

**PENERAPAN *BRAND IDENTITY* “*SIMPLY
RELIABLE*” PADA PERANCANGAN INTERIOR
KANTOR BND TRANSFORMER DI MOJOKERTO**



SKRIPSI

oleh:

Khasna Dafani Nur Shabrina

NIM 2212476023

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
GENAP 2026**

ABSTRAK

Perancangan interior kantor BND Transformer dilatarbelakangi oleh perkembangan perusahaan yang menyebabkan meningkatnya kebutuhan ruang kerja akibat penambahan staf serta intensitas pertemuan dengan relasi bisnis dari dalam maupun luar negeri. Kondisi tersebut memunculkan permasalahan mengenai kebutuhan interior kantor yang mampu mendukung aktivitas kerja secara efektif sekaligus merepresentasikan *Brand Identity* perusahaan. Selain sebagai fasilitas kerja, ruang juga diharapkan dapat mencerminkan karakter perusahaan melalui konsep “*Simply Reliable*” agar tercipta citra perusahaan yang profesional, terorganisir, dan mudah dikenali. Tujuan perancangan ini adalah menciptakan interior kantor yang nyaman, fungsional, dan mampu menunjang produktivitas pengguna ruang, sekaligus memperkuat identitas perusahaan melalui penerapan konsep pada elemen interior. Metode perancangan dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, studi literatur, serta analisis kebutuhan ruang dan karakter perusahaan sebagai dasar pengembangan desain ruang kerja. Hasil perancangan menunjukkan terbentuknya ruang kerja yang lebih terstruktur, adaptif, dan representatif terhadap kebutuhan perusahaan. Penerapan *Brand Identity* diwujudkan melalui penggunaan warna biru dan merah sebagai identitas visual perusahaan serta pemanfaatan *perforated metal* hasil produksi internal perusahaan sebagai elemen interior pendukung konsep *industrial mid-century*. Perancangan interior kantor ini menghasilkan ruang kerja yang tidak hanya fungsional dan efisien, tetapi juga mampu memperkuat citra perusahaan sesuai konsep “*Simply Reliable*”.

Kata kunci: interior kantor, ruang kerja, *Brand Identity*, *Simply Reliable*.

ABSTRACT

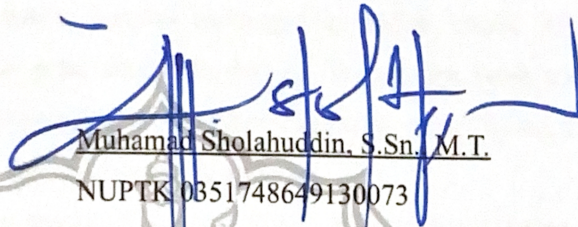
The interior design of the BND Transformer office is based on the company's growth, which has increased the need for workspace due to the addition of staff and the growing intensity of meetings with business partners from both domestic and international backgrounds. This condition raises the issue of creating an office interior that can effectively support work activities while also representing the company's Brand Identity. In addition to functioning as a workspace, the interior is expected to reflect the company's character through the "Simply Reliable" concept in order to create a professional, organized, and recognizable corporate image. The purpose of this design project is to create an office interior that is comfortable, functional, and capable of supporting user productivity, while strengthening the company's identity through the application of design concepts to interior elements. The design method was carried out through field observations, interviews, literature studies, and analysis of spatial requirements and company characteristics as the basis for developing the workspace design. The design results show the creation of a workspace that is more structured, adaptive, and representative of the company's needs. The implementation of Brand Identity is reflected through the use of blue and red as the company's visual identity colors, as well as the utilization of perforated metal from the company's internal production waste as an interior element supporting the industrial mid-century concept. This office interior design produces a workspace that is not only functional and efficient, but also capable of strengthening the company's image in accordance with the "Simply Reliable" concept.

