

**PERENCANAAN & PERANCANGAN INTERIOR KANTOR  
PEMASARAN PERUMAHAN PANTAI MUTIARA  
JAKARTA**



KT002379

TUGAS AKHIR  
DESAIN

Oleh :  
Agus Purwantoro

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
NOV.	7471 W/H/03	
REAS	789	
TERIMA	20-05-2005	TTD

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

2003

## HALAMAN PENGESAHAN

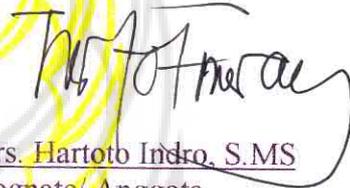
Tugas Akhir ini diterima oleh Tim Penguji  
Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia,  
Yogyakarta, pada tanggal 28 Januari 2003.



Drs. Ismael Setiawan, MM  
Pembimbing I/ Anggota



Drs. Arjon  
Pembimbing II / Anggota



Drs. Hartoto Indro, S.MS  
Cognate/ Anggota



Drs. Ismael Setiawan, MM  
Ketua Program Studi  
Desain Interior/ Anggota



Drs. Umar Hadi, MS  
Ketua Jurusan Desain/  
Anggota

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta.



## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah atas segala rahmad dan bimbinganNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan masa studi di Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya atas bantuan dan dorongan moril maupun materiil dari berbagai pihak, terutama kepada:

1. Drs. Ismael Setiawan, MM. selaku Dosen Pembimbing I
2. Drs. Arjon selaku Dosen Pembimbing II.
3. Drs. Ismael Setiawan, MM. selaku Dosen Wali.
4. Drs. Ismael Setiawan, MM. selaku Ketua Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Drs. Umar Hadi, MS. selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Rekan-rekan Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Rekan-rekan staf dan Direksi Cityneon Indonesia.
9. Rekan-rekan Jakarta.
10. Ibunda, Adik-adik, Mama dan Bapak baru saya, atas dukungan dan do'anya yang tiada henti-hentinya.
11. Kennya dan Nia, *my recharge energy persons*.

Akhirnya besar harapan penulis semoga karya yang sederhana dan jauh dari sempurna ini dapat memberikan manfaat kepada Institut Seni Indonesia khususnya program studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 31 Januari 2003

Penulis



## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Judul.....	1
B. Latar Belakang.....	1
C. Tuntutan Klien.....	4
D. Fokus perancangan.....	4
E. Tujuan dan Sasaran Perancangan.....	4
F. Permasalahan Perancangan.....	5
G. Cakupan Tugas.....	6
BAB II. TINJAUAN DATA.....	8
A. Data Lapangan.....	8
1. Data Fisik.....	8
2. Data Non Fisik.....	10
B. Data Literatur.....	13
1. Tinjauan Umum.....	13
2. Sirkulasi dan Tata Letak.....	14
3. Pencapaian Tema.....	13
4. Unsur Pembentuk Ruang.....	13
a. Dinding.....	13
b. Lantai.....	13
c. Langit-langit.....	14
d. Jendela.....	14
e. Pintu.....	15

5. Tata Kondisional Ruang .....	18
a. Pencahayaan .....	18
b. Penghawaan .....	20
c. Akustik .....	22
6. Furnitur .....	23
BAB III. PEMBAHASAN .....	28
A. Sirkulasi dan Tata Letak .....	28
1. Kebutuhan Ruang .....	28
2. Zoning .....	29
3. Sirkulasi .....	30
B. Pencapaian Tema .....	32
1. Modern .....	32
2. Laut .....	32
3. Penerapan Bentuk .....	33
4. Penerapan Material .....	34
5. Penerapan Warna .....	34
C. Unsur Pembentuk Ruang .....	34
1. Lantai .....	34
2. Dinding .....	35
3. Langit-langit .....	35
D. Tata kondisial Ruang .....	36
1. Pencahayaan .....	36
2. Penghawaan .....	37
3. Akustik .....	39
E. Furnitur .....	39
1. Kebutuhan Furnitur .....	39
2. Desain khusus .....	41
BAB IV. KESIMPULAN .....	43
DAFTAR PUSTAKA .....	45
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Denah Lokasi .....	8
2.2 Denah Asal.....	9
2.3 Exterior Bangunan.....	9
2.4 Struktur Organisasi .....	12
2.5 Standarisasi kantor.....	24
2.6 Standarisasi kantor.....	25
2.7 Standarisasi kantor.....	26
2.8 Standarisasi Ruang Konferensi.....	27
3.1 Bagan Hubungan Ruang .....	31
3.1 Alternatif Sirkulasi .....	32
3.1 Transformasi Bentuk ( Mesin ).....	33
3.1 Transformasi Bentuk ( Air ) .....	33
3.1 Transformasi Bentuk ( Anjing Laut, Papan Selancar ).....	34

## DAFTAR TABEL

2.1 Rumus Pencahayaan .....	19
2.2 Sumber Cahaya .....	20
2.3 Kekuatan Cahaya .....	20
3.1 Perhitungan Lampu .....	37
3.2 Perhitungan Beban Kalor .....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

