

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Proyek redesain kantor PT. Solo Murni (KIKY Creative Product) telah melalui serangkaian tahap mulai dari analisis, eksplorasi, hingga pengembangan desain dengan pendekatan *brand identity* untuk merespon kebutuhan akan ruang kerja yang sesuai dengan karakter perusahaan dan pengguna utamanya, yaitu Generasi Z. Dengan pendekatan yang berfokus pada identitas brand dan gaya *playful contemporary*, proyek ini mengintegrasikan nilai – nilai perusahaan dengan kebutuhan ruang kerja masa kini.

Pada tahap awal perancangan menyoroti akan pentingnya menghadirkan ruang kerja yang dapat merepresentasikan identitas dari brand KIKY sebagai produsen alat tulis yang dikenal kreatif, inovatif, dan produktif. Pengamatan terhadap karakter Gen Z menghasilkan strategi desain yang mendukung kolaborasi, fleksibilitas, serta ruang kerja yang menyenangkan dan inspiratif. Ruang – ruang seperti *co-working area*, *meeting room*, dan *discuss zone* dirancang untuk memenuhi dinamika kerja yang fleksibel, terbuka, dan penuh interaksi. Elemen visual seperti penggunaan warna cerah dan ilustrasi dinding yang inovatif juga ditetapkan untuk memperkuat nuansa dan pengalaman ruang sekaligus membangun koneksi emosional antara pekerja dan perusahaan.

Dengan demikian, proyek ini diharapkan mampu menjadikan representasi ruang kerja yang tidak hanya fungsional dan menarik, tetapi juga mampu mendorong produktivitas, kreativitas, serta memperkuat loyalitas pekerja terhadap brand. Perancangan ini menjadi langkah strategi dalam membangun ekosistem kerja yang adaptif, inspiratif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

B. Saran

Sebagai bentuk evaluasi dan upaya pengembangan berkelanjutan terhadap desain yang telah dirancang, berikut beberapa saran yang dapat meningkatkan efektivitas ruang kerja dan relevansi desain dimasa mendatang :

1. Keterlibatan Karyawan

Dimasa mendatang, keterlibatan karyawan lebih efektif dalam tahap evaluasi dan pengembangan desain dapat meningkatkan rasa kepemilikan terhadap ruang dan memperkuat budaya kerja kolaboratif.

2. Pengembangan Area Kolaboratif

Area kolaboratif dapat terus dikembangkan dengan menambahkan fasilitas tambahan seperti media sharing, teknologi smart meeting, atau ruang brainstorming dengan atmosfer playful yang lebih kuat untuk mendukung inovasi dan kreativitas.

3. Evaluasi Pasca Implementasi

Disarankan untuk selalu melakukan evaluasi berkala terhadap kenyamanan pengguna, efektivitas layout, serta dampak desain terhadap kolaborasi dan produktivitas. Hal tersebut menjadikan tolak ukur keberhasilan perancangan terhadap target pengguna, yaitu Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

A. Jurnal dan Buku

- Darmawan, F. (2012). Terminologi Desain. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, 2.
- Lie, S., Ferdinand, I., & Hananto, B. A. (2022). Perancangan Visualisasi Album Musik "Manusia" oleh Tulus dengan Ilustrasi. *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual 2022*, 460.
- Lingga, A. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Reserch Journal*, 60-70.
- Myerson, J., & Ross, P. (2022). *Unworking: The Reinvention of The Modern Office*. London: Reaktion Books.
- Mustofa, K., & Hayati, A. (2019). Konsep Desain Aktif pada Rancangan Coworking Space. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 79.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu Volume 5 Nomor 1*, 449.
- Richardson, A., Potter, J., Paterson, M., Harding, T., Merrick, G. T., Kirk, R., . . . McChesney, J. (2017). *New Zealand Medical Association*, 39-40.
- Sachari, A., & Sunarya, Y. (2000). *Pengantar Tinjauan Desain*. Bandung: ITB.
- Tanaya, L. M., Mayuni, P. A., & Angendari, M. D. (2022). Pengembangan Media MoodBoard. *Jurnal Bosaparis: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 12.
- Twenge, J. (2017). *iGen "Why Today Super-Connected Kids are Growing up Less are Rebelloous, More Tolerant, Less Happy-and Completely Unprepared for Adulthood"*. United States: Atria Books.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*. Hokoben, New Jersey, Amerika Serikat: John Wiley & Sons, Inc.

B. Artikel

- Francis, T., & Hoefel, F. (2018, November -). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. *McKinsey&Company*, pp. 2-7.
- Kurniarti, A. (2013, January 30). *Pengembangan Media Mood Board Busana Pesta Pada Diklat Menggambar Busana* . Retrieved from Lumbung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta: <https://eprints.uny.ac.id/23101/>
- Neusesser, T. (2024, August 30). What Is A/B Testing? *A/B Testing 101*, pp. -.
- Nurannisaa, S. (2013, Maret -). Metodologi Desain. *Bahan Ajar Perkuliahan Desain Komunikasi Visual*, pp. 4-6.
- Wang, Z. Y., Cho, J. Y., & Hong, Y. K. (2024, December 8). Brain and Subjective Responses to Indoor Environments Related to Concentration and Creativity. *Sensor*, pp. 19-22.

C. Media Digital

- Dana, C. (2024, - -). *Evolution of The Workplace: Past, Present and Future*. Retrieved from Avocor.com: <https://www.avocor.com/blog/evolution-of-workplace>
- Hardika, H. (2020). *Deliver 01 - Choose - Cara Memilih Alternatif Desain*. Yogyakarta: Youtube : kuliahdesain.
- Mansson, H. (2024, February 9). *The History of the Office: Office Trends Through the Centuries*. Retrieved from Humble.com: <https://hubblehq.com/blog/the-history-of-the-office>
- Roddick, R. (2023, Februari 15). *10 Desain Ruang Kantor Perusahaan Terpopuler Dunia*. Retrieved from zanio.com: <https://zanio.co.id/artikel/10-desain-ruang-kantor-perusahaan-terpopuler-dunia/>