Keywords: *Office interior, workspace, Brand Identity, Simply Reliable.*

Skripsi berjudul:


PENERAPAN *BRAND IDENTITY* “SIMPLY RELIABLE” PADA PERANCANGAN INTERIOR KANTOR BND TRANSFORMER DI MOJOKERTO diajukan oleh Khasna Dafani Nur Shabrina NIM 2212476023, Program Studi S-1 Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90221), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 9 Juni 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Ketua



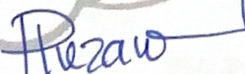
Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NUPTK 0351748649130073

Pembimbing II/Anggota



Pradnya Paramythia, S.Sn., M.A.
NUPTK 5158768669230223

Cognate/Anggota



Riza Septriani Dewi, S.Ds., M.Ds.
NUPTK 6260765666230243

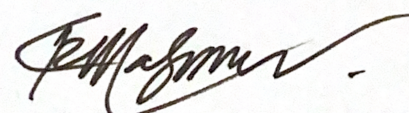
Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NUPTK 0351748649130073

Koordinator Program Studi Desain
Interior



Mahdi Nurcahyo, S.Sn., M.A.
NUPTK 0952769670130332

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khasna Dafani Nur Shabrina
NIM : 2212476023
Tahun lulus : 2026
Program studi : S-1 Desain Interior
Fakultas : Seni Rupa dan Desain

Menyatakan bahwa dalam laporan pertanggungjawaban ilmiah ini yang diajukan untuk memperoleh gelar akademik dari ISI Yogyakarta, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/ lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini.

Sehingga laporan pertanggungjawaban ilmiah adalah benar karya saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 27 Januari 2026



Khasna Dafani Nur Shabrina

NIM 2212476023

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya laporan Tugas Akhir yang berjudul **PENERAPAN BRAND IDENTITY “SIMPLY RELIABLE” PADA PERANCANGAN INTERIOR KANTOR BND TRANSFORMER DI MOJOKERTO** dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
2. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun material selama proses studi.
3. Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T dan Pradhya Paramytha , S.Sn.,M.A. yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan selama proses perancangan dan penyusunan laporan.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Desain Interior Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
5. Brena, Resa, Violin beserta seluruh rekan yang senantiasa hadir memberikan bantuan, semangat, doa, dan dukungan emosional, sehingga setiap tahapan yang dilalui terasa lebih ringan dan berarti.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Akhir kata, penulis berharap laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pengembangan keilmuan di bidang desain interior.

Yogyakarta, 27 Januari 2026

Khasna Dafani Nur Shabrina

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Metode Desain.....	3
1. Proses Desain.....	3
2. Metode Desain.....	3
BAB II PRA DESAIN	
A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Tinjauan Pustaka tentang Objek yang akan didesain.....	8
2. Tinjauan Pustaka Khusus.....	11
B. Program Desain.....	21
1. Tujuan Desain.....	21
2. Sasaran Desain.....	22
3. Data.....	23
a. Deskripsi Umum Proyek.....	23
b. Data Non Fisik.....	25
c. Data Fisik.....	28
d. Data Literatur.....	38
4. Daftar Kebutuhan.....	44

BAB III PERMASALAHAN DESAIN

A. Pernyataan Masalah.....51
B. Ide Solusi Desain..... 51

BAB IV PENGEMBANGAN DESAIN

A. Alternatif Desain..... 53
 1. Alternatif Estetika Ruang..... 53
 2. Alternatif Penataan Ruang..... 61
 3. Alternatif Elemen Pembentuk Ruang.....67
 4. Alternatif Pengisi Ruang..... 69
 5. Alternatif Tata Kondisi Ruang..... 71
B. Evaluasi Pemilihan Desain..... 78
C. Hasil Desain..... 79

