

**PERANCANGAN INTERIOR KANTOR
PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA
DI SEMARANG**



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Rosalia Wanda Widhayati

NIM 101 1738 023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang Desain Interior

2016

Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul :
**PERANCANGAN INTERIOR KANTOR PT. COCA-COLA AMATIL
 INDONESIA DI SEMARANG**

Diajukan oleh Rosalia Wanda Widhayati, NIM 1011738023, Program Studi Desain
 Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta,
 telah disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal

Pembimbing I

Ir. Hartiningsih, MT.

NIP. 19520831 199102 2 001

Pembimbing II

Bambang Pramono, S.Sn., M.A.

NIP. 19590306 199003 1 001

Cognate

Yayu Rubiyanti, S.Sn, M.Sn.

NIP. 19860924 201404 2 001

Ketua Program Studi Desain Interior

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP. 19770315 200212 1 005

Ketua Jurusan Desain

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.

NIP. 19650522 199203 1 003

Mengetahui
 Dekan Fakultas Seni Rupa
 Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002



PERSEMBAHAN

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan kesempatan menyelesaikan karya desain ini.

Karya desain saya persembahkan untuk keluarga, sahabat, teman, dan orang-orang yang selalu mendukung dan mendoakan.

Terimakasih untuk dukungannya.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan masa studi di Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari dorongan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya.
2. Yth. Ibu Hartiningsih, MT. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi dorongan, semangat, dan nasehat, serta kritik dan saran bagi penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
3. Yth. Bapak Bambang Pramono, S.Sn., M.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi dorongan, semangat dan nasehat, serta kritik dan saran bagi penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
4. Yth. Drs. Hartoto Indro S., M.Sn. selaku Dosen Wali atas segala masukan dan doanya.
5. Yth. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A selaku Ketua Program Studi S-1 Desain Interior, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Yth. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Seluruh dosen Program Studi Desain Interior, yang telah memberikan bimbingan selama ini dan dorongan semangat dalam proses penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
8. Pimpinan PT. CCAI Semarang atas izin survey dan data-data yang diberikan.

9. Kedua orang tua tercinta, Bernadus Totok Widaryatno dan Sugiyarti atas dorongan semangat, nasihat, dan doanya selama ini.
10. Adikku yang bawel Marselius Wendy, dan kesayanganku Arta yang selalu menyemangati, dan menghibur.
11. Sahabat, *partner in crime* sekaligus calon pendamping hidup Fandy Panda untuk semua semangat, doa, dan bantuannya dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
12. Sahabat yang jauh disana tapi selalu dekat dihati, Dinanti Yemima, Kadek Evinka, Elrin Mongi, dan Willy yang selalu bisa menghibur saat jenuh dan memberikan *mood-booster*.
13. *Special Thanks* untuk Tia Laksita, Ayun Cahyaningrum, mas Indra “RedLabel Production” dan mas Adit yang telah banyak membantu kelancaran penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini.
14. Teman-teman seperjuangan Studio Tugas Akhir 2015/2016 yang selalu saling menyemangati.
15. Teman-teman Sangkar Labirin (PSDI 2010).
16. Serta semuanya yang turut membantu dan memberikan dukungan saat proses penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Yogyakarta, Januari 2016

Penulis,

Rosalia Wanda Widhayati

ABSTRAK

PERANCANGAN INTERIOR KANTOR PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA DI SEMARANG

Rosalia Wanda Widhayati

PT Coca-Cola Amatil Indonesia adalah sebuah perusahaan manufaktur yang memproduksi minuman ringan di bawah lisensi perusahaan *The Coca-Cola Company* yang berpusat di kota Atlanta, provinsi Georgia, Amerika Serikat. Sejak kantor PT. CCAI yang berada di Semarang ini dibangun, belum ada perubahan yang berarti pada interior kantornya. Kondisi fisik dan suasana ruang kantor membentuk kesan pertama terhadap citra perusahaan. Aspek kenyamanan dalam sebuah kantor secara tidak langsung akan menunjang kinerja perusahaan yang lebih baik. PT. CCAI di Semarang memiliki area produksi sendiri dengan alat-alat industri yang mendukung suasana industrial sehingga terpilih tema industrial untuk diaplikasikan pada area kantor utama. Sedangkan gaya yang digunakan adalah gaya modern dimana desain dibuat lebih variatif, fleksibel dan inovatif.

