

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Batik Garutan RM merupakan juragan penghasil batik yang batiknya telah dikenal dikalangan tertentu. Dengan semakin tingginya minat masyarakat dan semakin bertambahnya pengusaha batik *Garutan*, maka diperlukan pembenahan dalam perusahaan Batik Garutan RM agar perusahaan tersebut dapat kembali mengangkat nama batik *Garutan*, menjaga keeksklusifan batik *Garutan*, serta menunjukkan karakteristik batik *Garutan*. Pembenahan tersebut dilakukan melalui *branding* dan promosi pada Batik Garutan RM sehingga batik *Garutan* dapat dikemas menjadi suatu kesatuan yang utuh baik dari segi kualitas batik itu sendiri juga dari segi komunikasi visualnya. Pembenahan-pembenahan tersebut dilakukan dengan perubahan logo, mendesain ulang kemasan, menyusun strategi promosi dengan pemilihan media promosi yang tepat guna, serta menambah kreasi-kreasi baru pada batik itu sendiri. Dengan perancangan komunikasi visual yang baik, batik *Garutan* dapat menjadi produk unggulan Kota Garut juga mempertahankan keragaman budaya Indonesia.

Dari studi pustaka *rebranding*, analisa dan finalisasi desain, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk menampilkan keeksklusifan batik *Garutan*, pembentukan identitas dan memenuhi tuntutan perkembangan pasar, Batik Garutan RM harus memiliki diferensiasi (perbedaan) dengan produk batik sejenis di pasaran. Oleh karena itu harus dilakukan *rebranding*.
2. Berdasarkan segmentasi, *targeting* dan *positioning* yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dalam aplikasi karya visualisasi digunakan parameter sebagai berikut:
 - a. Logo : logo yang berbentuk bujur sangkar, dibuat fleksibel (dapat dimiringkan dengan kemiringan tertentu) dan difungsikan seperti stempel sehingga logo tidak

kaku dan dapat mencerminkan keramahan dan keterbukaan batik *Garutan* terhadap konsumen.

- b. Warna : digunakan warna utama yaitu merah tua, biru, dan kuning *gumading*. Serta warna coklat sebagai warna pendukung. Warna adalah elemen yang berperan penting agar dapat mengikat konsumen untuk mengingat suatu *brand*. Maka dari itu, warna-warna utama selalu ditampilkan dalam setiap *item branding* dari Batik Garutan RM.
- c. Elemen Visual : elemen visual yang digunakan sebagai identitas branding Batik Garutan RM adalah motif *kukupu*. Motif ini digunakan karena motif *kukupu* adalah motif yang dinamis sehingga penggunaannya sangat fleksibel dan sangat mendukung logo Batik Garutan RM.

1.2 Saran

Melalui Tugas Akhir ini, penulis mendapat banyak pengalaman, khususnya yang berhubungan dengan batik *Garutan*. Penulis belajar bagaimana menyelesaikan sebuah proyek *rebranding* dan bekerjasama dengan pemilik serta lembaga-lembaga terkait guna memperoleh informasi lengkap mengenai batik *Garutan*.

1.2.1 Civitas Akademik

Perpustakaan Universitas Kristen Maranatha sebaiknya menambah buku-buku referensi mengenai tugas akhir terutama dalam hal *rebranding* agar memudahkan mahasiswanya dalam proses pengerjaan tugas akhir.

1.2.2 Masyarakat secara umum

Melalui *rebranding* ini, masyarakat diharapkan dapat lebih *aware* terhadap Batik Garutan RM dan juga menambah rasa kebanggaan terhadap produk lokal sebagai warisan budaya Indonesia.