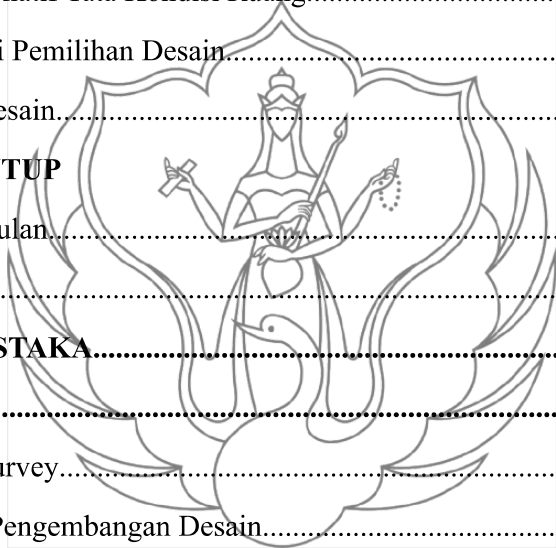
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 83
B. Saran..... 83

DAFTAR PUSTAKA.....84

LAMPIRAN.....87

A. Hasil Survey..... 87
B. Proses Pengembangan Desain..... 91
C. Presentasi Desain/Publikasi/Pameran.....93
D. Rencana Anggaran Biaya 97
D. Gambar Keja 108



DAFTAR GAMBAR

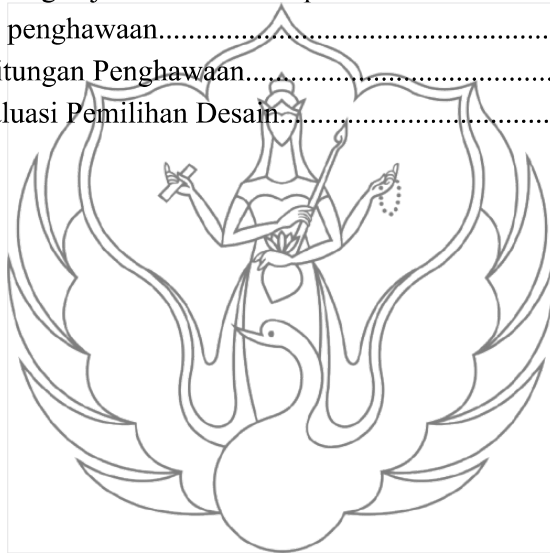
Gambar 1.1. Diagram Proses Desain Rosemary Kilmer.....	14
Gambar 2.1. Corporate identity.....	31
Gambar 2.2. Mind Map.....	32
Gambar 2.3. Logo kantor BND.....	34
Gambar 2.4. Dokumentasi proyek.....	35
Gambar 2.5. Alur Aktivitas.....	37
Gambar 2.6. Surrounding BND Office Mojokerto.....	39
Gambar 2.7. Diagram Matrix.....	40
Gambar 2.8. Layout Lantai 1, Gedung A.....	41
Gambar 2.9. Layout lantai 2, Gedung A.....	43
Gambar 2.10. Layout lantai 3, Gedung A.....	44
Gambar 2.11. Layout Gedung C.....	45
Gambar 2.12. Existing Plafond.....	46
Gambar 2.13. Existing Lantai.....	47
Gambar 2.14. Existing dinding.....	48
Gambar 2.15. Zona interaksi dan sirkulasi pengguna pada meja rapat.....	49
Gambar 2.16. Dimensi Kursi kerja.....	51
Gambar 2.17. Dimensi Cabinet.....	52
Gambar 2.18. Dimensi Executive Desk.....	53
Gambar 4.1. Penerapan Gaya pada Furniture.....	64
Gambar 4.2. Penggunaan material pada lantai.....	65
Gambar 4.3. Penggunaan material pada Plafon.....	66
Gambar 4.4. Penggunaan material pada Dinding.....	67
Gambar 4.5. Suasana ruang.....	68
Gambar 4.6. Alternatif Elemen Dekoratif.....	69
Gambar 4.7. Komposisi warna.....	69
Gambar 4.8. Trafo Amorphous.....	70
Gambar 4.9. Laminated Core.....	71
Gambar 4.10. Laminated Core.....	71
Gambar 4.11. Diagram Matrix.....	72
Gambar 4.12. Bubble plan.....	73
Gambar 4.13. Bubble plan.....	74
Gambar 4.14. Block Plan.....	75
Gambar 4.15. Block plan Terpilih.....	76
Gambar 4.16. Layout Building A 1st Floor.....	77
Gambar 4.17. Layout Building A 2nd Floor.....	77

