

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT. Japfa Indoland merupakan anak perusahaan dari PT. Japfa yang bergerak di bidang konsultan perencanaan. Saat ini, perusahaan sedang menambah pegawai sehingga banyak pegawai baru yang bergabung, namun hal ini menyebabkan ruang kantor lama tidak mencukupi untuk menampung para pegawai. Kondisi ini menjadi kendala bagi kantor konsultan arsitektur, di mana pertemuan antara pengguna jasa desain dan pegawai dilakukan untuk menghasilkan desain yang lebih baik.

Beberapa masalah yang dihadapi kantor PT. Japfa Indoland antara lain luasan ruang kantor yang belum sesuai dengan standar kantor konsultan perencanaan, sehingga diperlukan perancangan baru pada kantor baru untuk memenuhi standar tersebut. Selain itu, ukuran furnitur yang belum sesuai dengan standar antropometri juga memerlukan desain baru. Alur sirkulasi dan penataan furnitur di dalam kantor juga belum efisien dan belum sesuai dengan organisasi ruang yang tepat, mengakibatkan kurangnya efisiensi dan interaksi antara pegawai dari berbagai bagian. Sehingga, perlu dipilih organisasi ruang yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.

Kantor lama PT. Japfa Indoland belum mencerminkan visi dan misi dari brand Japfa dalam visualisasi interiornya. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan branding dari brand Japfa dalam perancangan interior kantor PT. Japfa Indoland untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan brand Japfa dan memudahkan kerja para pegawai. Diharapkan dengan perancangan baru, kantor PT. Japfa Indoland akan menjadi kantor konsultan arsitektur, interior, dan properti yang memenuhi standar ergonomi dan antropometri, sehingga memberikan kenyamanan bagi pegawai dan hasil desain yang lebih baik dan maksimal bagi pengguna jasa desain.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Keterbatasan ruang kantor lama akibat penambahan pegawai baru menjadi kendala bagi PT. Japfa Indoland sebagai kantor konsultan arsitektur.
2. Kebutuhan luasan ruang kantor yang tidak sesuai standar konsultan perencanaan dan ukuran furnitur yang belum memenuhi standar antropometri memerlukan perancangan baru.
3. Alur sirkulasi dan penataan furnitur di dalam kantor belum efisien dan tidak sesuai dengan organisasi ruang yang tepat.
4. Kurangnya representasi visi dan misi brand Japfa dalam visualisasi interior kantor lama PT. Japfa Indoland menuntut pendekatan branding dari brand Japfa dalam perancangan interior.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengatasi keterbatasan ruang kantor lama pada kantor baru akibat penambahan pegawai baru agar sesuai dengan kebutuhan PT. Japfa Indoland sebagai kantor konsultan arsitektur?
2. Bagaimana merancang ulang luasan ruang kantor dan ukuran furnitur agar sesuai dengan standar konsultan perencanaan dan antropometri yang dibutuhkan?
3. Bagaimana meningkatkan efisiensi alur sirkulasi dan penataan furnitur di dalam kantor untuk mencapai organisasi ruang yang tepat?
4. Bagaimana mengimplementasikan pendekatan branding dari brand Japfa dalam perancangan interior kantor untuk mencerminkan visi dan misi perusahaan secara optimal?

1.4. Tujuan dan Sasaran Perancangan

Dari permasalahan dan ringkasan di atas, terdapat tujuan dan sasaran yang menjadi target utama dalam perancangan kantor PT. Japfa Indoland di Jakarta Barat, yang mencakup:

1.4.1. Tujuan Perancangan

1. Memperoleh usulan dan tugas akhir yang jelas dan layak.
2. Memaksimalkan fungsi utama kantor PT. Japfa Indoland.
3. Mendapatkan desain interior kantor yang optimal untuk mendukung aktivitas pelayanan dan memfasilitasi pegawai serta pengguna jasa.

4. Menciptakan daya tarik pada kantor PT. Japfa Indoland dengan memperkenalkan brand Japfa, sehingga memudahkan pengguna jasa dalam memperoleh hasil desain.

