

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Semakin populernya batik di kalangan masyarakat, dimanfaatkan oleh banyak pelaku usaha untuk mengolah batik sebagai bahan baku *fashion*, hal inilah yang mendorong Asayani memanfaatkan batik untuk dijadikan produk pakaian anak-anak dengan membuat motif batik sesuai dengan karakter anak-anak. Asayani yang bergerak di produk pakaian anak-anak ini mengunggulkan motif batik yang didesain dan diproduksi khusus oleh Asayani dengan mengutamakan pengenalan bentuk, abjad, angka, dan menggunakan warna yang *colorful* sesuai dengan karakter anak-anak yang ceria dan dinamis. Keunikan dari perusahaan ini menjadi salah satu faktor perlu dilakukannya *fashion branding* terhadap Asayani. *Branding* yang dilakukan, bermaksud untuk membawa perubahan *image* yang baru terhadap konsumen dengan target yaitu orangtua wanita dewasa muda. Untuk visualisasi menggunakan vektor yang dikombinasikan dengan foto.

Promosi yang dilakukan bertujuan untuk mengenalkan *branding* yang baru terhadap masyarakat. Media promosi yang dipilih disesuaikan dengan minat dan gaya hidup orangtua wanita dewasa muda.

Perubahan ini diharapkan dapat memberikan citra yang lebih menarik dan baru, sehingga bisa diterima konsumen yang dituju. Selain itu melalui produk batik anak ini, orangtua dapat memperkenalkan budaya Indonesia sejak dini kepada anak-anak, juga menjaga warisan budaya Indonesia agar tidak termakan zaman.

#### **5.2 Saran**

Pengenalan budaya Indonesia kepada generasi muda sangatlah penting untuk meningkatkan rasa nasionalisme, salah satunya dengan memperkenalkan batik kepada anak-anak. Hal ini harus didorong oleh para orangtua, para pendidik, dan para pelaku usaha untuk menjadikan batik tidak hanya dikenal, namun dapat dicintai keberadaannya.

Bagi orangtua sebagai konsumen Asayani dapat mengenalkan kepada anak-anak mengenai batik dan mengetahui ragam serta nilai-nilai yang terkandung di dalam batik, sehingga meningkatkan rasa kepedulian dan cinta terhadap produk lokal. Bagi desainer, batik anak dapat menjadi sarana baru dalam menciptakan kreasi dan dapat menumbuhkan lapangan kerja bagi masyarakat yang dapat meningkatkan perekonomian, sehingga perlu dilakukan promosi Asayani batik sebagai brand batik yang mengikuti perkembangan *fashion* untuk anak agar masyarakat dapat mengenal lebih jauh dan dapat memberi edukasi kepada anak-anak.

Melalui saran dari penguji, faktor budgeting perlu diperhatikan untuk pembuatan berbagai media yang mendukung Branding dan Promosi Asayani Batik.