

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perancangan interior kantor Tema Tea di Sentul oleh MARK Associates, dengan tantangan ruang terbatas $\pm 150 \text{ m}^2$ dan penggunaan kembali furnitur eksisting. Tema Tea, produsen teh artisan, menginginkan kantor pertama yang mencerminkan identitas merek mereka. Permasalahan utama meliputi minimnya data jumlah pengguna ruang, permintaan untuk mengoptimalkan fixture lama, serta pentingnya kesinambungan visual antara elemen baru dan lama. Tujuan perancangan adalah menciptakan ruang kerja fungsional yang merepresentasikan karakter brand. Metode yang digunakan mencakup analisis data primer (kondisi eksisting dan sketsa klien) serta data sekunder (profil perusahaan, literatur standar perancangan, studi banding kantor Tokopedia dan workshop Sumthin Else, serta studi preseden kantor Google). Hasil menunjukkan keberhasilan penerapan identitas melalui elemen desain seperti ruang, material, warna, bentuk, pencahayaan, dan furnitur yang disesuaikan untuk kebutuhan kantor. Kesimpulannya, desain berhasil menjawab tantangan fungsi, *reuse* furnitur, serta visual brand. Penelitian ini bermanfaat sebagai panduan merancang kantor dengan pendekatan identitas merek dalam ruang terbatas dengan adanya saran untuk memerhatikan juga persepsi konsumen tentang brand yang dapat mempengaruhi ruang.

Kata kunci: kantor, identitas, Tema Tea