

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Optimalisasi Media Promosi Grafis dengan Metode *Design Thinking* di PT. Indokarya Anak Bangsa”, permasalahan utama yang dihadapi oleh PT. Indokarya Anak Bangsa adalah kurang optimalnya media promosi grafis dalam menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan perusahaan secara efektif, dan menjaga konsistensi identitas merek. Hal ini disebabkan oleh desain visual sebelumnya yang kurang komunikatif, tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta belum responsif terhadap tren desain terkini. Untuk menjawab permasalahan tersebut, diterapkan metode *Design Thinking* sebagai pendekatan strategis dalam proses optimalisasi media promosi grafis.

Lima tahapan utama *Design Thinking* *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* dilaksanakan secara iteratif guna menggali kebutuhan pengguna, merumuskan inti permasalahan, mengembangkan ide-ide kreatif, menciptakan purwarupa desain, hingga menguji efektivitasnya secara langsung kepada audiens internal maupun eksternal. Temuan pada tahap *Empathize* mengungkap bahwa audiens menginginkan desain yang ringkas, menarik, dan mudah dipahami. Hal ini kemudian diformulasikan dalam problem statement yang jelas pada tahap *Define*. Selanjutnya, metode SCAMPER digunakan untuk menghasilkan alternatif solusi desain pada tahap *Ideate*, yang kemudian direalisasikan dalam bentuk prototipe visual menggunakan CorelDRAW pada tahap *Prototype*. Terakhir, pada tahap *Test*, desain diuji dan menunjukkan peningkatan persepsi daya tarik visual sebesar rata-rata 37,2%. Hasil ini membuktikan bahwa metode *Design Thinking* efektif dalam mengoptimalkan media promosi grafis di PT. Indokarya Anak Bangsa dan mampu menjawab kedua rumusan masalah penelitian secara menyeluruh, dengan menghasilkan solusi desain yang estetis, fungsional, dan berpusat pada kebutuhan pengguna.

B. Saran

1. Untuk Perusahaan

Perusahaan disarankan untuk terus menerapkan metode *Design Thinking* secara berkelanjutan dalam proses pengembangan media promosi agar selalu sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan kapasitas tim desain melalui pelatihan software desain seperti CorelDRAW.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan variasi responden agar hasil penelitian lebih representatif. Penggunaan metode campuran antara kuantitatif dan kualitatif akan memberikan data yang lebih lengkap. Selain itu, disarankan mengeksplorasi penggunaan perangkat lunak desain lain atau teknologi baru untuk pengembangan media promosi. Penelitian jangka panjang juga perlu dilakukan untuk mengukur dampak promosi secara menyeluruh dan berkelanjutan.