

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
INTERIOR KANTOR PT. DOUBLE CLICK
DI JAKARTA PUSAT**



KARYA DESAIN

M. ANAM ALFAJR AFFANDI

**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2008**

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
INTERIOR KANTOR PT. DOUBLE CLICK
DI JAKARTA PUSAT**



KARYA DESAIN

M. ANAM ALFAJR AFFANDI



KT003300

**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2008**

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
INTERIOR KANTOR PT. DOUBLE CLICK
DI JAKARTA PUSAT**



KARYA DESAIN


M. Anam Alfjr Affandi

NIM : 021 1264 023

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S1 dalam bidang Disain Interior
2008**

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :
**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN INTERIOR KANTOR PT. DOUBLE
CLICK DI JAKARTA PUSAT**, diajukan oleh M. Anam Alfjr Affandi, NIM. 021
1264 023, Program Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa,
Institut Seni Indonesia, Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim
Penguji Tugas Akhir pada tanggal 28 Januari 2008


Pembimbing I/Anggota


Rahmawan DP, S.Sn., MSi.
NIP 132 230 377


Pembimbing II/Anggota


Drs. Tata Tjandrasat A.
NIP. 132 567 128


Cognate/Anggota


Dra. Suastiwi M. Des.
NIP 131 771 566

Ketua Program Studi Desain Interior/Anggota



Drs. Hartoto Indra S., M.Sn.
NIP. 131 908 825

Ketua Jurusan Desain/Ketua Anggota


Drs. A. Hendro Purwoko
NIP. 131 284 654



Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,


Drs. Sukarman
NIP. 130 521 245

PERSEMBAHAN

Hanya ungkapan syukur yang tak terucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta hidayahNya hingga ku dapat raih semua ini



**Kupersembahkan tugas akhir ini
untuk kedua orang tuaku dengan doa dan
restunya.....**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kupanjatkan kepada Allah SWT atas semua berkah dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini di Fakultas Seni Rupa, Jurusan Desain Interior, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Tak lupa penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dorongan dan motivasi yang sangat berharga dari semua pihak, terkhusus penulis ucapkan kepada:

1. Rahmawan Dwi P, Ssn., Msi. selaku dosen pembimbing I.
2. Drs. Tata Tjandrasat A, selaku pembimbing II.
3. Dra. Suastiwi M. Des, selaku cognate.
4. Drs. Hartoto Indra, selaku Ketua Program Studi Desain Interior..
5. Drs. A Hendro Purwoko, selaku Ketua Jurusan Desain.
6. Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Dra. Choestati Admiral dan IR. Hartiningsih, MT selaku dosen wali dan seluruh dosen Interior ISI Yogyakarta.
9. Mas Gun & mbak Indri (thanks ya informasinya..) serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangannya sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan supaya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkompeten didalamnya.

Yogyakarta, 20 Februari 2008

Penulis

M. Anam Alfajr Affandi



ABSTRAKSI

PT. DOUBLE CLICK merupakan sebuah perusahaan berbentuk *post house* yang memiliki kantor cabang di kawasan Plaza Bapindo. Untuk lebih mengangkat image dan citranya, selain dari faktor pelayanan terhadap klien juga mengutamakan kenyamanan terhadap karyawannya yaitu melalui perancangan interior kantornya. Tema berasal dari pengangkatan tranformasi bentuk logo dengan gaya yang modern hitech melalui pemilihan warna, bentuk dan material pada unsur-unsur ruangnya.

Kenyamanan karyawan diperoleh dari analisis fungsi ruang yang didasarkan pada aktifitas yang dilakukan dan fasilitas yang dibutuhkan oleh pengguna ruang. Pemilihan bentuk dan penggunaan material serta warna adalah salah satu cara untuk mencapai image dan citra interior kantor yang diinginkan.

Kesimpulan yang didapat dari perancangan karya desain ini adalah bahwa agar karyawan dapat bekerja lebih semangat dengan kreatif tinggi, diperlukan penataan interior yang mampu mendukung semua aktifitas dan fasilitasnya yang ada didalam kantor. Pengaplikasian bentuk, warna dan material yang tepat pada setiap ruang akan mampu memberi nilai tambah penciptaan suasana dan karakter pada setiap gaya perancangan.

