

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Kekayaan wastra Indonesia sangatlah kaya dan setiap daerah memiliki ciri khasnya masing-masing yang harus dipertahankan eksistensinya agar terus dapat hidup beriringan dengan perkembangan dunia modern saat ini. Melalui ilmu Desain Komunikasi Visual, perancangan *event branding* dijadikan sebagai strategi kreatif untuk mengangkat kembali kain tenun Lombok yang mengalami stagnasi dalam pengembangannya, cara ini pun dapat juga diaplikasikan untuk promosi kain tenun Indonesia lainnya. *Event Branding* kain tenun Lombok yang dinamakan Temu Tenun ini akan menjadi strategi kreatif yang dapat mengajak target pasar serta memfasilitasinya untuk mengetahui cerita di balik sebuah seni dan budaya tenun Lombok. Perancangan berbagai acara di dalam Temu Tenun ini membawa dan mengangkat kain tenun Lombok untuk menjadi bagian dari gaya hidup urban saat ini. Tetap mengangkat nilai-nilai sosial dan filosofis yang masih dipertahankan pada kain tenun Lombok dan menggabungkan dengan gaya modern, menjadikan konsep strategi promosi yang menarik bagi target pasar, yang adalah wanita urban Indonesia. Membidik pada target pasar yang tepat juga sangat penting dalam merancang strategi promosi, agar kegiatan promosi kain tenun Lombok ini dapat efektif dan mencapai tujuan yang diharapkan yaitu mengenal, menarik minat dan menjadikannya sebagai gaya hidup modern yang tetap mencintai budaya Bangsa.

#### **5.2 Saran**

Penulis sangat terbuka terhadap saran yang dikemukakan untuk kemajuan tugas akhir ini, maka saran yang berasal dari dosen penguji berikut, sudah penulis coba lakukan:

- 1) Memperbaiki bentuk logo sebelumnya yang tampak seperti bendera klub sepak bola agar tampak lebih feminin karena target adalah wanita.

- 2) Memperbanyak *ambient* media dalam promosi *event* serta membuat media yang melibatkan target.
- 3) Memperbaiki penulisan laporan Tugas Akhir

Berikut ini penulis sampaikan juga saran yang ditujukan kepada sesama desainer komunikasi visual:

- 1) Promosi tenun Lombok dapat dilakukan dengan beragam strategi kreatif lain, diharapkan sebagai desainer, kita harus memiliki pemikiran dan pandangan yang terbuka dan luas untuk melihat dan memilih strategi yang tepat dalam memecahkan masalah dari sisi desain komunikasi visual.
- 2) Sebagai desainer diharapkan mampu menetapkan target pasar yang efektif dan sesuai untuk promosi kain tenun Lombok, juga mendalami kebiasaan dari target agar pemilihan media promosi juga dapat ditetapkan dengan efektif.
- 3) Saat berbicara mengenai kain tenun sebuah daerah jangan melupakan juga ragam tenun Nusantara lainnya, karena tenun Nusantara memiliki ragam jenis yang sangat kaya dan saling terikat satu sama lainnya menjadi satu kesatuan.

Serta saran bagi masyarakat luas ialah:

- 1) Terbukalah terhadap seni dan budaya Indonesia, tidak hanya memandangnya sebagai sebuah sejarah namun jadikan dan bawa seni budaya Indonesia ini seiring perkembangan zaman sebagai gaya hidup dan identitas Bangsa.
- 2) Kenalilah ragam tenun Lombok agar kekhasannya tetap dapat dipertahankan dan dibedakan dengan ragam tenun lainnya.