

DESCRIPTION OF COLOR TO CREATE A CREATIVE SPACE FOR POST-PRODUCTION
HOUSE INTERIOR DESIGN of INKTERVAL PRODUCTION

Muhammad Arief Budiman / 1403134122

082118813070, arifdeo2016@gmail.com, @Ariefdeo

Ahmad Nur Sheha Gunawan S.T., M.T. , Tri Haryotedjo, Drs., M.Ds

Program Studi S1 Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung, 2019

ABSTRAK

Warna merupakan unsur penting dalam desain. Setiap warna mampu memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai kondisi sosial pengamatnya. Komposisi dan kombinasi warna pada interior bangunan akan menciptakan persepsi bagi pengguna bangunan tersebut.

Rumah Produksi Inkterval Production sebagai tempat berlangsungnya kegiatan kerja kreatif tentunya memerlukan *image* pada kantornya yaitu kantor kreatif. Stimulus kreatifitas pada penggunaannya tidak hanya bergantung pada bidang kerjanya, namun juga kondisi lingkungan dimana pgunanya sehari-hari melakukan kegiatan. Lingkungan mengandung rangsang yang kemudian ditanggapi manusia dalam bentuk respon tertentu.

Pada studi kasus perancangan kantor post-produksi Inkterval Production ini dilakukan kajian untuk memperoleh aplikasi warna terbaik pada interiornya. Dan dari hasil kajian diketahui bahwa warna-warna tertentu dapat memicu kreatifitas, dan pada akhirnya akan menjadi stimulus dan optimalisasi pada kegiatan kerjanya.

Kata Kunci: Warna, Kantor Kreatif, Perancangan Interior.

ABSTRACT

The character Color is an important element in design. Each color is able to give a certain impression and identity according to the observer's social conditions. The composition and color combination in the interior of a building will create a perception for users of the building.

The Inkterval Production House as a place for creative work activities certainly needs an image in its office that is a creative office. The stimulation of creativity on its users does not only depend on the field of work, but also the environmental conditions in which the users carry out work activities. The environment contains stimuli which are then responded to by humans in the form of certain responses.

In this case study the design of the Inkterval Production post-production office, a study was conducted to obtain the best color application in the interior. And from the results of the study note that certain colors can trigger creativity, and ultimately will be a stimulus and optimization in its work activities.

Keywords: Color, Creative Office, Interior Design.

Kantor Inkterval Production yang berlokasi di daerah Kemang Utara X Jakarta Selatan pada awalnya difungsikan sebagai pusat kegiatan utama produksi berupa editing film atau post-produksi, keterbatasan pada kebutuhan akan aktivitas *editing* / post-produksi tidak memungkinkan kapasitas kantor untuk digunakan secara masal. Kantor Inkterval Production kini hanya mampu menampung aktivitas teknis produksi berupa *workshop* yaitu studio teknis berupa tempat rekam foto dan casting pra-produksi.

Kegiatan kerja post-produksi di dalam sebuah *Production House* Inkterval Production dibagi menjadi 2 kategori, yaitu bidang kerja kreatif dan kerja administratif. Bidang kerja kreatif dalam Inkterval Production hampir mirip dengan apa yang terdapat pada kantor biro iklan atau studio film, hanya saja memiliki cakupan disiplin ilmu yang lebih luas dan terbuka dalam hal pengembangan ide kreatif suatu program / proyek, dengan tuntutan dan pengkhususan sarana dan prasarana kerja yang mengakomodasi tiap keahlian staff kreatifnya. Bidang kerja administratif Inkterval Production meliputi pekerjaan yang biasa ditemukan pada kantor-kantor konvensional seperti kesekretariatan, pemasaran, kepegawaian, dan managerial perusahaan. Secara Umum sebuah *production house* memiliki cakupan tugas meng-*create* berikut melakukan penelitian dan pengembangan kreatif beserta dampak ekonomi, sosial, dan budaya sebuah program.

Semakin meningkatnya kolaborasi kerja antara perusahaan Inkterval Production dengan beberapa rekan bisnisnya berdampak pada bertambahnya kebutuhan akan sarana dan prasarana kerja kantornya, hal ini ditandai dengan adanya peningkatan pengunjung dan kesibukan pada kantornya. Bangunan yang menjadi kantor satu-satunya Inkterval Production melakukan kegiatan post-produksi berupa editing film dan pelayanan pra-proyek kepada klien ini membutuhkan dukungan sarana dan prasarana baru yang mencukupi, salah satu hal penunjang tersebut adalah kantor yang dapat mengakomodasi segala aktivitas dan lalu lintas kerja post-produksi didalamnya.

Inkterval Production melakukan pengoptimalisasian kinerja yang diprioritaskan pada unit kerja post-produksi berupa perancangan kantor baru yang berbeda lokasi guna menampung kegiatan kerja di kantor semula dan untuk menyeimbangkan semua kolaborasi kerja produksi yang ada. Berdasar tuntutan tersebut maka diperlukannya peran desain interior pada perancangan tataruang kantor ke-2 yang berlokasi di lantai 7 gedung perkantoran Office 8 Park Jl Sultan Iskandar Muda Jakarta Selatan. Perancangan ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa hasil perancangan nantinya dapat mewujudkan *image* Inkterval Production sebagai kantor kreatif dari setiap sisi ruang kantornya melalui pemilihan dan permainan penerapan warna.

Warna pada logo perusahaan inkterval production mengadopsi nilai-nilai simbolis dari perusahaan dan kegiatan kerjanya, dianalogikan sebagai warna skunder sebagai biasan dari warna primer, yang mencerminkan kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berfikir kreatif serta kemampuan untuk mengkolaborasi suatu gagasan, kreativitas merupakan salah satu kemampuan manusia yang dapat membantu kemampuan-kemampuan lain yang dimiliki oleh individu dan kemudian dijadikan ide gagasan dalam konsep perancangan.