Kata Kunci : interior, Coca-Cola, industrial, modern.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| A. Judul | 1 |
| B. Latar Belakang | 1 |
| | |
| BAB II. LANDASAN PERANCANGAN | 4 |
| A. Deskripsi Proyek | 4 |
| 1. Tujuan Perancangan | 4 |
| 2. Sasaran Perancangan | 4 |
| 3. Lingkup Dan Cakupan Tugas | 5 |
| 4. Tinjauan Data | 6 |
| a. Data Fisik | 6 |
| 1) Lokasi Proyek | 6 |
| 2) Site Plan | 7 |
| 3) Fasad Bangunan | 8 |
| 4) Denah Bangunan | 9 |
| 5) Aspek Bangunan | 10 |
| 6) Unsur Pembentuk Ruang | 10 |
| 7) Tata Kondisional | 11 |
| 8) Pencitraan Lapangan | 11 |
| b. Data Non Fisik | 16 |
| 1) Profil dan Sejarah Perusahaan | 16 |
| 2) Logo Perusahaan | 17 |

| | |
|--|----|
| 3) Visi dan Misi | 18 |
| 4) Jam Kerja | 18 |
| 5) Struktur Organisasi | 19 |
| 6) Fungsi dan Pemakai Ruang | 25 |
| B. Program Perancangan | 26 |
| 1. Pola Pikir | 26 |
| 2. Cakupan dan Arahan Tugas | 27 |
| a. Konsep Perancangan | 27 |
| 1) Problem | 27 |
| 2) Data : Lapangan, Literatur, Tipologi | 27 |
| 3) Analisis Programming | 28 |
| 4) Sintetis : Simpulan Awal, Alternatif-Alternatif | 28 |
| 5) Evaluasi | 29 |
| 3. Keinginan Klien | 29 |
| 4. Kebutuhan Klien | 29 |
| 5. Data Literatur | 31 |
| a. Kantor | 31 |
| 1) Definisi Kantor | 31 |
| 2) Perkantoran Untuk Distribusi Besar | 31 |
| 3) Tipe Bangunan Kantor | 32 |
| 4) Layout Kantor | 33 |
| 5) Ruang-Ruang dalam Kantor | 34 |
| a) Resepsionis | 34 |
| b) Area Kerja | 35 |
| c) Area Rapat | 35 |
| d) Area Mendukung | 35 |
| b. Tata Kondisional | 36 |
| 1) Penghawaan | 36 |
| 2) Pencahayaan | 37 |
| 3) Standar Iluminasi | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 4) Jenis Pencahayaan | 39 |
| a) Ambient Lighting | 39 |
| b) Task Lighting | 39 |
| c) Accent Lighting | 39 |
| d) Natural Lighting | 39 |
| 5) Akustik | 40 |
| a) Konstruksi yang Sesuai | 40 |
| b) Penggunaan Material Peredam Suara | 41 |
| c) Masking | 41 |
| c. Gaya Modern | 42 |
| d. Desain Industrial | 43 |
| e. Warna | 47 |
| 1) Pengaruh Warna Terhadap Suasana Ruang | 47 |
| 2) Skema Warna Monoton | 48 |
| a) Neutral Monotone Scheme | 48 |
| b) Cool Monotone Scheme | 49 |
| c) Warm Monotone Scheme | 49 |
| f. Furnitur | 49 |
| BAB III. PERMASALAHAN PERANCANGAN | 51 |
| A. Pembentukan Karakter Ruang dan Elemen Desain | 51 |
| B. Perencanaan Ruang | 52 |
| 1. Bangunan I (Finance Office) | 52 |
| 2. Bangunan II (Meeting Room dan GM Office) | 52 |
| 3. Bangunan III (Production Adm. Office) | 53 |
| 4. Bangunan IV (HR Office) | 53 |
| 5. Bangunan V (Canteen Hall) | 54 |
| BAB IV. KONSEP DESAIN | 55 |
| A. Konsep Program Perancangan | 55 |
| 1. Tema dan Gaya Perancangan | 55 |