1.4.2. Sasaran

1. Menyusun usulan perancangan interior kantor PT. Japfa Indoland di Jakarta Barat sesuai dengan panduan perancangan yang telah ditetapkan.
2. Memprioritaskan fungsi utama kantor PT. Japfa Indoland sebagai kantor konsultan.
3. Menerapkan desain interior kantor PT. Japfa Indoland sesuai dengan identitas brand Japfa.

1.5. Batasan Perancangan

Adapun batasan-batasan perancangan yang harus dipenuhi:

Luasan Perancangan : 5.169,6547 m²

Area Perancangan :

Area Perancangan	Branding	Filosofi	Output Design
Ruang Resepsionis	1. Bentuk Logo Japfa Unsur Happy Man 2. Salah Satu Poin Visi Misi Japfa yang Terkemuka 3. Warna Orange dari Logo Japfa	1. Makna tentang gaya hidup sehat penuh vitalis, energi dan antusiasme sehingga penerapan di ruang resepsionis di nilai sangat ideal 2. Terkemuka memiliki makna yang di lansir dari website resmi japfa adalah menjadi yang utama dan selalu di ingat. 3. Warna orange pada logo japfa memiliki makna kehangatan serta vitalitas energi.	1. Meja resepsionis seperti bentuk happy man 2. Seluruh elemen interior di maksimalkan dan menjadi desain yang terkemuka 3. Penerapan warna orange menjadi aksen di area resepsionis
Ruang Lobby	Bentuk Logo Japfa Unsur Elips	makna tentang dunia yang dinamis, dan juga konsep globalisasi	1. Bentuk furnitur yang di adopsi dari logo elips 2. Warna orange di jadikan aksen
Ruang Meeting	Beberapa poin japfa yaitu terpercaya, terjangkau, berpengalaman.	1. Terpercaya, yang mana dapat di andalkan, bertanggung jawab serta konsisten 2. Terjangkau, yang mengutamakan masyarakat luas, kualitas baik. 2. Berpengalaman, sudah 58 Tahun dan sudah teruji di Asia	1. Salah satu ruang meeting yang di gunakan untuk pengguna jasa di buat sangat profesional dengan kesan yang penuh keseriusan dalam bekerja. 2. Salah satu ruang meeting yang di gunakan untuk pengguna jasa di buat sederhana namun compact. 3. Beberapa ruang meeting yang secara pengguna ruang nya khusus untuk direktur dan dewan komisaris.

Ruang Kerja	Salah satu poin visi misi Japfa yang Kerja sama	1. bekerja sama dan saling membantu tanpa di minta 2. koordinasi yang sempurna 3. berkorporasi sebagai satu kesatuan	1. Ruang kerja di buat open plan 2. Area sirkulasi di buat luas 3. Pembagian area di sesuaikan dengan kebutuhan antar bagian di perusahaan.
Area Cafe	Warna orange dari logo Japfa	Warna orange pada logo Japfa memiliki makna kehangatan serta vitalitas energi.	1. Dinding di buat warna orange 2. Bentuk meja menyerupai elemen elips dan orange pada logo Japfa
Perpustakaan	Bentuk Logo Japfa Unsur Telur.	Makna tentang sejarah awal bisnis Japfa di bidang perunggasan.	1. Bentuk pola lantai yang di buat seperti bentuk telur. 2. Warna ruang putih mendominasi. 3. Bentuk rak buku yang mengelilingi ruang.

Tabel 1.1. Tabel area perancangan PT. Japfa Indoland
Sumber : Dokumen peneliti

Jenis Kantor	: Kantor Konsultan Perencana
Pendekatan Desain	: Branding Japfa
Branding yang diangkat	: Identitas Brand Japfa sebagai induk perusahaan dari PT. Japfa Indoland, menerapkan enam poin pada visi misi Japfa, yaitu Terkemuka, Terpercaya, Produk Berkualitas, Terjangkau, Kerjasama, Berpengalaman, dan Kesatuan antar elemen.
Standarisasi	: Data Arsitek, Standar Pemerintah, regulasi PT. Japfa
Pengguna	: Pegawai PT. Japfa Indoland, Pengguna Jasa PT. Japfa Indoland dan Tamu PT. Japfa Indoland
Peraturan	: Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2020 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017

1.6. Manfaat Perancangan

1.6.1. Masyarakat

Peningkatan kesempatan kerja, kualitas layanan yang lebih baik, pusat inovasi dan kreativitas, kontribusi pada pembangunan kota, serta penyediaan informasi dan bahan pustaka berkualitas bagi masyarakat.