“Konsep perancangan yang mengambil kolaborasi (kerjasama) antara manusia dengan lingkungan kerjanya sebagai bentuk ataupun sistem penyusun tataruang bangunan yang dipadukan dengan gagasan rancangan baru berupa program ruang teratur.”

• **Production House (Rumah Produksi)**

Rumah Produksi atau biasa disebut “*Production-House*” (PH) adalah perusahaan pembuatan rekaman film atau perusahaan pembuatan rekaman audio yang kegiatan utamanya membuat rekaman acara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran. *Production House* berasal dari bahasa Inggris, *production* di ambil dari kata *product* yang berarti hasil, pembuatan, penerapan, produksi, dan *house* yang berarti rumah, tempat, griya, kediaman. *Production House* sebuah sekumpulan orang yang melakukan kegiatan memproduksi jasa pembuatan tayangan-tayangan / film atau bentuk audiovisual lainnya, dengan menggunakan alat dan sistem kerja yang teratur untuk mendapatkan keuntungan dari jasa yang di jualnya. Rumah produksi bisa di masukkan dalam jenis usaha. Dengan kata lain, rumah produksi adalah perusahaan Jasa. Suatu perusahaan adalah suatu bentuk badan usaha yang lebih menekankan pada profit atau keuntungan profit atau keuntungan bisa datang dari barang atau jasa yang di tawarkan dengan memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

○ **Penegasan Istilah Rumah Produksi**

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, Rumah produksi adalah dua kata yang terdiri dari “rumah” dan “produksi”. “rumah produksi” adalah gabungan frase dari kata lema (rumah) dan di ikuti oleh bentuk derivasinya sebagai kata sublema (produksi).

Dengan arti dari masing-masing kata adalah ;

- **Rumah**, 1 bangunan untuk tempat tinggal; 2 bangunan pada umumnya (seperti Gedung dsb).
- **Produksi**, 1 hasil; penghasilan; barang yang di buat atau dihasilkan; 2 kegiatan untuk menimblkan atau menambah faedah / nilai barang atau jasa.

○ **Kantor Kreatif & Studio**

1. Kantor

Secara etimologis kantor berasal dari bahasa Belanda yaitu “kantoor”, yang maknanya: ruang tempat bekerja, tempat kedudukan pimpinan, jawatan instansi dan sebagainya. Dalam bahasa Inggris “office” memiliki makna yaitu: tempat memberikan pelayanan (service), posisi, atau ruang tempat kerja.

2. Studio

Studio dalam kamus besar Indonesia atau yang disingkat KBBI adalah

- Ruang tempat bekerja (bagi penulis, tukang foto, dan sebagainya).
- 2 ruang yang dipakai untuk menyiarkan acara radio atau televisi; 3. Tempat

3. Warna dan kreatifitas

kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Menurut Moreno dalam Slameto yang penting dalam kreativitas itu bukan hanya penemuan sesuatu yang belum pernah diketahui orang sebelumnya, melainkan bahwa produk kreativitas itu merupakan sesuatu yang baru bagi diri sendiri dan tidak harus merupakan sesuatu yang baru bagi orang lain atau dunia pada umumnya

“Kreativitas dapat dirumuskan dalam istilah pribadi (person), proses, dan produk. Kreativitas juga dapat ditinjau dari kondisi pribadi dan lingkungan yang mendorong (press). Rhodes kemudian menyebut keempat jenis definisi kreativitas ini sebagai four P’s of creativity: person, process, press, product. Keempat P ini saling berkaitan: pribadi kreatif yang melibatkan diri dalam proses kreatif dengan dukungan dan dorongan (press) dari lingkungan, menghasilkan produk kreatif”

Dari beberapa definisi kreativitas, dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menemukan cara-cara baru dalam pemecahan problem, baik yang berkenaan dengan ilmu pengetahuan, ide konsep atau gagasan perancangan lainnya, yang mengandung suatu hasil yang baru bagi pihak sendiri dan tidak harus merupakan sesuatu yang baru bagi pihak lain. Penemuan sesuatu yang baru dapat berupa pengolahan ide warna identitas perusahaan, respon terhadap fisik bangunan, cara penerapan identitas perusahaan, visualisasi bentuk dan lain-lain dimana penelitian ini diperoleh dari analisa perancangan yang telah dilakukan penulis sebelumnya.

4. Individu & Kreativitas

Dalam konteks individu di dalam suatu area bekerja, sifat kreativitas adalah topik yang penting, penelitian menunjukkan bahwa kreativitas adalah “sebuah penamaan bagi fenomena dimana seseorang mengkomunikasikan konsep/ide baru (yang mana adalah suatu produk) (Rhodes, 1961, p.305) sumber lainnya menyatakan bahwa kreativitas adalah produksi daripada sebuah ide, pemahaman tentang janji, keterbukaan dan kapasitas untuk menyelesaikan sebuah masalah (Mumford & Gustafson, 1988).

Peneliti kreatifitas, Teresa Amabile, mengemukakan bahwa, proses kreatif terdiri dari empat langkah. Yaitu :

1. Persiapan (untuk melibatkan kepada masalah)
2. Inkubasi (memproses informasi)
3. Wawasan (ketika solusi telah ditemukan)
4. evaluasi (memutuskan apakah solusinya bermanfaat atau tidak).

