

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan *Compact Workstation* Sablon Terintegrasi sebagai Sarana Produksi dan *Display* pada Aktivitas *Live Screen Printing* dilakukan untuk menjawab kebutuhan pelaku sablon terhadap sarana kerja yang lebih efisien, terorganisir, dan mudah dimobilisasi pada berbagai kegiatan berbasis event maupun komunitas. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan analisis kebutuhan pengguna, ditemukan bahwa aktivitas *live screen printing* masih menghadapi berbagai kendala, seperti penggunaan peralatan yang terpisah, proses setup yang memerlukan waktu cukup lama, serta belum adanya sarana yang mampu mengintegrasikan fungsi produksi, penyimpanan, dan display dalam satu sistem kerja yang terpadu.

Hasil perancangan menghasilkan sebuah *compact workstation* sablon portabel yang mengintegrasikan fungsi produksi, penyimpanan, mobilitas, dan display dalam satu unit. Produk dirancang dengan sistem transformasi dari *box mode* menjadi *display mode*, dilengkapi area kerja sablon, *storage* peralatan dan bahan produksi, penyimpanan *screen*, penyimpanan meja sablon *knockdown*, serta area *display* yang dapat mendukung aktivitas *branding* dan interaksi dengan audiens. Konfigurasi tersebut memungkinkan *workflow* kerja menjadi lebih terorganisir sekaligus meningkatkan efisiensi penggunaan ruang pada berbagai kondisi event.

Berdasarkan hasil testing dan validasi pengguna yang melibatkan pelaku *live screen printing*, *workstation* dinilai telah mampu menjawab sebagian besar kebutuhan operasional di lapangan. Sistem transformasi, organisasi penyimpanan, serta integrasi area produksi dan display memberikan kemudahan dalam proses *setup*, operasional, dan pembongkaran peralatan. Selain itu, keberadaan area display yang terintegrasi dinilai mampu meningkatkan kualitas presentasi produk serta memperkuat identitas visual studio saat berinteraksi dengan audiens

Secara keseluruhan, tujuan perancangan telah tercapai melalui pengembangan *workstation* yang mampu mengakomodasi kebutuhan produksi dan display dalam satu sistem yang compact, terintegrasi, dan mudah dimobilisasi. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi alternatif solusi bagi pelaku *live screen printing* dalam meningkatkan efisiensi kerja, kualitas operasional, serta pengalaman interaksi dengan audiens pada berbagai kegiatan kreatif..

B. Saran Perancangan

Berdasarkan hasil perancangan dan evaluasi yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk pengembangan produk pada tahap berikutnya:

1. Pengembangan *workstation* dapat diarahkan pada penambahan fitur dan fungsi yang lebih beragam guna mengakomodasi kebutuhan operasional *live screen printing* dengan tingkat kompleksitas yang lebih tinggi serta variasi aktivitas pengguna yang lebih luas.
2. Pemilihan material dan sistem konstruksi dapat dikaji lebih lanjut untuk memperoleh produk dengan bobot yang lebih ringan tanpa mengurangi kekuatan dan stabilitas struktur, sehingga mampu meningkatkan aspek mobilitas dan kenyamanan penggunaan.
3. Pengembangan selanjutnya perlu disertai dengan pengujian produk pada berbagai kondisi event dan lingkungan penggunaan yang lebih beragam untuk memperoleh evaluasi yang lebih komprehensif terkait durabilitas, efektivitas operasional, serta pengalaman pengguna dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashby, M., & Johnson, K. (2010). *Materials and design: The art and science of material selection in product design* (2nd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71
- Borden, I. (2019). *Skateboarding and the City: A Complete History* (2nd ed.). Bloomsbury Visual Arts.
- Carù, A., & Cova, B. (2003). Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267–286. <https://doi.org/10.1177/14705931030032004>
- Clarke, A. J. (2021). *Victor Papanek: Designer for the real World*. The MIT Press.
- Crilly, N., Moultrie, J., & Clarkson, P. J. (2004). Seeing things: Consumer response to the visual domain in product design. *Design Studies*, 25(6), 547–577.
- Dul, J., & Weerdmeester, B. (2008). *Ergonomics for beginners: A quick reference guide*. CRC Press.
- Dreyfuss, H., & Tilley, A. R. (1993). *The Measure of Man and Woman: Human Factors in Design* (Updated an). Whitney Library of Design.
- Fiell, C., & Fiell, P. (2003). *Graphic Design for the 21st Century 100 of the Worlds Best Graphic Designers*. Taschen.
- Fixson, S. K. (2005). Modularity and commonality research: Past developments and future opportunities. *Concurrent Engineering*, 13(2), 85–111.
- Grandjean, E., & Kroemer, K. H. E. (1997). *Fitting the task to the human : a textbook of occupational ergonomics* (5th ed.). Taylor & Francis.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style* (2nd ed.). Routledge.
- Hekkert, P. (2006). Design aesthetics: Principles of pleasure in design. *Psychology Science*, 48(2), 157–172.
- Hoff, S. B. (1997). *Screen printing : a contemporary approach*. Albany : Delmar.
- Hornecker, E., & Buur, J. (2006). Getting a grip on tangible interaction: A framework on physical space and social interaction. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 437–446).
- Hunter, G. (2012). *Street art from around the world*. London : Arcturus.
- Hwang, W., & Park, J. (2015). Design heuristics for portable products. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 46, 1–12.
- Kalpajian, S., & Schmid, S. (2009). *Manufacturing Engineering & Technology* (6th ed.). Pearson.
- Kang, S., Lee, S., & Kim, H. (2017). Integrated product design for portable systems: Balancing usability and functionality. *International Journal of Design*, 11(2), 45–58.
- Kipphan, H. (2001). *Handbook of print media: Technologies and production methods*. Springer.

- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2006). *Packaging design : successful product branding from concept to shelf*. Hoboken, N.J. : J. Wiley & Sons.
- Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2013). *Operations management: Processes and supply chains* (10th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. In *Pearson Education limited* (17th Global). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)* (Global Edi). MA : Pearson Education Ltd.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2023). *Universal Principles of Design* (3rd ed.). Imprint of the Quarto Group.
- Morgan, T. (2011). *Visual Merchandising: Window and In-Store Displays for Retail* (2nd ed.). Laurence King.
- Nielsen, J. (2012). *Usability Engineering*. AP Professional.
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things* (Revised an). Basic Books.
- Otto, K., & Wood, K. (2001). *PRODUCT DESIGN TECHNIQUES IN REVERSE ENGINEERING AND NEW PRODUCT DEVELOPMENT* (Upper Sadd). Prentice Hall.
- Pahl, G., Beitz, W., Feldhusen, J., & Grote, K.-H. (2007). *Engineering Design: A Systematic Approach*. Springer-Verlag London Limited.
- Panero, J., & Zelnik, M. (2014). *Human Dimension and Interior Space: A Source Book of Design Reference Standards*. Crown Publishing Group.
- Papanek, V. (1984). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (2nd ed.). Thames & Hudson.
- Pegler, M. M. (2012). *Visual merchandising and display* (6th ed.). New York : Fairchild Books.
- Pheasant, S., & Haslegrave, C. M. (2015). *Bodyspace: Anthropometry, Ergonomics and the Design of Work, Third Edition Stephen* (3rd ed.). Taylor & Francis Group.
- Pile, J., & Gura, J. (2013). *History of Interior Design* (4th ed.). Wiley.
- Pine, B. J. (2020). *The Experience Economy* (Updated ed). Harvard Business Review Press.
- Rams, D. (2014). *Less, but better*. Gestalten. https://books.google.co.id/books/about/Less_but_better.html?id=eN6doAEA CAAJ&redir_esc=y
- Saha, S., Dey, P., & Roy, S. (2019). Ergonomic evaluation of manual screen printing workstation. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 72, 102–110.
- Sanders, M. S., & McCormick, E. J. (1993). *Human Factors in Engineering and Design* (7th ed.). McGRAW-HILL INTERNATIONAL EDITIONS.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. Free Press.
- Stone, R. B., & Wood, K. L. (2000). Heuristics for product architecture design and

- design for product family. *Design Studies*, 21(2), 163–184.
- Ulrich, K., Eppinger, S. D., & Yang, M. C. (2019). *Product Design and Development Seventh Edition* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Wajdi, N. (2025, November 17). BPS: CREATIVE ECONOMY EMPLOYS 27.4 MILLION WORKERS IN 2025. *Badan Pusat Statistik*, 1. <https://www.bps.go.id/en/news/2025/11/17/805>

