

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Santika sebagai produk lokal Indonesia dapat diperkenalkan kembali melalui media komunikasi visual. Desain komunikasi visual akan membantu mengangkat kelom geulis dengan penilaian yang lebih baik dari sebelumnya. Persepsi wanita Indonesia tentang kelom geulis dapat diubah dan ditambah dengan hal yang positif. Dengan memberikan warna baru dan konsep yang modern membuat kelom geulis tampil berbeda di masa kini. Memberikan informasi sekilas pada wanita Indonesia yang belum mengenal atau mendengar tentang Santika (sebagai produk lokal Indonesia). Promosi Kelom Geulis dengan Teknik Batik Santika dengan tagline “*Proud of being different*” diterapkan untuk menaikkan citra di mata masyarakat kita, menyatu dengan masyarakat terutama wanita Indonesia dan generasi muda.

#### **1.2 Saran Penulis**

##### **Untuk masyarakat umum**

Saran untuk masyarakat umum agar lebih bangga dan ikut berperan dalam melestarikan produk Indonesia agar tidak padam dan hilang. Kebiasaan dalam membangun produk Indonesia dan bangga tersebut dapat menjadi kebiasaan yang melekat turun temurun.

##### **Untuk civitas akademi Maranatha**

Saran untuk civitas akademi Maranatha adalah agar lebih mendukung dan membantu mahasiswa peserta Tugas Akhir, baik dalam pengumpulan data, maupun dalam penelitian. Juga meningkatkan sarana dan prasarana yang telah ada.

**Untuk penelitian selanjutnya**

Saran dan masukan untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperdalam materi dan menambahkan data-data yang akurat dari narasumber yang terpercaya, juga memperdalam media-media yang akan dibuat.