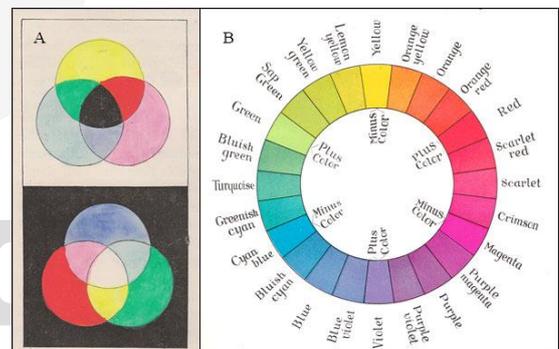
Penyelesaian pada elemen interior post-produksi interval production di urutan berdasarkan pola sirkulasi dan hubungan tiap kebutuhan ruangnya.

5. Segmentasi Area Untuk Menciptakan Lingkungan Kerja Yang Kreatif

Apa yang dapat dilakukan sebuah ruangan dalam berkontribusi untuk kreatifitas adalah desain melalui penyelesaian warna yang benar dan cukup fleksibel untuk di modifikasi sesuai dengan kebutuhan, dan dapat menyediakan semacam stimulasi bagi pengguna yang bisa meningkatkan motivasi dan komunikasi, semangat bermain dan kolaborasi, dan juga membuat ruangan yang efisien untuk bersama, peralatan dan hal lainnya. Sebuah ruang dapat memberikan factor berupa Bermain, Motivasi, Ruang untuk berbicara, memproses ide, memelihara ide dan memamerkan demi terciptanya ruangan yang menstimulasi kreatifitas. (Dikutip dari Zeynep Dagli, 2013).

6. Klasifikasi Warna

Teori yang mengungkapkan mengenai klasifikasi warna adalah teori Brewster pertamakali ditemukan pada tahun 1831. Teori ini menyederhanakan warna-warna yang ada di alam menjadi empat klasifikasi warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral.



Gambar 6. Lingkaran warna Brewster
(Sumber: Analisa Penulis, 2019)

○ Identitas Perusahaan dan Elemen Identitas Interval Production

• Identitas Sebuah Perusahaan

Sebuah identitas perusahaan dapat tergabung dari beberapa hal yang berupa: perilaku, komunikasi dan simbolisme (Van Den Bosch et al, 2005). Saat mengembangkan CVI (*Corporate Visual Identity*) adalah penting untuk pertama kali menetapkan karakter identitas daripada perusahaan dan dengan melakukan hal tersebut berarti turut melibatkan sejarah perusahaan, budaya, dan strategi, dll. Kedalam suatu pertimbangan, gagasan utamanya ialah CVI harus mewakili perusahaan dan menjadi langkah pertama dalam sebuah perusahaan. (Van Den Bosch, 2005) berpendapat bahwa ada dua tujuan di balik penggunaannya yaitu: Menyatakan keberadaan perusahaan & Membangun dan mendukung identitas perusahaannya.

• Identitas Inkterval Production

Nama Perusahaan : Inkterval Production
(PT Cipta Karya IndoArtha)
Pemilik Bangunan : Gandaria City Office 8 Tower
Tahun Perancangan : 2018-2019
Luas Bangunan : 2025 m²

Inkterval Production memiliki logo paten yang digunakan sebagai pengenalan bisnis pada perusahaan. Daya cipta dari desain logi berguna sebagai pembeda dengan perusahaan lain yang sejenis, dan mempunyai makna yang dapat menggambarkan karakter serta visi-misi perusahaan tersebut. Adapun logo dari perusahaan adalah sebagai berikut:



Gambar2. Logo Inkterval Production
(Sumber: Observasi & analisa penulisd019)

- Garis patah-patah yang mengelilingi tulisan 'INKTRVAL' merupakan stilasi dari bentuk Kompas. Garis lurus diagonal menggambarkan bahwa perusahaan tersebut dapat mengerjakan proyek dengan dipercaya dan tepat tujuan. Selain itu, bentuk diagonal pada kompas dijadikan logo karena perusahaan tersebut harus tetap dapat dipercaya.
- Tulisan 'INKTERVAL' menggunakan font "Helvetica", yang secara umum dipakai dikarenakan tegas dan intraktif serta populer dikalangan desainer-desainer grafis.
- Logo berwarna biru muda, hijau, ungu, dan merah muda mendeskripsikan perusahaan tersebut mempunyai impian yang tinggi, dianalogikan sebagai warna skunder merupakan biasan terhadap warna primer, menjadikan perusahaan yang mnjunjung tinggi prioritas kerja dan kepercayaan sesama karyawan.
- Komposisi bentuk dari perpaduan keseimbangan, komposisi bentuk yang solid, serta simetris dari segitiga melambangkan perusahaan tersebut akan tetap kokoh pada tolak ukur stabil dalam perjalanan menempuh kemajuan bisnis bersama.

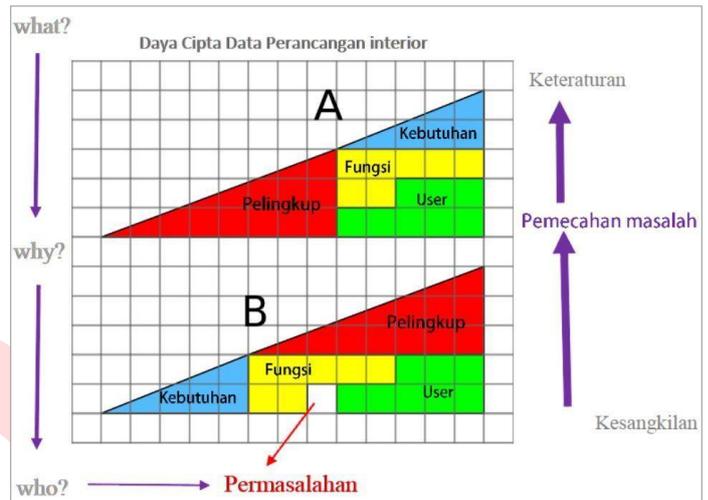
• Visi Misi Inkterval Production

- "Kami adalah agen komunikasi kreatif visual yang berfokus sebagai "kendaraan visual" untuk membantu merek Anda berhasil dalam usaha Anda"
- "Kami bekerja dengan berbagai bisnis, industri, dan organisasi di seluruh negara"

