

BAB V

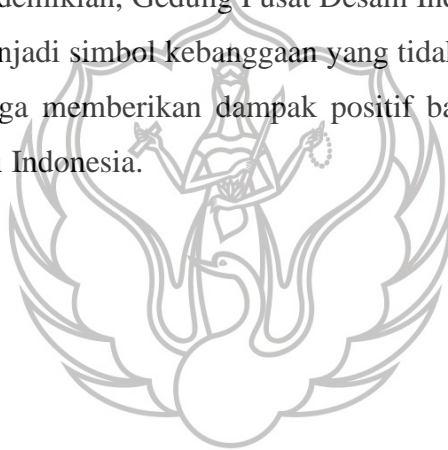
PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada perancangan Gedung Pusat Desain Industri Nasional Yogyakarta ini, penulis berfokus pada penciptaan ruang yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga dapat mendorong proses kreatif dan kolaboratif antara berbagai pihak yang terlibat dalam desain industri. Gedung ini dirancang untuk menjadi pusat inovasi yang mampu mendukung pengembangan desain industri yang berkelanjutan dan responsif terhadap tantangan zaman. Dengan berbagai fasilitas yang dirancang secara matang, seperti ruang pameran, ruang seminar, ruang pertemuan, serta ruang terbuka yang mendukung interaksi sosial, gedung ini diharapkan dapat menjadi tempat yang mempertemukan para desainer, pengusaha, akademisi, dan masyarakat luas untuk saling berbagi pengetahuan dan ide. Lebih dari sekadar ruang untuk berkarya, gedung ini juga bertujuan untuk menjadi wahana pendidikan dan pengembangan kapasitas, sehingga dapat memperkuat ekosistem desain industri di Indonesia. Di samping itu, dengan lokasi yang strategis di Yogyakarta, gedung ini juga diharapkan dapat memperkuat citra kota sebagai pusat kreativitas, budaya, dan inovasi. Melalui perancangan yang mengedepankan modernitas dengan menambahkan nilai-nilai budaya lokal, gedung ini akan menjadi simbol kemajuan desain industri yang mengintegrasikan tradisi dengan masa depan.

B. Saran

1. Diharapkan dengan mengintegrasikan konsep *branding identity* pada desainnya, gedung ini dapat membangun karakteristik sebagai gedung Pusat Desain Industri Nasional Yogyakarta. Sehingga mampu menarik daya minat baik desainer, pendidik, ataupun masyarakat untuk mengetahui akan eksistensi gedung pusat desain industri nasional Yogyakarta.
2. Diharapkan hasil desain dapat membantu menciptakan ruang yang tidak hanya mendukung fungsionalitas tetapi juga menciptakan suasana yang inspiratif. Dengan harapan fasilitas-fasilitasnya dapat menjadi wadah apresiasi dan eksploratif dalam berkarya, berkesenian, dan berbudaya. Dengan demikian, Gedung Pusat Desain Industri Nasional Yogyakarta akan menjadi simbol kebanggaan yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memberikan dampak positif bagi perkembangan industri desain di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- De Chiara, J., Panero, J., & Zelnik, M. (1991). *Time-Saver Standards for Interior Design and Space Planning*. McGraw-Hill, Universitas Michigan.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2009). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). (2019). *Modul Kekayaan Intelektual Bidang Desain Industri*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM.
- Hughes, P. *Exhibition Design: An Introduction*. (Laurence King Publishing, 2015).
- Imani, N., & Shishebori, V. (2014). Branding with the help of interior design. *Indian Journal of Scientific Research*.
- Keller, K. L. (2000). The brand report card. *Harvard Business Review*, 78(1), 147-158.
- Kodrat, Y. (2019). *Dasar - Dasar Pencapaian Interior*. D.I, Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta.
- Meshner, L. (2010). *Basics Interior Design 01: Retail Design*. Ava Publishing.
- Panero, J., & Zelnik, M. (1979). *Human Dimension and Interior Space*. New York: Whitney Library Of Design.
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). Pengantar Tinjauan Desain. *ResearchGate*, 159-190.
- Sadat, A. M. (2009). *Brand belief: Strategi membangun merek berbasis keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media*. London: Kogan Page Limited.
- The American Institute of Architects. (2019). *Design for modular construction: An introduction for architects*. National Institute of Building Sciences, 1–41. [http://content.aia.org/sites/default/files/2019-03/Materials Practice Guide Modular Construction.pdf](http://content.aia.org/sites/default/files/2019-03/Materials_Practice_Guide_Modular_Construction.pdf)
- Triatmojo, S. (2020). Designing a Design Thinking Model in Interior Design. *Journal of Urban Society's Arts*.

Vandelloo, M. (2014). An Exploration of the Effects of Creative Office Design Within Workplaces. April, 107.

Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. John Wiley & Sons.