Gambar 4.18. Layout Building A 3rd Floor.....	77
Gambar 4.19. Rencana Lantai terpilih.....	78
Gambar 4.20. Rencana Lantai.....	78
Gambar 4.21. Rencana Dinding 1.....	79
Gambar 4.22. Rencana Dinding 2 terpilih.....	79
Gambar 4.23. Render Lobby Building A 1st Floor.....	90
Gambar 4.24. Render Prayer Room Building C.....	91
Gambar 4.25. Render Dining Area Building C.....	91
Gambar 4.26. Render Reception Area Building A 1st Floor.....	91
Gambar 4.27. 1st Floor Building A.....	92
Gambar 4.28. 2nd Floor Building A.....	92
Gambar 4.29. 3rd Floor Building A.....	92
Gambar 4.30. Axonometric building A & C.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Komponen & Strategi penerapan brand identity.....	26
Tabel 2.2 Data pengguna ruang.....	38
Tabel 2.3 Daftar kebutuhan ruang.....	54
Tabel 4.1 Analisis Kriteria Bubble Plan.....	73
Tabel 4.2 Analisis Kriteria Block Plan.....	75
Tabel 4.3 Analisis Kriteria Rencana lantai.....	78
Tabel 4.4 furnitur pengisi ruang.....	79
Tabel 4.5 elemen dekoratif pengisi ruang.....	80
Tabel 4.6 jenis pencahayaan yang digunakan.....	81
Tabel 4.7 Perhitungan jumlah Titik Lampu.....	82
Tabel 4.8 Jenis penghawaan.....	85
Tabel 4.9 Perhitungan Penghawaan.....	85
Tabel 4.10 Evaluasi Pemilihan Desain.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perusahaan yang semakin pesat menuntut adanya penyesuaian terhadap kebutuhan ruang kerja yang lebih memadai dan terstruktur. BND sebagai perusahaan yang terus mengalami ekspansi menghadapi peningkatan jumlah staf serta intensitas kerja sama dengan *supplier* dan *buyer*, termasuk tamu dari luar negeri. Kondisi ini mendorong kebutuhan akan gedung kantor baru yang mampu mengakomodasi aktivitas kerja secara optimal sekaligus menghadirkan citra profesional yang representatif. Identitas korporat juga merupakan aspek penting dalam perancangan interior, dengan tujuan untuk membuat para pengguna ruang memahami citra dari perusahaan melalui implementasi dalam setiap elemen interior (Togar Mulya Raja et al., 2020,). Kondisi ini membuat perancangan interior kantor menjadi aspek penting bagi perusahaan energi modern. Berdasarkan urgensi ini, saya memilih kantor BND sebagai objek pra-Tugas Akhir karena proyek ini memiliki potensi kuat untuk mengintegrasikan kebutuhan fungsional perusahaan energi modern dengan penguatan identitas korporat melalui desain interior.

PT Bambang Djaja atau yang lebih dikenal sebagai BND Transformer merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang produksi transformator tenaga, transformator distribusi, dan transformator instrumen di Indonesia, Sebagai perusahaan manufaktur transformator dan sistem kelistrikan, kantor BND berfungsi sebagai pusat pengelolaan administrasi perusahaan, koordinasi operasional dan proyek, serta sarana komunikasi dengan klien, supplier, dan mitra industri. Dalam mendukung aktivitas tersebut, kantor memiliki peran penting sebagai ruang kerja yang mampu menunjang produktivitas, efektivitas koordinasi, serta mencerminkan profesionalitas dan identitas perusahaan. Kantor pada dasarnya merupakan ruang yang digunakan untuk aktivitas organisasi mulai dari administrasi, koordinasi, hingga pengambilan keputusan dan tata ruangnya berperan penting dalam mendukung efektivitas kerja.