○ Uraian Penelitian

• Konsep Perancangan

Konsep dasar yang digunakan memiliki penggambaran ide sebagai berikut dengan artian "menempatkan sesuatu dalam urutan yang rapi, menarik, atau sesuai dengan yang diperlukan"



Gambar 3. Penggambaran Ide Gagasan Konsep Arrange Pada Perancangan
(Sumber: Dokumen analisa penulis, 2019)

• Gaya & Tema Umum Pada Perancangan

Konsep gaya dan tema perancangan interior Kantor 2 Inkterval Production mempunyai tema

"New Creative Office With Urban Landscape Nuances"
(Kantor kreatif baru dengan nuansa pemandangan perkotaan).

Dengan menggunakan gaya kebaruan dari kemasaan desainnya dan sentuhan karakter perkotaan yaitu dari keindahan sudut pandang gedung perkantoran di kota jakarta yang berbeda-beda, dan keunikan para pekerjanya, dan ada ornamen pendukung dari keunikan karakter perkotaan jakarta seperti kebaruan organisasi ruang beserta dampaknya terhadap para pelaku Rumah Produksi dari disiplin keilmuan desain interior yang diterapkan pada elemen visual berdasarkan ide konsep perancangan.

1. Gaya Kebaruan :

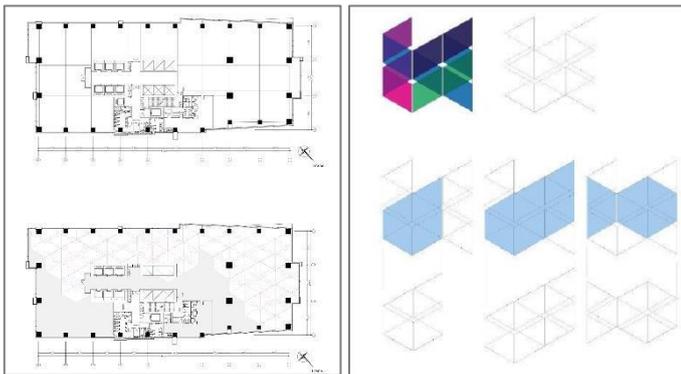
Penerapan gaya kekinian / kontemporer ini diterapkan pada gaya furniture, elemen desain, serta warna yang digunakan pada material, dan identitas perusahaan yang memiliki daya cipta dari desain kantornya yang baru.

2. Tema "Kantor kreatif baru dengan nuansa pemandangan kota"

Penerapan gaya ini diterapkan pada tata warna dari identitas perusahaan yang memiliki harapan baru perusahaan terhadap kantor barunya yang terletak di It 7 gedung perkantoran office 8 gandaria city.

○ Penggambaran Konsep Tataruang / Layout

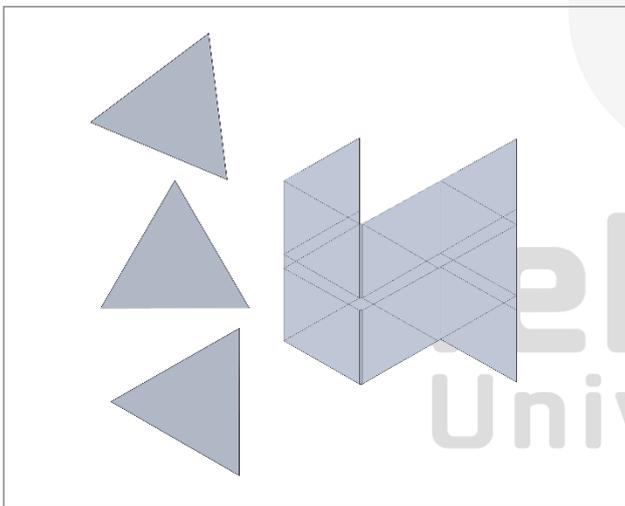
Pengembangan bentuk pola tataruang menggunakan ide bentuk segitiga yang diambil dari logo perusahaan,



Gambar 3. Ide Gagasan Konsep Pada Pola Tataruang
(Sumber: Dokumen analisa penulis, 2019)

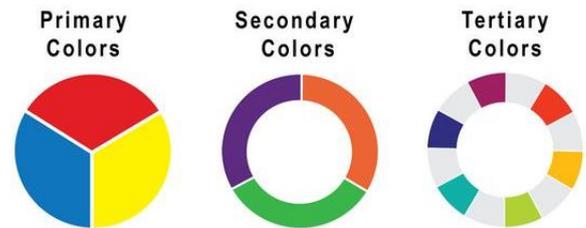
• Asas Segitiga Pada Ide Gagasan Dinamika Bentuk Dan Warna

Ching (1943) mengatakan, segitiga menunjukkan kesetabilan. Bertumpu pada setiap sisinya, segitiga merupakan figur yang sangat stabil. Disaat berdiri disalah satu sisinya, segitiga dapat menjadi seimbang dalam suatu situasi ekuilibrium atau tidak stabil dan jatuh pada sisi lainnya.



