Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sekarang ini kebudayaan lokal berkembang sangat pesat, seperti hal yang terjadi di Kota Bogor, siapa sangka Bogor memiliki Batik. Atas dasar rasa nasionalisme anak bangsa yang tumbuh di pribadi Bapak Siswaya, ia mampu menciptakan Batik Bogor. Batik Bogor ada sejak tahun 2008 silam.

Adanya Batik Bogor sangat di dukung oleh Pemerintahan Kota Bogor, namun didapati bahwa masyarakat lokal Kota Bogor itu sendiri (diluar pemerintahan) kurang mengetahui keberadaan Batik Bogor. Hal yang memicu terjadinya ketidaktahuan tersebut salah satunya karena kurangnya media promosi dan pihak Pemerintahan Kota Bogor kurang menggalakkan atau memasyarakatkan Batik Bogor tersebut ke masyarakat diluar pemerintahan.

Berdasarkan hasil penemuan yang diperoleh, dibutuhkanlah sebuah media promosi yang dapat mengenalkan sekaligus menjawab ketidaktahuan masyarakat lokal akan Batik Bogor, juga memberikan gambaran pengaplikasian Batik Bogor pada pakaian formal/kerja.

Dalam perancangan karya Tugas Akhir ini diperuntukkan pada masyarakat Kota Bogor yang difokuskan kepada pegawai swasta berumur 28-33 tahun, dimana selama ini Batik Bogor lebih dikenal di kalangan pemerintahan dan instansi atau organisasi di Kota Bogor saja.

Perancangan Media..., Stevanny, FSD UMN, 2014

Perancangan media promosi ini dirancang dengan visualisasi melalui fotografi pengaplikasian motif Batik Bogor pada pakaian formal/kerja. Dimana dalam fotografi tersebut memfokuskan tiga jenis motif batik yang mencirikan Kota Bogor; motif Kujang Kijang, motif Kujang Loncat, dan motif Hujan Gerimis. Hasil dari fotografi ini, diaplikasikan pada keempat media promosi yang akan dirancang, yaitu: *Booklet, Billboard, Poster,* dan *Flyer.*

Kesan yang berikan pada karya tersebut menonjolkan sisi alam dan kekhasan dari Batik Bogor itu sendiri, namun tetap memperlihatkan sisi modern. Kekhasan batik diperlihatkan dari motif Batik Bogor itu sendiri dan pemilihan warna yang sesuai, sedangkan sisi modern diperlihatkan pada pemeraga motif Batik Bogor dalam bentuk pakaian formal/kerja. pemasangan dan penyebaran keempaat media promosi tersebut tersebar dibeberapa tempat di Kota Bogor. Seperti *billboard* dipasang di pintu masuk Tol Bogor Ring Road (arah Sentul), *poster* pemasangan halte RS PMI dan halte Kebun Raya, sedangkan *booklet* dan *flyer* di sebar dan di taruh di gerai Batik Bogor Tradisiku dan Botani *Squarei.*

5.2 Saran

Penulis menyarankan untuk pembaca agar tetap mengembangkan kesenian dan kebudayaan yang ada di Indonesia dan senantiasa melestarikannya dengan mengupayakan kegiatan yang berdampak positif bagi penulis dan masyarakat luas kedepannya.

Disamping itu penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan mengangkat topik yang sama dengan Tugas Akhir ini, untuk lebih memperdalam

Perancangan Media..., Stevanny, FSD UMN, 2014

dan mengeksplorasi desain visual pada karya agar sesuai dengan sasaran khalayak yang ditunjukkan. Dimana diharapkan juga adanya penemuan baru sehingga dapat dijadikan ide visual yang lebih baik dan menarik, dan menjadi solusi dari permasalahan yang ada dalam hal ini desain visual.

Perancangan Media..., Stevanny, FSD UMN, 2014