Kantor menjadi sebuah wadah atau tempat untuk melakukan pekerjaan pada sebuah perusahaan (Ayu Nurbaiti, 2022). Dalam konteks industri energi yang menuntut ketepatan dan keandalan tinggi, ruang kantor seperti di BND perlu dirancang secara fungsional dan profesional untuk mendukung proses pengambilan keputusan serta memperkuat citra perusahaan di mata *stakeholder*.

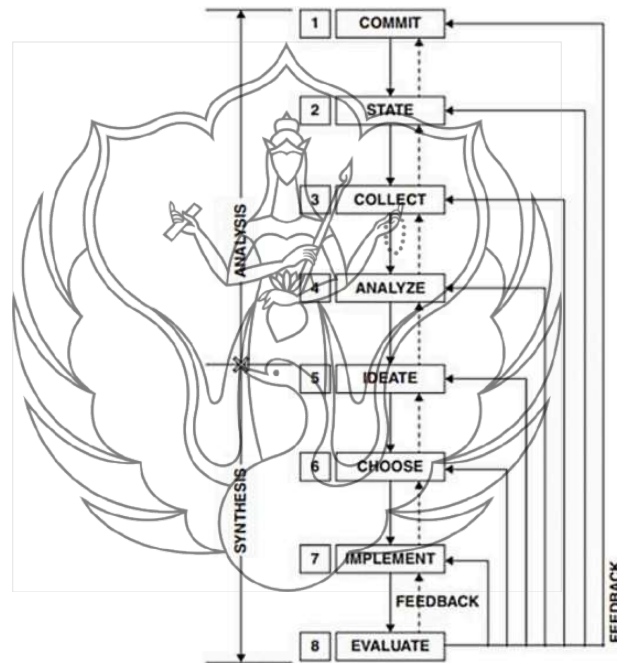
Brand identity BND, yaitu “*Simply Reliable*”, mencerminkan nilai keandalan, konsistensi, dan kesederhanaan dalam pelayanan maupun proses kerja perusahaan. Nilai ini disampaikan oleh pihak perusahaan sebagai arahan dasar (*design brief*) dalam proses perancangan. Hal ini adalah salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan dapat dikenalnya perusahaan tersebut oleh masyarakat dan konsumennya (Togar Mulya Raja et al., 2020). Dalam konteks desain interior, nilai-nilai tersebut dapat diterjemahkan melalui penggunaan warna, material, tata ruang, hingga elemen grafis yang mendukung kesan stabil, profesional, dan mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa elemen interior dapat berfungsi sebagai media penyampaian identitas perusahaan kepada pengguna ruang. Pendekatan interior *brand identity* juga dinilai mampu menciptakan pengalaman ruang yang selaras dengan citra perusahaan, sehingga nilai “*Simply Reliable*” berpotensi diwujudkan melalui desain interior yang fungsional, terstruktur, dan merepresentasikan keandalan perusahaan.

Perancangan interior kantor BND di Mojokerto menjadi relevan untuk diangkat sebagai objek PRA-TA karena kebutuhan perusahaan untuk menampilkan identitas perusahaan melalui ruang kerjanya sejalan dengan perkembangan tren desain interior korporat. Penerapan identitas perusahaan dalam interior memungkinkan ruang kerja berfungsi sebagai media komunikasi visual yang memperjelas karakter dan citra perusahaan di mata pengguna maupun pengunjung (Nur Arief Hapsoro & Zetta Andalusia Zahra, 2022). Dalam konteks BND yang membawa identitas “*Simply Reliable*”, ruang kantor tidak sekadar area kerja tetapi harus mampu mewujudkan kesan keandalan, kesederhanaan, dan konsistensi melalui elemen visual, tata ruang, dan atmosfer ruang. Urgensi inilah yang menjadikan perancangan ulang interior kantor BND sebagai proyek yang penting untuk dikaji, sekaligus menjadi dasar pemilihan objek ini sebagai fokus Tugas Akhir.

