

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Melalui promosi dan kampanye tas mendong khas Tasikmalaya, penulis mendapatkan banyak pengetahuan dan pengalaman. Dapat disimpulkan bahwa kurangnya minat mahasiswa dan dewasa muda akan tas kerajinan mendong dikarenakan masih kurangnya pengetahuan akan tas mendong itu sendiri. Kebanyakan dari mereka menganggap bahwa tas mendong memiliki bahan yang tidak kuat dan mudah rusak. Akan tetapi sebenarnya tas mendong ini memiliki bahan yang kuat serta kualitas yang baik. Maka dari itu didapatkan solusi dengan promosi dan kampanye agar masyarakat tertarik dan mengetahui tas mendong lebih dalam lagi.

Penulis menargetkan promosi dan kampanye tas mendong ini pada masyarakat di usia 20 – 28 tahun. Yaitu dengan melakukan pendekatan desain kepada gaya yang sesuai target.

Media – media promosi yang dipakai ditempatkan di internet, media sosial, dan tempat hiburan di Indonesia khususnya di Pulau Jawa, agar mereka dapat mengetahui kualitas dari tas mendong dan tertarik untuk membeli.

#### **5.2 Saran**

Diharapkan agar dalam penggunaan desain, media x-banner pada promosi tas mendong khas Tasikmalaya tidak menggunakan outline yang terlalu tebal (bold), dan pada finishing atau dalam proses pencetakan tidak menghasilkan gambar yang pucat.