Gambar 3.1 gagasan ide dari stilasi bentuk segitiga pada logo perusahaan
(Sumber: Dokumen Penulis, 2019)

○ Warna Tersier Pada Konsep Citra Ruang

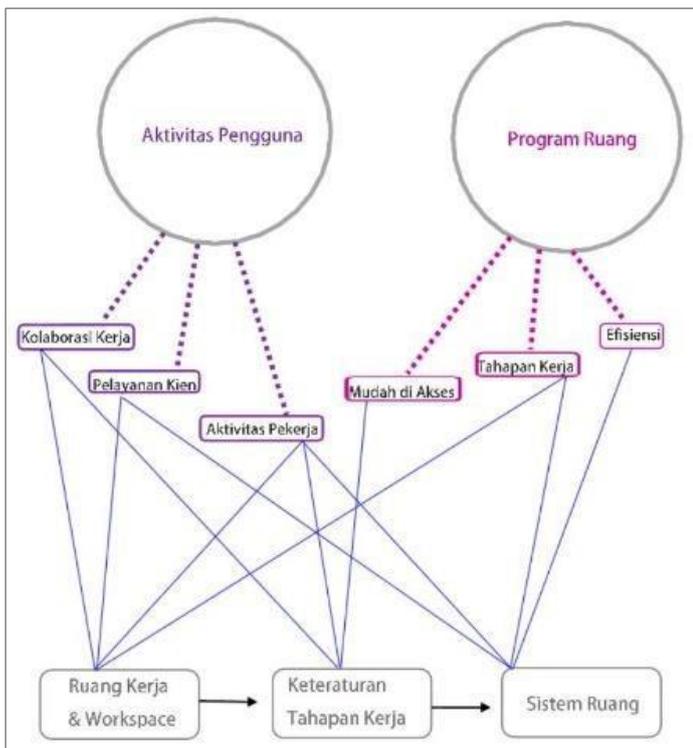


Gambar 3.2 warna pada logo perusahaan
(Sumber: Analisa teori Brewster Penulis, 2019)

Citra Ruang pada Kantor Inkterval Production mengacu pada unsur pelingkup gaya dan tema desain interior berdasarkan citra perusahaan Inkterval Production merespon kebutuhan dasar serta kebaruan desain kantornya, yaitu penggambaran keindahan dari suasana Kantor 1 Inkterval Production sebagai “Rumah” dan sudut pemandangan landscape perkotaan Jakarta Selatan di kantor ke 2 sebagai bagian dari gedung perkantoran di ibukota negara indonesia.

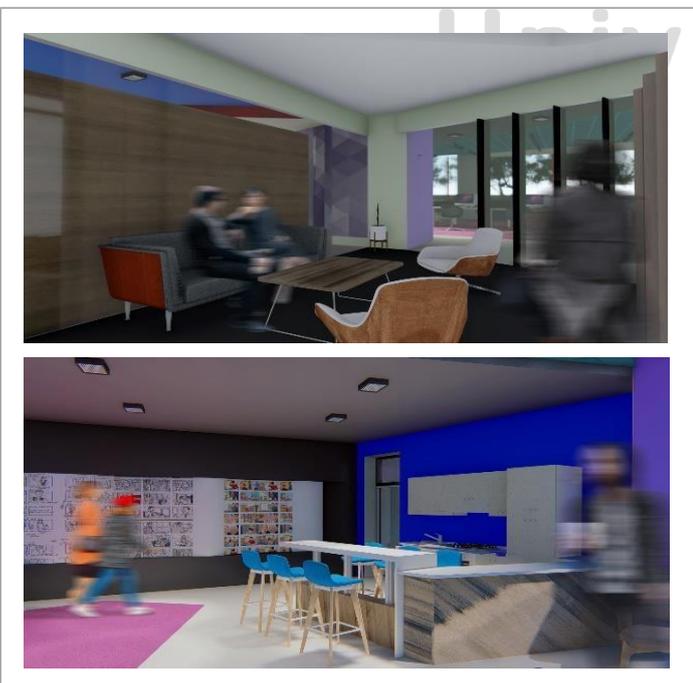
- **Kebaruan;** Penerapan pola peletakan furniture, warna, serta meterial dan aksen yang membuat ruangan pada interior Kantor Inkterval Production berkesan kontemporer atau kekinian.
- **Keyamanan;** Menerapkan furniture ergonomis sesuai standar, mengoptimalkan fasilitas penggunaannya, menciptakan suasana terbuka, seperti halnya meja makan pada rumah, dan pemandangan bangunan-bangunan tinggi perkotaan.
- **Kebersihan;** Memilih material yang mudah dibersihkan seperti kaca, atau material yang memiliki permukaan yang mudah dibersihkan.
- **Ketenangan;** Menerapkan suasana tenang pada kantor, dapat berupa suasana, pencahayaan, dan pemilihan material akustik yang dapat meredam kebisingan. Memberi stimulisasi kepada pengguna kantor berupa kesan ringan dan indah pada tiap-tiap elemen interior sehingga memberikan pengalaman baru dalam bekerja di kantor yang berada di ibuk

