

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Sanggar Batik Kembang Mayang menawarkan fasilitas belajar membatik dengan lokasi dan harga yang terjangkau bagi generasi muda di Kota Tangerang dan sekitarnya. Pembelajaran tentang teknik membatik diajarkan dengan cara-cara yang mudah dipahami, sehingga pada akhir pertemuan pengunjung dapat mengetahui setidaknya cara mencanting di atas kain dengan baik. Teknik membatik tradisional menggunakan canting dan cap dapat dikembangkan dengan mengimplementasikan teknik ini untuk menciptakan karya seni modern, sehingga teknik membatik tradisional sebagai warisan budaya asli Indonesia tidak akan lenyap.

Untuk membawa misi mengajarkan teknik membatik tradisional ke generasi muda di Kota Tangerang dan sekitarnya, dilakukan promosi digital untuk Sanggar Batik Kembang Mayang melalui media sosial Instagram. Akan tetapi, upaya mempromosikan bisnis melalui media sosial tidak terlalu membantu calon pengunjung dalam memperoleh informasi yang lengkap mengenai Sanggar Batik Kembang Mayang, sehingga dibutuhkan adanya media yang dapat mawadahi segala macam informasi yang dibutuhkan calon pengunjung sekaligus dapat mempromosikan Sanggar Batik Kembang Mayang.

Pengumpulan data terkait dengan perancangan dan penentuan konsep dilakukan sebelum mengimplementasikan konsep visual pada perancangan *website* untuk mempromosikan Sanggar Batik Kembang Mayang. Dengan diciptakannya *website* dan serangkaian promosi melalui media digital lainnya, diharapkan dapat membantu calon pengunjung Sanggar Batik Kembang Mayang dan meningkatkan ketertarikan pemuda-pemudi di Kota Tangerang dan sekitarnya terhadap aktivitas belajar membatik tradisional.

5.2 Saran

Selama melakukan perancangan *website* untuk Sanggar Batik Kembang Mayang, terdapat banyak hal yang muncul sebagai pertimbangan untuk mendesain sebuah media interaktif yang digunakan untuk mempromosikan sebuah bisnis.

1. Perlunya pengumpulan data yang lengkap dan riset tentang topik terkait sangatlah penting sebelum merancang sebuah media. Ini dikarenakan agar rancangan yang dihasilkan tidak melenceng dari apa yang semula akan diciptakan.
2. Disiplin terhadap waktu dan tidak melenceng dari jadwal yang telah ditetapkan merupakan hal yang penting sehingga karya yang dihasilkan menjadi lebih baik.
3. Mempertimbangkan preferensi target audiens dengan skala yang lebih luas sehingga promosi yang dilakukan menjadi lebih optimal. Meskipun perancangan sudah dilakukan dengan menjadikan batasan masalah sebagai target primer, namun sebuah promosi yang baik harus mempertimbangkan adanya calon pembeli/pengunjung di luar target audiens.
4. Tentunya perancangan ini masih jauh dari kata berhasil dan sempurna, namun dengan menerapkan konsep *design thinking* yang mengutamakan audiens sebagai bahan perancangan, maka sebuah media akan dapat terus diimprovisasi sehingga dapat tetap menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan oleh target audiens.
5. Pemilihan gaya visual perlu mempertimbangkan tingkat kejelasan dari konten yang akan ditampilkan agar *user* dapat menerima dan memahami konten dengan baik. Hal ini termasuk juga pemilihan warna, terutama pada bagian *navigation bar*, yang mana elemen antarmuka ini sangat penting untuk terlihat lebih menonjol karena bahasa desain seperti itu memudahkan *user* agar bisa mengakses navigasi ketika dibutuhkan. Selain itu, *information architecture* perlu dirancang dengan lebih mempertimbangkan *user*, sehingga pengelompokan informasi

dapat dilakukan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh *user*. Hal ini dilakukan untuk menjadikan *user* sebagai acuan dalam sebuah perancangan.

Kelima saran tersebut merupakan hal-hal yang perlu dijadikan sebagai pertimbangan bagi penulis untuk melakukan perancangan-perancangan berikutnya. Sebuah desain yang dibuat dengan menjadikan *user* sebagai subjek utama dari perancangannya berarti harus memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh *user*, sehingga desain tersebut dapat menjadi solusi bagi masalah seperti apa yang dihadapi oleh *user*.