Keyword : Post house, modern Hitech, logo, citra dan image.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR KERJA.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. ALASAN PEMILIHAN PROYEK.....	3
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	4
A. DESKRIPSI PROYEK.....	4
1. Tujuan dan Sasaran Perancangan.....	4
2. Data Lapangan.....	5
a. Data Fisik.....	5
1) Lokasi Bangunan.....	5
2) Denah Bangunan.....	7
b. Data Non Fisik.....	8
1) Identitas Perusahaan.....	8
2) Data Umum Perusahaan.....	8
3) Struktur Organisasi.....	9
4) Lingkup Perancangan.....	11
c. Keinginan Klien.....	11
d. Fokus Perancangan.....	11

e) Identitas Bangunan.....	11
B. PROGRAM PERANCANGAN.....	12
1. Pola Pikir Perancangan.....	12
2. Proses Perancangan.....	12
3. Cakupan dan Arahan Tugas.....	13
C. DATA LITERATUR.....	14
1. Post House	14
2. Kantor.....	14
3. Kantor Advertising	15
4. Lobby Kantor	15
5. Ruang Direktur	16
6. Ruang Administrasi.....	16
7. Coffe Shop.....	16
8. Gaya Modern.....	16
9. Zoning , Sirkulasi dan Ruang.....	17
10. Perabot	17
11. Elemen Pembentuk Ruang	19
12. Penghawaan	20
13. Pencahayaan	20
14. Akustik	22
15. Unsur Estetis	22
16. Warna	22
D. ANALISIS RUANG.....	23
1. Pengguna dan Aktifitasnya	23
2. Kebutuhan Area dan Fasilitas Penunjang Area.....	26
3. Organisasi dan Hubungan Ruang	32
4. Zoning , Sirkulasi dan Tata Letak	33
5. Perabot	35
6. Tata Kondisional	36
7. Akustik	37

8. Finishing	37
9. Unsur Pembentuk Ruang	37
BAB III. PERMASALAHAN PERANCANGAN.....	38
BAB IV. KONSEP DESAIN.....	40
A. CITRA RUANG.....	40
1. Unsur Geometri dan Garis Lengkung	40
2. Modern Hitech	41
3. Suasana Informatif dan Komunikatif	41
4. Penerapan Bentuk	42
5. Penerapan Warna	42
B. SIRKULASI DAN TATA LETAK.....	43
1. Kebutuhan Ruang	43
2. Zoning	45
3. Sirkulasi	45
C. UNSUR PEMBENTUK RUANG.....	45
1. Lantai	46
2. Dinding	46
3. Plafon	46
D. TATA KONDISIONAL RUANG.....	46
1. Pencahayaan	46
2. Penghawaan	46
E. FURNITURE.....	47
1. Kebutuhan Furniture	47
2. Desain Khusus	50
F. UNSUR ESTETIS.....	51

BAB V KESIMPULAN	52
DAFTAR PUSTAKA	53

LAMPIRAN :

RAB

Lembar Konsultasi

Poster Pameran

Katalog Pameran

Foto Stand Pameran

Perspektif Ruang

Furniture

Color Scheme

Maket Studi

Konsep

Gambar Kerja :

- Denah/ Layout skala 1:50
- Pola Lantai skala 1:50
- Pola Plafon skala 1:50
- Mekanikal dan Elektrikal skala 1:50
- Potongan A-A, B-B skala 1:50
- Potongan C-C, D-D skala 1:50
- Desain terpilih skala 1:20
- Potongan Detail skala 1:20
- Furniture skala 1:10, 1: 5
- Detail Furniture skala 1:2

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar. 2.1.1. Gedung Bapindo Plaza Mandiri	5
Gambar. 2.1.2. Peta Lokasi	7
Gambar. 2.1.3. Denah Bangunan Kantor Pusat.....	7
Gambar. 2.1.4. Struktur Organisasi	8
Gambar. 2.1.5. Bagan Pola Pikir Perancangan	12
Gambar. 2.1.6. Aktifitas Pengunjung dan Karyawan	24
Gambar. 2.1.7. Aktifitas Pengunjung dan Karyawan.....	25

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. 2.1.1. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot Lobby.....	26
Tabel. 2.1.2. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot Coffe Shop	26
Tabel. 2.1.3. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Direktur	27
Tabel. 2.1.4. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Sekretaris	27
Tabel..2.1.5. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot operational direktur.....	28
Tabel. 2.1.6 Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Administrasi	28
Tabel. 2.1.7. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Marketing	29
Tabel. 2.1.8. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Produser	29
Tabel. 2.1.9. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot Meeting Room	29
Tabel. 2.2.1. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Telecine	30
Tabel. 2.2.2. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Online	30

Tabel. 2.2.3. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Offline	30
Tabel. 2.2.4. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot 3D Animasi	31
Tabel. 2.2.5. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot Motion Grafic.....	31
Tabel. 2.2.6. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot Tape Room	31
Tabel. 2.2.7. Aktifitas Pengguna Area dan Perabot R. Fotocopy.....	32



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi multimedia saat ini telah memasuki aspek kehidupan manusia di berbagai sektor dan dimanfaatkan untuk menampilkan gaya baru dalam memberikan informasi yang lebih efisien untuk diterima dan mudah dipahami sebagai suatu sarana media informasi seperti periklanan. Advertising sebagai salah satu aplikasi multimedia yang menonjolkan kreasi baru dalam mengungkapkan ide dan gagasan dalam menyampaikan informasi tertentu untuk khalayak ramai terdiri dari gabungan beberapa elemen, yaitu teks, video, gambar diam (still image), dan audio.