| | |
|---|----|
| 2. Warna dan Material Perancangan | 56 |
| 3. Pengguna dan Aktivitas | 56 |
| 4. Hubungan Antar Ruang | 58 |
| B. Konsep Program Perancangan Ruang | 58 |
| 1. Gedung I : Finance Office | 58 |
| a. Lobby | 58 |
| b. Area Karyawan | 59 |
| c. Ruangan Manger | 59 |
| d. Filling Room | 60 |
| 2. Gedung II : GM Office dan Meeting Room | 60 |
| a. Ruang General Manager | 60 |
| b. Area Sekretaris | 61 |
| c. Lounge | 61 |
| d. Big Meeting Room | 61 |
| 3. Gedung III : HR Office | 62 |
| a. Lounge | 62 |
| b. Area Karyawan | 62 |
| c. Ruang Manager | 63 |
| d. Filling Room | 63 |
| 4. Gedung IV : Production Adm. Office | 64 |
| a. Area Karyawan | 64 |
| b. Ruang Manager | 64 |
| 5. Gedung V : <i>Canteen Hall</i> | 65 |
| a. Buffet | 65 |
| b. Kitchen | 65 |
| c. Area Makan | 65 |
| C. Konsep Perancangan Fisik | 66 |
| BAB V. PENUTUP | 67 |
| A. Kesimpulan | 67 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| B. Saran | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 69 |
| LAMPIRAN | 70 |
| 1. RAB | |
| 2. Hitungan Lampu | |
| 3. Lembar Asistensi | |
| 4. Konsep Grafis | |
| 5. Gambar Perspektif | |
| 6. Gambar Kerja | |
| 7. Poster Pameran | |
| 8. Katalog Pameran | |
| 9. Animasi | |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1. Site plan | 7 |
| Gambar 2.2. Layout Bangunan | 9 |
| Gambar 2.3 Logo Perusahaan | 17 |
| Gambar 2.4 Struktur Organisasi Manajemen | 19 |
| Gambar 2.5 Pola Pikir Perancangan Metode Analitis | 26 |
| Gambar 2.6 Contoh Ruang Dengan Gaya Modern | 42 |
| Gambar 2.7 Contoh Ruang Dengan Gaya Modern | 43 |
| Gambar 2.8 Contoh Ruang Dengan Gaya Modern | 43 |
| Gambar 2.9 Contoh Area Kantor Dengan Tema Industrial | 45 |
| Gambar 2.10 Contoh Area Kantor Dengan Tema Industrial | 46 |
| Gambar 2.11 Contoh Area Kantor Dengan Tema Industrial | 46 |
| Gambar 2.12 Contoh Area Kantor Dengan Tema Industrial | 47 |
| Gambar 2.14 Diagram Matrix Hubungan antar Ruang Exsisting | 58 |

DAFTAR FOTO

| | |
|--|----|
| Foto 2.1 Fasad Gerbang | 8 |
| Foto 2.2 Fasad Samping | 8 |
| Foto 2.3 Salah Satu Area Kantor | 11 |
| Foto 2.4 Salah Satu Lobi | 12 |
| Foto 2.5 Area Tunggu Kantor HRD | 12 |
| Foto 2.6 Area Meeting Ruang HRD | 13 |
| Foto 2.7 Area Staff Kantor HRD | 13 |
| Foto 2.8 Area Canteen Hall | 13 |
| Foto 2.9 Salah Satu Area Santai | 14 |
| Foto 2.10 Area Tunggu Finance Office | 14 |
| Foto 2.11 Area Staff Finance Office | 14 |
| Foto 2.12 Meeting Room | 15 |
| Foto 2.13 Area Staff HR Service | 15 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Daftar Fungsi dan Pemakai Ruang | 25 |
| Tabel 2.2 Daftar Kebutuhan | 30 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul

PERANCANGAN INTERIOR KANTOR PT. COCA-COLA
AMATIL INDONESIA DI SEMARANG

B. Latar Belakang

Kantor merupakan fasilitas yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dimana merupakan titik awal persentuhan antara klien, pelanggan, pemilik atau relasi dengan perusahaan. Kondisi fisik dan suasana ruang kantor membentuk kesan pertama terhadap citra perusahaan. Bagi para pekerja, baik pimpinan maupun karyawan, ruang kerja dalam perkantoran menjadi wadah untuk menampung segala kegiatan karyawan. Mereka menghabiskan sebagian besar waktunya di ruang kerja. Dengan mempertimbangkan kebutuhan dari setiap individu di dalamnya, perkantoran berusaha untuk memberikan kenyamanan bagi karyawan dan menjadikan kantor sebagai *brand image* dari sebuah perusahaan. Kantor yang nyaman dalam segala aspek secara tidak langsung tentu akan menunjang kinerja yang lebih baik bagi para karyawan, sehingga desain interior yang baik pada sebuah kantor akan sangat mampu mempengaruhi pertumbuhan perusahaan.

PT Coca-Cola Amatil Indonesia adalah sebuah perusahaan manufaktur yang memproduksi minuman ringan di bawah lisensi perusahaan The Coca-Cola Company yang berpusat di kota Atlanta, provinsi Georgia, Amerika Serikat. Coca-Cola sendiri pertama kali hadir di Indonesia sekitar tahun 1927.

Coca-Cola Amatil memiliki program untuk mendukung penjualan dan pemasaran produk-produknya, sekaligus untuk meningkatkan

kepuasan dan loyalitas konsumen. Berbagai program promosi diadakan sesuai dengan event dan tren yang sedang berlangsung, baik melalui promo penukaran tutup botol, hadiah kejutan, konser, pameran, maupun iklan di berbagai media. Strategi pemasaran Coca-Cola mempunyai ciri khas tersendiri, yang unik dan kreatif serta memiliki slogan yang menarik sekaligus menginspirasi. Promo Coca-Cola juga memanfaatkan momentum tertentu, seperti demam Piala EURO 2004 atau SEA GAMES 2011. Dengan memanfaatkan event berskala nasional dan internasional, Coca-Cola mencoba tampil dengan strategi pemasaran baru yang menarik masyarakat. Inovasi adalah salah satu kunci keberhasilan yang menjadikan Coca-Cola semakin besar, dikenal luas, serta memberikan kontribusi bagi masyarakat.

Sejak kantor PT. CCAI yang berada di Semarang ini resmi didirikan pada tgl 1 November 1974, belum ada perubahan pada interior kantor nya yang dapat menunjukkan image perusahaan tersebut secara kuat. Padahal kantor-kantor Coca-Cola lain khususnya yang berada di luar Indonesia sudah banyak yang mendesain ulang interior nya sehingga lebih “fresh” dan menampilkan citra produk yang sudah mendunia tersebut.

Perancang memilih untuk mengaplikasikan tema Industrial karena tema ini sesuai dengan suasana perusahaan PT. Coca-Cola Amatil Indonesia di Semarang yang memiliki area produksi sendiri dengan alat-alat industri yang mendukung suasana industrial. Hal-hal yang menjadi patokan pada desain industrial merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan industri atau fabrikasi. Desain industrial memiliki karakter maskulin, memiliki sisi yang keras atau kasar, terkesan dingin pada tampilannya, dan dekorasi yang minim. Sedangkan gaya yang digunakan adalah gaya modern dimana desain dibuat lebih variatif, fleksibel dan inovatif.

Cakupan perancangan tugas akhir karya desain ini adalah Bangunan I yang terdiri dari *lobby* dan *finance office*, Bangunan II yang

terdiri dari kantor GM dan *Meeting Room*, Bangunan III merupakan kantor HR, Bangunan IV merupakan kantor administrasi produksi dan Bangunan V adalah *Canteen Hall*.

Dengan tujuan utama menampilkan interior yang kreatif dan mendukung penggunaanya dalam melakukan aktifitas, oleh karena itu interior yang diperlukan untuk meningkatkan citra, baik pada konsumen maupun masyarakat luas adalah interior yang menonjolkan karakteristik dan identitas perusahaan (*brand image*), seperti ciri khas warna maupun bentuk-bentuk karakter coca-cola dan berbagai macam produk dari The Coca-Cola Company, sekaligus menggambarkan budaya lokal contohnya karakteristik suatu daerah tertentu di Jawa Tengah, maupun sejarah Coca-Cola di Indonesia.