o Pendekatan melalui Diagram Hubungan Ruang & Aktivitas



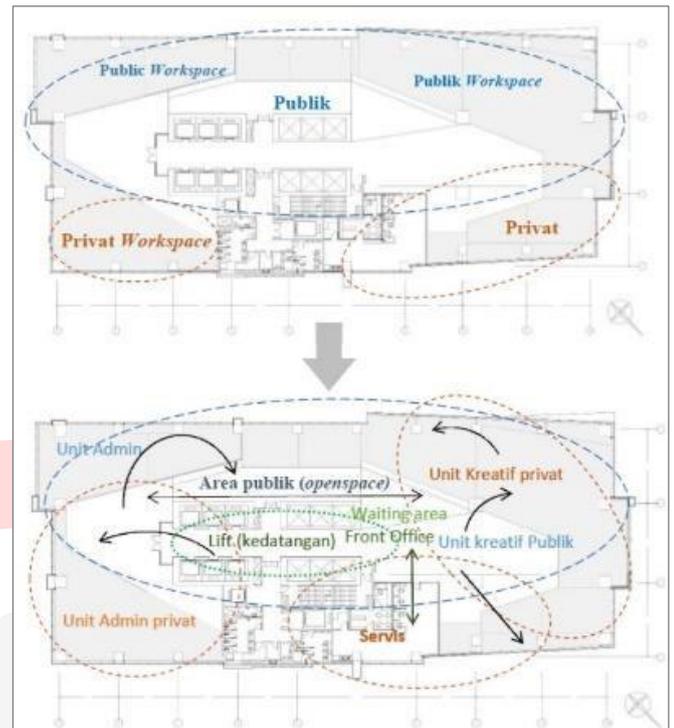
Gambar 4. Bagan Konsep Program Ruang
(Sumber: Dokumen penulis, 2019)

Digambarkan berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan, organisasi ruang teratur yang dirancang pada Kantor 2 Interval Production di tujuan untuk mempermudah dan menunjang setiap tahapan aktivitas kerja pengguna dengan baik, berdasarkan penyesuaian alur sirkulasi aktivitas tiap unit.



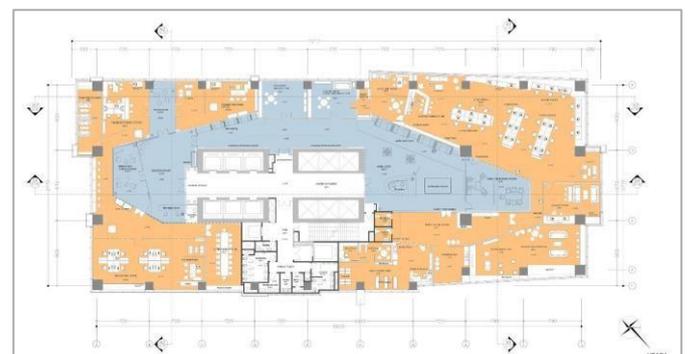
Gambar 4.1 Simulasi Interaksi Pengguna
(Sumber: Dokumen Penulis, 2019)

o Pembagian Zona



Gambar 5. Zonasi Ruang
(Sumber: Dokumen penulis, 2019)

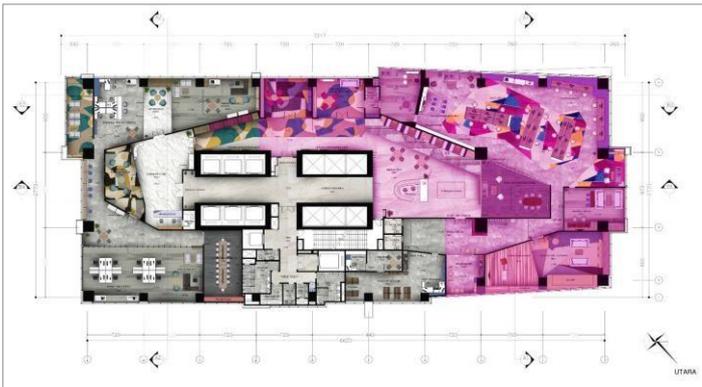
Dalam perancangan organisasi ruang Kantor 2 Interval Production area kerja umum yang berfungsi sebagai *workspace* atau atrium menjadi titik bertemu antar semua pengguna atau pengunjung berdasar pertimbangan citra perusahaan untuk mempererat hubungan interaksi antar pekerja atau pengunjung (klien) sebagai persiapan[2], sedangkan ruang pegawai unit kreatif dan ruang yang bersifat pekerjaan yang administratif di tempatkan pada area privat, area tersebut dapat terletak pada ruang yang tidak langsung terlihat pada area entrance atau hallway.



Gambar 6. Bloking Ruang
(Sumber: Dokumen penulis, 2019)

○ Penggambaran warna pola lantai pada Denah Khusus

(Editing / Post-Produksi)



Gambar 7. Blok Warna Ungu Khusus, Rancangan Tata Ruang Denah

(Sumber: Dokumen penulis, 2019)

Area Denah blow up yang dipilih pada perancangan kantor 2 Post -Produksi Interval Production terdiri dari 2 bagian kelompok zona yaitu area lobby atau entrance (Public) dan area pra produksi kemudian postproduksi (Privat) tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan pusat kegiatan bekerja yang mempunyai Privasi yang tinggi dan area yang menimbulkan impresi pertama terhadap kantor, sehingga wajib dijelaskan secara khusus agar lebih dipahami.



Gambar 8. Tata Ruang Denah Khusus

(Sumber: Dokumen penulis, 2019)

Penggambaran tata warna lantai pada area stasiun kerja postproduksi mengadopsi pola bentuk logo perusahaan[4.3], Area persiapan[2] pra-post adalah area dimana production design, storyboard, Scene/Scriptwriter disatukan untuk berkolaborasi membuat ide cerita, design animasi, dan storyboard film yang selanjutnya akan di serahkan pada area post-pro (produksi editing) Layout ruang kerjanya menyesuaikan atas kebutuhan fokus dan kolaborasi perdivisinya, area post-production graphic design di layout lebih eksklusif dikarenakan kebutuhannya untuk lebih fokus mengeksplor konten desain visual dengan kebutuhan brainstorming secara individu.

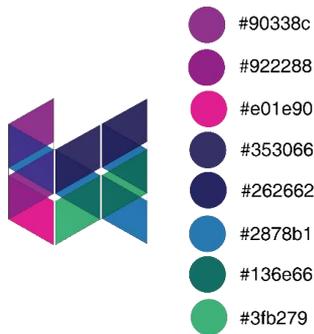
(meski output membutuhkan eksplorasi dari design per-grup).



