

ABSTRAK

Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Telkom University,
Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. 40257

Perkembangan bisnis *e-commerce* cukup signifikan terutama pada pandemi *covid-19* karena *e-commerce* membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan produknya. Pertumbuhan bisnis *e-commerce* ini mendorong perusahaan *e-commerce* untuk meningkatkan kualitas perusahaan melalui suasana kerja yang nyaman dan dapat menunjang aktivitas. Salah satu perusahaan *e-commerce* yaitu Bukalapak yang merupakan berbasis IT. Kantor sebuah perusahaan harus merepresentasikan identitas perusahaan pada elemen interior dan tetap memperhatikan kenyamanan penggunanya. Hal ini menjadi urgensi karena terjadinya perubahan baru pada lingkungan kantor dengan menyatukan identitas perusahaan, adaptasi cara kerja dari pandemi *covid-19*, dan karakteristik penggunanya. Perancangan kantor bukhalapak ini bertujuan untuk memberi solusi dan menyelesaikan masalah dengan memberikan tata letak ruang yang baik dan menyempurnakan fasilitas pada kantor melalui pendekatan *corporate identity* dengan mempertimbangkan aspek visual, komunikasi, dan perilaku. Perancangan ini merupakan perancangan baru yang dilakukan pada Graha Pos Indonesia. Metode perancangan yang digunakan yaitu observasi secara langsung dan wawancara terhadap pengguna untuk mengetahui kebutuhan dan data pengguna. Selain itu, studi literatur juga dilakukan sebagai panduan perancangan agar tetap memenuhi standar. Perancangan ini menggunakan tema *Fun and Speak Up* dan konsep *flexibility and modularity* dengan tujuan untuk menerapkan lingkungan kantor dengan fleksibilitas tinggi, kolaboratif, fasilitas tercukupi, kapasitas yang berbeda sehingga terciptanya produktivitas bagi para pengguna di lingkungan kerja.

Kata Kunci : E-commerce, Bukalapak, Kenyamanan Pengguna, Corporate Identity