- I. Rencana Anggaran Biaya
- II. Poster Pameran
- III. Katalog Pameran
- IV. Stand Pameran
- V. Perspektif Ruang Resepsion
- VI. Perspektif Ruang Staf T&P
- VII. Perspektif Ruang Presentasi
- VIII. Perspektif Ruang Display
- IX. Perspektif Meja Resepsion
- X. Perspektif Meja Komputer
- XI. Perspektif Meja Meeting
- XII. Perspektif Rak Brosur
- XIII. Skema Bahan & Warna
- XIV. Maket Studi
- XV. Konsep Grafis
- XVI. Lembar Asistensi
- XVII. Gambar Kerja





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. JUDUL

**PERENCANAAN & PERANCANGAN INTERIOR  
KANTOR PEMASARAN PERUMAHAN PANTAI MUTIARA  
JAKARTA.**

### B. LATAR BELAKANG.

Kondisi pemulihan ekonomi dari krisis moneter yang berkepanjangan dan kondisi pemberlakuan pasar global di seluruh dunia adalah dua hal yang mempengaruhi tekanan perubahan para pelaku bisnis di Indonesia pada saat ini. Efisiensi dan efektifitas kerja dilakukan untuk menekan *overhead*, biaya kelangsungan hidup perusahaan, sehingga mengharuskan perampingan hirarki organisasi serta penggabungan divisi dan departemen. Selain perombakan kondisi *internal*, perusahaan dituntut mengembangkan atau menemukan *model* baru *marketing strategy* yang cocok untuk kondisi tersebut. Pelaku pasar harus segera menentukan *setting* patokan harga baru yang harus tetap bersaing dengan pasar serta mensosialisasikan *setting* baru tersebut melalui iklan dan promosi. Kegiatan iklan dan promosi justru memegang peran penting bagi *survival* lembaga bisnis pada saat terjadi kelambanan ekonomi.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Bondan Winarno, *Berfikir Strategis di Saat Krisis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1998, hal. 34

Mempertahankan harga produk pada tingkat terjangkau oleh segmen yang dikehendaki, di tengah harga patokan rupiah terhadap dollar yang tidak menentu, adalah tantangan berat. Demikian juga dengan keputusan mempertahankan anggaran penyediaan informasi bagi konsumen di berbagai *mass media* baik berupa iklan, promosi maupun situs interaktif di internet.

Untuk dapat bersaing atau mungkin hanya bertahan, perusahaan-perusahaan harus secepatnya merubah struktur mereka menjadi suatu organisasi yang berlandaskan pada informasi.<sup>2</sup>

Dalam dunia properti, pihak pengembang juga mengupayakan beberapa cara penyampaian informasi terpadu yaitu: pemasangan iklan di media masa, pengadaan pameran perumahan serta melayani konsumen di kantor pemasaran. Tekanan perubahan pada konsep pelayanan informasi adalah upaya menjawab fenomena kompetisi bisnis pasar global berbasis *Information Technology*, teknologi informasi yang semakin ketat. Berikutnya untuk tetap membangun kepercayaan dan citra positif di mata konsumen.

Konsep kantor pemasaran sebagai Pusat Pelayanan Informasi adalah *added value* bagi strategi pemasaran dalam persaingan bisnis perumahan. Konsumen akan melihat, merasakan dan 'menilai' kualitas dan 'citra' perumahan secara langsung di lokasi dan suasana alam yang sebenarnya. *Performance* dan *system* pelayanan Kantor Pemasaran harus dibangun dalam 'citra' yang sama, sehingga diharapkan Kantor Pemasaran turut 'berbicara' dalam proses strategi pemasaran perusahaan.

---

<sup>2</sup> Peter F Drucker, *Havard Business Review*, Jakarta , Jurnal Ekonomi STIE IBBI, volume 3 no 2, Oktober 1996, hal. 25.

Pengembang Pantai Mutiara adalah salah satu yang mempunyai perhatian khusus terhadap hal tersebut. Dibangun dengan luas 2000 m<sup>2</sup>, dengan ruang khusus pameran lengkap dengan sistem informasi interaktif adalah nilai tambah bagi kantor pemasaran itu sendiri. Hal itu memungkinkan klien bisa menikmati suasana pameran dan memperoleh informasi secara lengkap dari beberapa *computer unit* kapan saja tanpa harus menunggu pameran perumahan berlangsung. Demikian juga dengan penampilan luar atau eksterior bangunan bisa mengkomunikasikan pesan dan identitas citra tertentu yang akan dipasarkan. Bentuk eksterior bangunan kantor ini mencerminkan arsitektural modern ditandai dengan permainan struktur atap dan bentuk dinding kaca yang minimalis. Sekeliling bangunan adalah area air dengan jembatan ke *Main Entrance* pintu masuk bangunan serta *view* ke arah laut. Terdapat dua *motorboat* yang disediakan untuk membawa pengunjung ke lokasi rumah di sepanjang pantai.