B. Metode Desain

1. Proses Desain

Dalam Perancangan Interior Kantor BND Transformer sebagai Representasi Perusahaan Energi Modern di Mojokerto, metode perancangan yang digunakan mengacu pada buku *Designing Interiors* oleh Rosemary Kilmer (2014). Kilmer menjelaskan bahwa proses desain terdiri dari dua tahap utama, yaitu tahap analisis (*programming*) dan tahap sintesis (*designing*). Tahap analisis meliputi langkah-langkah *commit*, *state*, *collect*, dan *analyze*, sedangkan tahap sintesis mencakup langkah-langkah *ideate*, *choose*, *implement*, dan *evaluate*.



Gambar 1.1 Diagram Proses Desain Rosemary Kilmer
(sumber: *Rosemary Kilmer, 2014*)

2. Metode Desain

a. Pengumpulan Data & Penelusuran Masalah

Tahap analisis dalam perancangan interior kantor ini bertujuan untuk memahami kebutuhan pengguna, karakteristik perusahaan, dan konteks ruang yang ada, sehingga desain yang dihasilkan dapat mewakili *brand identity* “*Simply Reliable*” secara

optimal. Berdasarkan kerangka dari Kilmer (2014), proses analisis dilakukan melalui beberapa langkah:

1) *Commit* (Pemahaman dan Penerimaan Permasalahan)

Pada tahap ini, dilakukan penetapan tujuan perancangan dan batasan ruang lingkup proyek. Penetapan ini mencakup identifikasi visi misi perusahaan, nilai-nilai perusahaan, dan fungsi ruang yang dibutuhkan, sehingga perancangan interior dapat selaras dengan citra perusahaan sebagai perusahaan energi modern yang andal.

2) *State* (Pendefinisian Masalah)

Dilakukan identifikasi permasalahan dan kebutuhan spesifik ruang kantor, termasuk kendala fisik ruang, alur aktivitas, dan interaksi antar pengguna. Tahap ini membantu menentukan fokus utama perancangan agar desain yang dihasilkan fungsional dan mendukung produktivitas.

3) *Collect* (Pengumpulan Data)

Perancang perlu melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur untuk memahami kondisi ruang eksisting, kebutuhan serta preferensi pengguna, dan penerapan identitas brand dalam desain interior kantor.

4) *Analyze* (Analisis Data dan Masalah)

Data yang diperoleh dianalisis untuk menemukan pola, prioritas kebutuhan, dan permasalahan yang perlu diatasi. Hasil analisis ini menjadi dasar pengambilan keputusan dalam tahap sintesis desain, termasuk penentuan konsep ruang, *layout*, dan elemen identitas visual yang akan diterapkan.

b. Metode Pembangkitan Ide dan Pengembangan Desain (Sintesis)

Dalam tahap pengembangan desain interior kantor BND Transformer, ide-ide dirancang untuk menciptakan ruang yang fungsional, nyaman, serta mampu merefleksikan *brand identity* “*Simply Reliable*”. Pengembangan konsep juga mempertimbangkan kebutuhan perusahaan yang sedang mengalami ekspansi, termasuk penambahan staf serta peningkatan intensitas pertemuan dengan *supplier*, *buyer*, dan tamu dari luar negeri. Oleh karena itu, setiap area direncanakan secara terstruktur, mulai dari zona kerja utama, ruang kolaborasi, hingga area pertemuan yang bersifat representatif. Penataan furnitur, pemilihan material, dan pencahayaan disesuaikan untuk menghadirkan suasana profesional, modern, dan kredibel. Sirkulasi ruang diatur agar pergerakan staf tetap lancar serta area penting seperti resepsionis dan ruang meeting memiliki penekanan visual yang kuat sebagai bagian dari representasi perusahaan. Penerapan warna biru dan merah sebagai *brand color* BND diintegrasikan pada elemen interior tertentu untuk memperkuat identitas visual perusahaan sesuai arahan klien.