Seiring perkembangan teknologi multimedia, banyak didirikan kantor-kantor advertising yang berbentuk Post House yang saling bersaing khususnya di bidang animasi periklanan. Dengan adanya Post House, maka manipulasi image dan pembuatan efek memungkinkan pembuatan sarana advertising menjadi lebih bagus dan bervariasi.

Post House merupakan suatu tempat khusus untuk tahap akhir proses editing iklan televisi, yaitu tahap penggabungan dari materi hasil produksi yang masih mentah atau dapat disebut sebagai tahap pengeditan dari proses penyatuan beberapa materi seperti pengambilan gambar video (shooting), audio, gambar diam dan animasi untuk diedit sehingga menghasilkan hasil akhir yang sempurna dan siap untuk di keluarkan atau diedarkan ke khalayak umum.

Bagian dari proses pembuatan sarana tersebut yang berperan penting dalam menentukan hasil akhir pembuatannya adalah bagian editing. Dengan proses pengeditan yang sempurna maka akan tercapai hasil yang dimana informasi yang ingin disampaikan akan tersampaikan kepada masyarakat dengan baik.

Maka dari itu, PT. DOUBLE CLICK sebagai kantor advertising berbentuk Post House yang terletak di Jakarta Selatan, telah membuka kantor cabang di kawasan Bapindo Plaza Mandiri di Jl. Sudirman Jakarta pusat dengan luas keseluruhan 100.000 M persegi. Mayoritas karyawannya adalah kalangan anak muda yang mengutamakan kerjasama team yang solid dan selalu berpegang teguh pada motto perusahaan, yaitu: "3F" (fokus pada keinginan klien dan agensi, fleksibel dalam melayani klien dan agensi, friendly dalam menyambut klien dan agensi).

Sebagai kantor advertising di Bapindo Center yang dibangun oleh DUTA ANGGANA GROUP, perusahaan *Real Estate* terkemuka yang terkenal di Asia Tenggara, maka dalam perencanaan dan perancangannya memiliki ketentuan-ketentuan bagi para penyewa gedungnya seperti instalasi tata udara, pemasangan kabel komunikasi, pembuatan partisi ruangan, instalasi listrik dan instalasi plimbing.

Maka dengan adanya ketentuan-ketentuan tersebut, maka dalam renovasinya memiliki beberapa permasalahan yang terkait dengan penyesuaian-penyesuaian tersebut dalam aspek interiornya. Dan sebagai usaha untuk memberikan solusi desain bagi PT. DOUBLE CLICK agar dapat mengangkat image dan citra kantor yang *modern hitech* adalah dengan mengangkatnya sebagai proyek Tugas Akhir Karya Desain

Upaya yang dilakukan untuk mengangkat image dan citra kantor adalah melalui pengangkatan transformasi bentuk logo dari kantor itu sendiri kedalam desain yang modern hitech dengan pemilihan warna, bentuk dan material

B. ALASAN PEMILIHAN PROYEK

PT. DOUBLE CLICK (DC) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Post House. Meskipun usianya baru seumur jagung tapi bisnisnya langsung susah dibendung., dari Agency sampai Director lokal maupun asing telah mengenal sepak terjangnya. Tempatnya sangat strategis di Bilangan Jakarta Selatan, tepatnya di pusat bisnis ITC Fatmawati memiliki kantor dengan interior unik dan design yang warna-warni sesuai dengan customer yang datang dari berbagai Agency dan Director

film mulai dari yang pemula sampai profesional. Meskipun begitu, image dan citra perusahaan kurang terangkat dalam interior kantornya sehingga dalam merencanakan kantor cabang baru diharapkan akan muncul image dan citra perusahaan.

Dalam persaingan Post House yang semakin ketat dimana pesaing-pesaing asing sudah mulai masuk ke Indonesia, DC mulai melebarkan keberadaannya dalam melayani konsumen yang semakin banyak. Salah satunya adalah dengan membuka kantor cabang baru dengan konsep baru pula. Konsep baru yang ingin ditampilkan adalah kantor post house yang modern hitech dengan mengangkat “LOGO” perusahaan sebagai tema perancangan interior kantornya dengan tujuan untuk mengangkat image dan citra perusahaan, sedang slogan perusahaan yaitu 3F hanya digunakan sebagai pendukung saja.

Perancangan kantor Desain Modern Hitech diimplementasikan pada pemilihan bentuk-bentuk dari perpaduan geometri dengan garis lengkung sesuai dengan karakter LOGO perusahaan, warna perusahaan yaitu hijau, hitam, abu-abu dan putih serta penggunaan bahan-bahan yang dominan kaca dan stainless.