1.6.2. Komunitas

Disediakan fasilitas untuk mengembangkan keahlian melalui interaksi sosial dan berbagai aktivitas guna mencapai tujuan bersama. Ruang komunitas membantu menyebarkan informasi dengan cepat, memberikan dukungan saling antar rekan kerja, mendorong kerjasama, dan memperbarui ide dengan informasi berbasis waktu.

1.6.3. Institusi

Memberikan dukungan kepada masyarakat untuk menyebarkan bahan pustaka, di mana desain ini memiliki pendekatan branding untuk memaknai ruang kantor dan dapat menjadi acuan bagi pembaca dalam perancangan ruang kantor menggunakan metode pendekatan branding yang kualitatif.

1.6.4. Bidang Ilmu Interior

Memberikan informasi yang mengatasi permasalahan umum dan solusi desain. Selain itu, memberikan standarisasi perancangan interior kantor yang sesuai dengan kebutuhan dan aktivitas pengguna ruang.

1.7. Metode Perancangan

Penelitian perancangan ini menggunakan metode kualitatif untuk mengeksplorasi dan memahami makna masalah sosial serta masalah yang terkait perancangan. Metode ini melibatkan pengajuan pertanyaan dan prosedur, pengumpulan informasi dari berbagai sumber dan partisipan, analisis data secara induktif, dan interpretasi makna data. Dalam studi kasus, langkah-langkah berikut dilakukan:

a. Pencarian Data berdasarkan Proyek yang diambil

- **Survey Site**

Survey lapangan untuk mengumpulkan data mengenai lokasi yang akan dibangun. Menganalisis dari orientasi tempat baik eksternal maupun internal bangunan, aksesibilitas, arah mata angin, arah matahari, dan view.

- **Studi Literatur**

Suatu bentuk pengumpulan data yang berkaitan dengan Kantor yang menerapkan penerapan Branding.

- **Survey**

Survey lapangan untuk mengumpulkan data dan informasi lain mengenai Kantor. Data tersebut mencakup aktivitas apa saja yang dilakukan di Kantor baik oleh pengguna jasa maupun pegawai, fasilitas apa saja yang diperlukan di kantor konsultan perencanaan, dan ruang penunjang apa saja yang dibutuhkan di kantor konsultan perencanaan.

- Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk pengumpulan data untuk mendapatkan informasi lain mengenai kantor yang sedang di survey. Wawancara ini dilakukan kepada pihak Kantor PT. Japfa Indoland untuk mendapatkan data mengenai berapa jumlah pegawai yang bekerja dan pengguna jasa yang datang serta tamu yang berkunjung ke kantor PT. Japfa Indoland.

b. Masalah

Menemukan masalah di sekitar baik terhadap pengguna maupun lingkungan sekitar.

c. Pemecahan Masalah

Pemecahan masalah berdasarkan desain.

d. Analisis

Menganalisis masalah-masalah serta pemecahan masalah di sekitar cakupan desain.
Menganalisis kebutuhan ruang apa saja yang dibutuhkan.

e. Programming

Membuat data kebutuhan ruang, zoning blocking, dan tabel kedekatan ruang.

f. Pendekatan Desain

Pada tahap ini, menentukan pendekatan desain yang cocok dan berfungsi sebagai sarana untuk memecahkan permasalahan dalam desain. Sebagai solusi untuk menciptakan suatu desain yang lebih baik.

g. Konsep

Setelah menentukan pendekatan desain, tahap selanjutnya adalah menentukan konsep desain yang berhubungan dengan pendekatan yang diterapkan.

h. Desain Awal

Pada tahap ini, menentukan bentukan secara kasar ide perancangan yang akan dibuat.

i. Desain Alternatif

Pada tahap ini, desain telah diciptakan dan diterapkan pada perancangan.