Selain itu, dalam tahap sintesis juga dipertimbangkan strategi efisiensi dan optimalisasi potensi internal perusahaan, salah satunya melalui pemanfaatan material *perforated metal* hasil produksi mesin *punching* sebagai elemen desain interior. Pendekatan ini mendukung karakter *industrial mid century* sekaligus meningkatkan efektivitas biaya dan waktu pelaksanaan. Tahapan sintesis meliputi pembangkitan ide, pemilihan konsep terbaik, pengembangan desain rinci, serta evaluasi kesesuaian desain terhadap kebutuhan pengguna, identitas perusahaan, dan aspek efisiensi pelaksanaan. Berikut adalah tahap-tahap yang akan dilaksanakan pada fase sintesis:

1) *Ideate* (Pembangkitan Ide)

Perancang mengembangkan berbagai alternatif konsep desain interior berdasarkan hasil analisis. Fokus pada penciptaan ruang yang fungsional, nyaman, dan mampu merepresentasikan *brand identity* “*Simply Reliable*”. Selain itu, Kilmer (2014) menyatakan bahwa proses pencarian ide dalam perancangan terdiri dari dua tahap utama:

a) *Drawing Phase*

Tahap ini meliputi pembuatan sketsa awal, diagram, dan visualisasi sederhana untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan bentuk, *layout*, dan penataan ruang.

Tujuannya adalah menemukan ide awal secara bebas dan kreatif.

b) *Concept Statement*

Setelah ide awal terkumpul, tahap ini fokus pada perumusan konsep desain yang jelas dan terarah. *Concept statement* menjelaskan gagasan utama, tujuan desain, serta bagaimana desain akan merepresentasikan *brand identity* dan memenuhi kebutuhan pengguna.

2) *Choose* (Pemilihan Alternatif Desain)

Dari ide-ide yang dihasilkan, dipilih konsep yang paling sesuai dengan kebutuhan pengguna, alur aktivitas kantor, dan karakter perusahaan. Pemilihan ini mempertimbangkan aspek fungsional, estetika, dan konsistensi.

3) *Implement* (Pengembangan Desain Detail)

Konsep terpilih dikembangkan menjadi desain rinci, meliputi layout ruang, penataan furnitur, pencahayaan, material, dan elemen identitas visual. Hasilnya divisualisasikan melalui denah, perspektif, atau gambar presentasi untuk kemudian dievaluasi.

c. Metode Evaluasi Penentuan Desain Terpilih

Pada tahap evaluasi konsep, setiap alternatif desain dinilai berdasarkan kriteria yang mampu memperkuat representasi *brand identity* secara konsisten di dalam interior, sekaligus menjawab kebutuhan ekspansi dan peningkatan aktivitas perusahaan. Kriteria tersebut mencakup sejauh mana desain mampu mengekspresikan nilai “*Simply Reliable*” melalui kesan reliabilitas, presisi, stabilitas, dan profesionalisme; kesesuaian penerapan warna biru dan merah sebagai warna pada elemen-elemen strategis; serta kemampuan ruang dalam membangun citra representatif bagi tamu luar negeri, *supplier*, dan *buyer*.

Selain itu, evaluasi juga mempertimbangkan efektivitas tata ruang dalam mendukung penambahan staf dan kelancaran sirkulasi kerja, termasuk kejelasan zonasi antara area kerja internal dan area penerima tamu. Penggunaan material turut menjadi aspek penilaian, khususnya pemilihan material yang mendukung karakter *industrial mid-century* serta optimalisasi potensi internal perusahaan, seperti pemanfaatan panel *perforated metal* sebagai bagian dari strategi efisiensi. Integrasi elemen branding pada jalur sirkulasi utama dan area resepsionis dinilai penting karena menjadi titik kontak visual pertama yang membentuk persepsi perusahaan. Seluruh kriteria ini disusun agar desain terpilih tidak hanya memenuhi aspek estetika, tetapi juga fungsional, representatif, efisien, dan selaras dengan identitas perusahaan.