Gambar 9. Pola Tata Ruang Denah Khusus

(Sumber: Dokumen penulis, 2019)

○ Penggambaran suasana pada Area Post-Produksi



Gambar 9.1 Warna Identitas Perusahaan
(Sumber: Analisa Penulis, 2019)

Pada area editing (Post-pro) penerapan material lantai berupa medium pelapis berwarna tersier, kusam, bertekstur doff, dan rendah pantulan akan cahaya yaitu hpl floor laminate, karpet kustom bermotif mozaik diletakan di zona editing dengan pertimbangan meredam suara.

• Warna Pada Pencahayaan Ruang

Dalam proses perancangan demikian pula dalam proses “mengalami” secara utuh serta merasakan bentuk, warna, warna, tekstur, pola sebagai elemen-elemen pembatas dan pembentuk suasana, karakter ruang, mutlak dibutuhkan kehadiran cahaya. Dengan demikian cahaya merupakan unsur signifikan pada perancangan ruang dalam.

Aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam pencahayaan dan pemandangan:

• **Illumination.**

“Enough light, but not too much contrast. The work more brightly lit than background, but not glairy so.”

• **Direction.**

“Enough directional light to define the shape and location of object, but not so much as to throw heavy shadows.”

• **Colour Correction.**

“Light that renders colours accurately, and that creates the right.”

• **Concealment.**

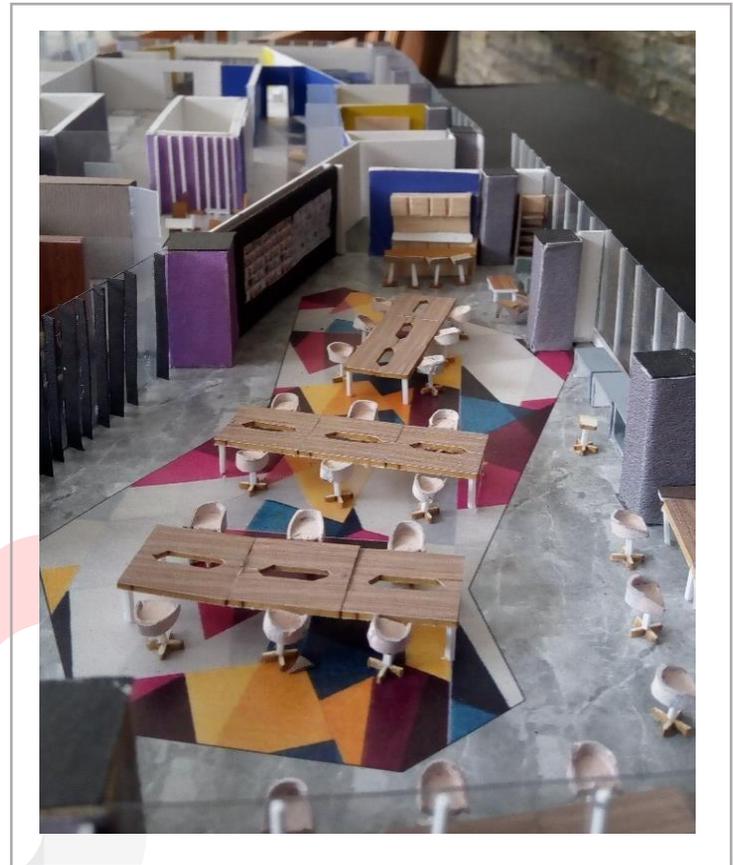
“Bright sources, whether windows or luminaries (light fittings) and reflection kept out of the main field of view.”

• **Control.**

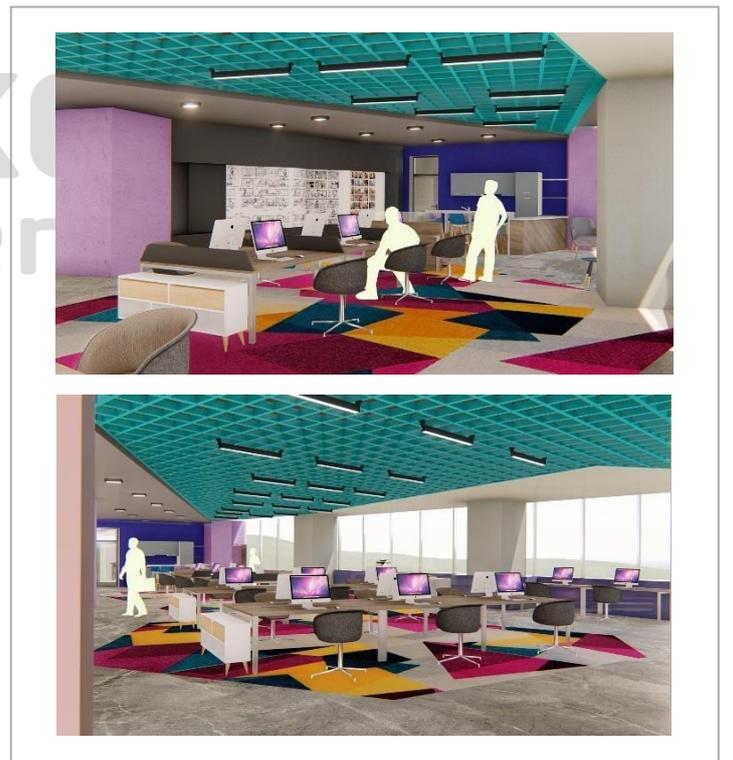
“The ability to adjust the light to suit the task and the worker.”
(Raymond and Cunliffe 37)

○ Penggambaran melalui Simulasi 3d-rendering dan maket

Pada *ceiling* area post-produksi digunakan *ceiling* suspended pada bagian editor, story board dan film maker yang mempunyai elemen bar aluminium steel pada selubung luar yang di cat dengan duco spray berwarna hijau toska, dianalogikan sebagai zoom-in dari pixel pada layar Led monitor, *Traffic* yang lebih tinggi menjadi pertimbangan elemen sehingga menjadi penyerap suara kebisingan dan juga pembeda antar ruangan.