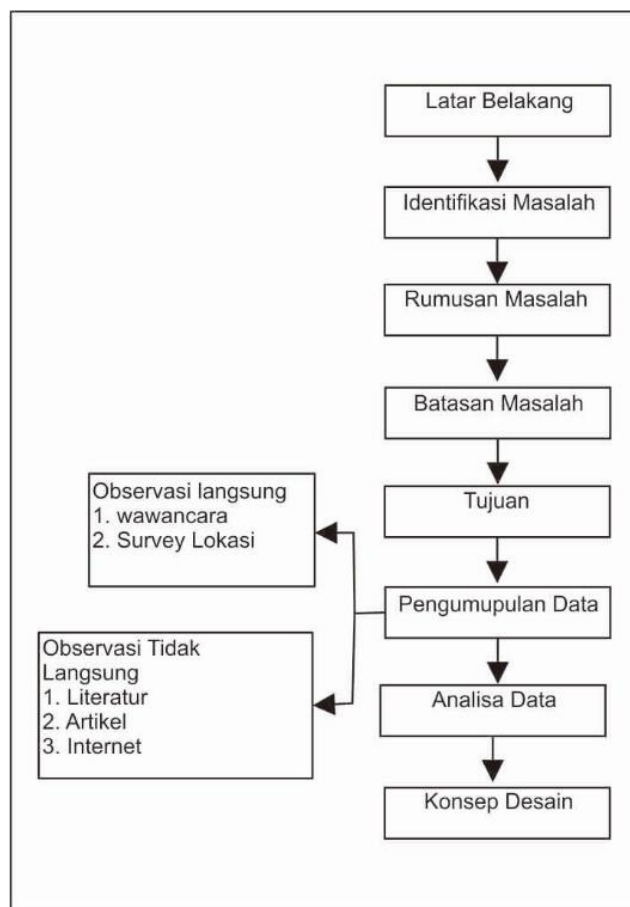
j. Pengembangan desain

Pada tahap ini, merupakan pelengkap dari komponen desain yang kurang dan masih perlu dikembangkan agar lebih baik lagi.

k. Desain Akhir

Jika seluruh tahap telah terlaksanakan, maka pada tahap ini, berupa sketsa 3D menggunakan software sketchup, gambar teknik menggunakan software autocad dan maket (presentasi hasil perancangan)

1.8.Kerangka Berpikir



1.9.Sistematika Penulisan

1.9.1. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang perancangan Kantor PT. Japfa Indoland, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, serta sistematika pembahasan.

1.9.2. BAB 2 KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini akan dijelaskan literatur mengenai kantor PT. Japfa Indoland, yang mencakup persyaratan fasilitas infrastruktur fisik ruang kreatif, standarisasi proyek, dan pendekatan desain menggunakan pendekatan branding dari Japfa.

1.9.3. BAB 3 DESKRIPSI PROYEK DAN ANALISIS PROYEK

Pada bab ini akan dijelaskan deskripsi proyek mulai dari latar belakang, tujuan, pengguna, dan lokasi. Selain itu, dilakukan studi banding dari 3 objek sebagai penguat konsep branding pada perancangan.

1.9.4. BAB 4 TEMA DAN KONSEP PERNACANGAN

Pada bab ini akan dijelaskan pendekatan desain yang akan diterapkan, serta uraian-uraian mengenai tema dan konsep perancangan.

1.9.5. BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan dari perancangan yang merupakan hasil dari solusi terhadap permasalahan-permasalahan pada proyek PT. Japfa Indoland. Selain itu, terdapat saran-saran yang bersifat membangun bagi pihak-pihak yang terlibat.

1.9.6. DAFTAR PUSTAKA

1.9.7. LAMPIRAN-LAMPIRAN