Kantor pemasaran Pantai Mutiara berada di depan pintu gerbang kawasan perumahan di daerah Pantai Utara Jakarta. Pihak pemilik yaitu PT. Dharmala Inti Land yang berkantor pusat di Wisma Dharmala Sakti Lt.4, Jln. Sudirman 32 Jakarta 10220, adalah salah satu anak perusahaan Dharmala Group Jakarta, telah mengembangkan perumahan sejenis seperti apartemen Pantai Mutiara, perumahan dan rumah susun Taman Harapan Indah dan perumahan Taman Semanan.

Bagaimana merencanakan dan merancang interior kantor pemasaran Pantai Mutiara dengan aplikasi desain yang mendukung tema 'citra' sesuai

dengan tujuan yang akan dicapai, hal inilah yang mendorong penulis untuk mengangkat masalah ini.

### **C. TUNTUTAN KLIEN**

Klien, dalam hal ini adalah pengembang Pantai Mutiara, menginginkan sebuah kantor pemasaran yang mempunyai tema modern dengan ciri arsitektur bangunan pantai selaras dengan eksterior bangunan dan produk yang dijual yaitu perumahan tepi pantai (*Modern Sea Side Living*).

### **D. FOKUS PERANCANGAN**

Perancangan kantor pemasaran Pantai Mutiara ini difokuskan pada perancangan **ruang lobby**, **ruang presentasi**, **ruang staf** divisi *Business Development & Marketing* dan **ruang staf** divisi *Technical & Planning* beserta ruang pendukungnya yaitu **ruang komputer**, **ruang manager** dan **ruang meeting**. Semua adalah ruang yang berada di lantai dasar bangunan kantor pemasaran Pantai Mutiara.

### **E. TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN**

#### **1. Tujuan Perancangan adalah:**

- a. Menciptakan Interior Kantor Pemasaran sesuai dengan tema.
- b. Merancang Interior Kantor Pemasaran sesuai dengan fungsi dan kebutuhan yang menunjang kegiatan pemasaran itu sendiri.

#### **2. Sasaran Perancangan adalah:**

- a. Dari segi komersial perancangan dimaksudkan untuk menarik, mengundang dan menyakinkan calon pembeli.
- b. Dari segi non komersial dimaksudkan untuk memperkuat *image* /citra atau kesan dari ciri Perumahan Pantai Mutiara sebagai hunian eksklusif dan modern di tepi pantai Jakarta (*Modern Sea Side Living*).

## **F. PERMASALAHAN PERANCANGAN.**

Bagaimana menggabungkan kepentingan dan kebutuhan pemakai ruang dengan kepentingan parameter perancangan dalam upaya pencapaian tema dengan memperhatikan aspek sebagai berikut:

### **1. Sirkulasi dan Tata Letak.**

Bagaimana merancang arus sirkulasi dan tata letak yang mendukung aktivitas pengguna ruang.

### **2. Unsur Pembentuk Ruang**

Bagaimana membentuk citra ruang baik secara bentuk, pola, pemilihan material, ornamen dan warna sesuai dengan tema yang telah ditentukan, yaitu tema *modern sea side living*.

### **3. Unsur Pembentuk Ruang**

Bagaimana memilih bahan *finishing*, serta merancang bentuk-bentuk pola pembentuk ruang (lantai, dinding, langit-langit, pintu dan jendela) sesuai dengan kebutuhan ruang kantor sehubungan dengan kenyamanan, kemudahan pemeliharaan, keamanan dan kesan atau suasana yang ditimbulkan bagi pemakai ruang.

#### **4. Tata Kondisional Ruang**

Bagaimana merancang tata kondisional yang sesuai dengan kebutuhan ruang kantor sehubungan dengan kenyamanan, kemudahan pemeliharaan, keamanan dan kesan atau suasana yang ditimbulkan bagi pemakai ruang.

#### **5. Furnitur**

Bagaimana memilih dan merancang furnitur yang sesuai dengan kriteria fungsional, awet (dalam jangka waktu tertentu), ergonomis dan estetis (kesesuaian dengan tema dan suasana).

### **G. CAKUPAN TUGAS.**

Proyek yang akan dikerjakan meliputi cakupan tugas sebagai berikut:

#### **1. Konsep Desain**

#### **2. Gambar Pra Rencana**

- a. Denah skala 1 : 50
- b. Tampak dan Potongan skala 1 : 50

#### **3. Gambar Kerja**

- a. Rencana lantai skala 1 : 50
- b. Rencana dinding skala 1 : 50
- c. Rencana plafon dan elektrikal skala 1 : 50
- d. Rencana Furnitur dan detail yang terdiri dari:
  - 1. Meja *reception*
  - 2. Meja kerja
  - 3. Meja komputer

4. Meja *meeting*

e. Aksesoris

1. Rak brosur

2. Meja komputer presentasi

**4. Gambar perspektip**

1. Ruang *Reception*

2. Ruang Presentasi

3. Ruang *Display* maket

4. Ruang *Technical & Planning*

5. Meja *Reception*

6. Meja *Meeting*

7. Meja Komputer presentasi

8. Rak Brosur

**5. Rencana anggaran biaya**

**6. Maket studi**

**7. Skema Bahan dan Warna**