Gambar 10. Simulasi Warna Identitas Perusahaan Melalui Maket
(Sumber: Analisa Penulis, 2019)



Gambar 11. Penggambaran Suasana Workspace Post-Produksi
(Sumber: Dokumen penulis, 2019)

○ Kesimpulan

Perancangan interior kantor Post-Produksi Inkterval Production di Jakarta menggunakan konsep warna dari identitas perusahaan merupakan salah satu usaha kecil dalam mengantisipasi arus deras dalam perkembangan desain ruang perkantoran di kota besar. Konsep warna pada identitas perusahaan mempunyai tujuan utama mewujudkan interior untuk ruang kerja orang kreatif ini dicapai melalui dua karakter untuk mewujudkannya. Dua karakter utama pembentuk konsep ini adalah karakter dari desain-desain kantor serupa di Indonesia (domestik) dan karakter trend perkantoran modern dengan stasiun kerja dan sistem tata atur ruangnya.

Warna tersier dipilih untuk menghindari suasana kantor yang merefleksikan birokrasi organisasi yang rigid atau karakter intusional yang kaku dengan keseragamannya, tipikal furniturnya, finishing, dan lain-lain. Karakter domestik yang berusaha diterapkan di sini sedapat mungkin mampu menimbulkan image ruang yang ekspresif sehingga pengalaman personal lebih terdorong untuk terjadi pada aktivitas simbolisasi hirarkis perusahaan yang berujung pada pencapaian simbol-simbol prestis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, Aneke, *Trend Kantor Saat Ini*, Makalah Seminar *Tomorrow Office*, Jakarta, 16 Mei 2001
- Becker, Franklin, *Workplace by Design. Mapping High-Performance Workspaces*, Jossey-Bass Publishing, San Francisco, 1995
- Chiara, Joseph De, *Time Saver Standards For Building Type*, Mc Graw-Hill, 1973
- Ching, Francis DK, *Interior Design Illustrated*, Van Nostrand Reinhold: New York 1980
- Pile, John. F, *Interior Design Second Edition*, Harry Abrams Inc. 1995
- Riewold, Otto, *New Office Design*, Laurence King Publishing. London, 1984
- Dennis, Fitriyan G. 2008. *Bekerja Sebagai Sutradara*. Erlangga. Jakarta
- Mediastika, Christina E. 2005. *Akustika Bangunan: Prinsip-Prinsip dan Penerapannya di Indonesia*. Erlangga. Jakarta
- Miyarso, Estu. 2010. *Peran Penting Sinematografi D alam Pendidikan Pada Era Teknologi Informasi & Komunikasi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta
- Sekretariat Negara Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman*. Sekretariat Negara Republik Indonesia. Jakarta
- Research and Viability **Study of Affordable and Managed Workspaces Supporting Artistic Practices in East London** London Legacy Development Corporation, February 2014
- Artists' Studios and the Housing Sector **A guide for Local Authorities, Planning and Regeneration Professionals National Federation of Artist Studio Providers**, 2013

- Neufert, Ernst. dan Peter Neufert. *Architects' Data -Third Edition*. 2000. New Jersey. Wiley-Blackwell
- Neufert, Ernst. dan Peter Neufert. *Architects' Data -Fourth Edition*. 2012. New Jersey. Wiley-Blackwell.
- De Chiara, Joseph, Julius Panero, Martin Zelnik. *Time Saver Standards For Interior Design and Space Planning*. 1992. McGraw-Hill.
- Oldham, G.R. dan Brass, D.J. 1979. *Employee Reactions to an Open Plan Office: Anaturally Occuring Quasi-Experiment*. Administrative Science Quarterly, 24, 267-284. Available at <http://www.jstor.org/stable/2392497> . Accessed : 9 February 2019
- Dağlı, Zeynep. 2013. *Relationship Of Interior Design With the Customer Recognition of Corporate Identity*. Thesis. Department of Interior Architecture and Enviromental Design. İhsan Doğromacı Bilkent University. Ankara, Turkey
- Landström, Ellen. 2015. *Interior Design as a way to Convey Corporate Visual Identity*. Thesis. Linnaeus University. Sweden
- Retno SA, Dwi. *Office Interior Design*. 2002. Jakarta. Available at http://www.academia.edu/22574116/_Office_PlanningDisusun_oleh_Dwi_Retno_SAA accessed : 6 Februari 2019
- Carnahan, Alyssa. 2013. **Open Studio: Storyboards**. The Walt Disney Family Museum,. Accessed : 27 Feb 2019
- Wetzel, John. 2015. *Designing Space For Creativity*. Research/Infographic
- Leadon, Alexandria. 2015. *Workspace Design: Facilitating Collaborative and Individual Work Within the Creative Office Environment*. Thesis. Department of Interior Design. Florida State University College of Fine Arts. Florida, USA
- Rayfield, Julie K.. 1997. *The Office Interior Design Guide: An Introduction For Facility And Design Professionals*. New York: J. Wiley.

Muhammad Arief Budiman - 1403134122
082118813070, arifdeo2016@gmail.com
Prodi S1 Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif,
Universitas Telkom, Bandung, 2019.

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>