

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan riset dan pendalaman masalah, penulis menyimpulkan bahwa sangat penting bagi para wanita Indonesia khususnya yang tinggal di Surabaya untuk menjadi target promosi gaun pengantin moderen batik karya Ristya Stefanie ini. Hal tersebut dikarenakan oleh mayoritas masyarakat di Surabaya belum mengenal Ristya Stefanie yang merupakan seorang desainer gaun pengantin moderen batik yang pertama di Indonesia.

Ristya Stefanie memiliki potensi untuk dipromosikan karena Beliau mengangkat batik sebagai bahan utama dalam pengerjaan karya-karya gaun pengantinnya. Nilai-nilai yang terdapat dalam batik yang merupakan budaya Indonesia sangat perlu untuk dilestarikan. Karya-karya Ristya Stefanie ini mengajak para wanita Surabaya untuk melestarikan dan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya Indonesia yang kental akan budaya ketimurannya.

Gaun pengantin batik karya Ristya Stefanie ini memiliki desain seperti gaun pengantin moderen seperti model *ballgown*, akan tetapi kain dengan corak batik yang menjadi dasar pembuatan dari gaun tersebut yang membuatnya menjadi sangat unik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Perpaduan antara gaun penganti dengan model moderen dengan budaya tradisi ini menjadi daya tarik yang luar biasa bagi masyarakat Indonesia. Dari semua keistimewaan karya Ristya Stefanie ini, sangat disayangkan karena belum banyak orang yang tahu mengenai karyanya ini, maka dari itu penulis menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada wanita Surabaya yang pada intinya menanyakan tentang apakah mereka mengenal Ristya Stefanie dan apakah mereka mengetahui tentang gaun pengantin moderen batik, mayoritas dari mereka tidak tahu siapa itu Ristya ataupun karyanya yang berupa gaun pengantin moderen batik karena pada dasarnya Ristya sendiri merupakan orang baru dalam

dunia desainer gaun pengantin batik. Sebelumnya Ristya adalah seorang *make up artist* dan desainer gaun pengantin moderen pada umumnya. Setelah mendapatkan jawaban-jawaban tersebut dari para responden, penulis menunjukkan salah satu karya gaun pengantin batik Ristya dalam sebuah foto, respon mereka sangat baik dan antusias saat melihat foto tersebut. Mereka ingin mengenakan gaun pengantin batik dalam acara pernikahan mereka suatu saat nanti. Respon positif yang lain pun terjadi saat Ristya melakukan *launching* gaun pengantin moderen batik pertamanya di Surabaya beberapa pekan yang lalu.

Berpegang dari antusiasme para wanita Surabaya ini, penulis membuat sebuah perancangan promosi, yang mempromosikan Ristya Stefanie sebagai desainer gaun pengantin moderen batik yang pertama di Indonesia.

Perancangan promosi Ristya Stefanie ini dibuat dengan menggunakan teknik fotografi agar audience dapat melihat dengan jelas karya-karya gaun pengantin moderen batik Ristya Stefanie ini dari foto. Foto dipakai disemua media promosi Ristya Stefanie. Konsep desain yang diangkat dalam melakukan *branding* Ristya Stefanie adalah etnik moderen. Etnik moderen mengacu pada desain-desain yang terkesan simpel dan minimalis akan tetapi tetap memberikan unsur-unsur batik dalam setiap media promosi tersebut, sehingga nilai tradisional sangat erat didalamnya. Media promosi ini dibuat untuk menonjolkan sisi elegan, *glamour*, sopan selayaknya adat ketimuran dan tidak lupa untuk menonjolkan keanggunan dan kecantikan wanita Indonesia.

Warna-warna yang dipakai dalam desain promosi Ristya Stefanie adalah warna-warna keemasan dan nuansa warna coklat seperti motif batik yang dipakai. Hal ini bertujuan agar nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh Ristya Stefanie selaku desainer gaun pengantin moderen batik dapat tersampaikan dengan mudah kepada audience.

Dari hasil kuesioner yang diedarkan, penulis dapat menyimpulkan bahwa media promosi yang paling utama dan bermanfaat adalah website, maka penulis membuatkan website untuk promosi Ristya Stefanie ini. Dengan adanya website ini, diharapkan audience dapat dengan mudah mencari tahu mengenai Ristya Stefanie,

dan terus mengingat siapa itu Ristya Stefanie. dari website ini, audience dapat dengan mudah mengakses gaun-gaun pengantin moderen batik model terbaru yang Ristya buat, juga akan lebih mudah bagi para audience untuk menghubungi Ristya Stefanie.

Selama melakukan riset dan membuat media promosi, penulis juga menyimpulkan bahwa sebuah promosi yang efektif harus dilakukan dengan cara-cara yang kreatif, informatif, serta menggebrak agar dapat berfungsi dengan baik.

Demikianlah kesimpulan yang didapat oleh penulis selama melakukan penelitian dan perancangan promosi Ristya Stefanie. Semoga hasil penulisan serta perancangan promosi ini dapat berguna si masa yang akan datang.

Terima Kasih.

5.2 Saran

Saran dari penulis dalam pembuatan perancangan promosi yang baik adalah dengan mencari tau media apa yang paling sering dilihat oleh responden yang dituju, media tersebut digunakan sebagai media utama.

Dalam melakukan promosi harus dilakukan secara berkelanjutan paling tidak dimulai dari setengah tahun sebelumnya sebelum diadakan *event*.

Dengan begitu diharapkan perancangan promosi yang efektif dapat tercapai.