psychology*. Prentice-Hall.