



### **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.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Batik merupakan suatu busana yang sangat akrab dengan masyarakat Indonesia secara umum, salah satu batik yang memiliki nilai jual berbeda dengan batik lainnya adalah Galeri Batik Jawa. Keunikan yang dimiliki oleh Galeri Batik Jawa adalah produknya yang ramah lingkungan karena pewarnaannya yang ramah lingkungan.

Seperti yang sudah dikemukakan melalui hasil observasi dan studi *existing*, perancangan media promosi serta cara menyampaikan pesan kepada audiens masih berfokus pada menjual batik, dan belum ditekankan pada keunikan produk tersebut.

Peran promosi pada Galeri Batik Jawa diharapkan lebih aktif lagi sehingga Galeri Batik Jawa tetap dapat berdiri diantara saingan lainnya yang berada pada bidang yang sama. Dengan mengacu pada data yang dikumpulkan keunikan dari Galeri Batik Jawa sendiri menghasilkan sebuah konsep perancangan yang menjual batik namun juga menjual kealamiannya.

Kesadaran akan pentingnya suatu strategi penyampaian komunikasi yang baik dan didukung oleh visual yang mewakili dan konsisten akan menunjang *image* suatu produk di mata audiens dan meningkatkan loyalitas terhadap produk tersebut. Penerapan *sounding* promosi yang perlu diterapkan antara lain agar konsisten adalah menetapkan gaya visual dan tidak lupa untuk menaruh tagline bersamaan dengan logo Galeri Batik Jawa yang menyuarakan bahwa Galeri Batik Jawa

merupakan rumah dari batik indigofera. Tugas Akhir ini, diharapkan akan mempersuasi masyarakat untuk tetap melestarikan budaya tradisional dengan cara tetap mengenakan pakaian batik dan mempertimbangkan sampai kepada bahan dasar yang digunakan sehingga pusaka nusantara ini tidak hanya lewat begitu saja melainkan tetap sampai ke generasi selanjutnya.

## **5.2 Saran**

Dalam merancang sebuah promosi penulis perlu untuk mempertimbangkan beberapa bagian, yang pertama adalah dibutuhkannya pendalaman mengenai produk apa yang akan dipromosikan. Perancangan konsep visual harus disesuaikan dengan big idea yang didapatkan sehingga visual yang dihasilkan tidak melenceng dari brief. Media yang digunakan harus fokus terhadap media utama yang sering diakses oleh target sehingga informasi akan lebih mudah dan secara meluas didapatkan.

UMMN