

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari data dan fakta yang diperoleh, mahasiswa pada zaman ini banyak yang berpikir bahwa batik itu adalah sebuah budaya kuno, sesuatu yang statis dan tidak modern lagi, sehingga merek lebih memilih budaya modern (*western*) sebagai budaya gaya hidup mereka sekarang ini. Jika mahasiswa terus dibiarkan seperti ini, maka beberapa tahun kedepan, *title* batik sebagai budaya warisan Indonesia hanya sebatas nama saja, tidak ada aplikasi yang pasti terhadap generasi-generasi penerus. Bahkan, bisa saja kejadian sewaktu tahun 2009, ketika batik sempat *diclaim* budayanya oleh negara lain kemungkinan akan terjadi lagi.

Diperlukan upaya menanamkan rasa cinta terhadap penggunaan batik, rasa mau mengenal lebih dalam lagi tentang batik itu sendiri. Usaha tersebut dilakukan melalui kampanye “Anomatik – yang Kuno, tapi Keren!”

Kampanye ini dilakukan 3 tahap yaitu (*awareness, informing, dan reminding*). Pada tahap *awareness*, memungkinkan para mahasiswa (anak muda) untuk membuat penasaran terhadap apa itu kampanye Anomatik, kemudian mengenalkan 5 motif Batik Jawa Barat dengan cara yang menyenangkan melalui sosial media. Kemudian pada tahap *informing*, pada tahap ini anak muda akan mengikuti lomba foto instagram (*narsis*) dengan batik, dimana hal tersebut sudah sangat terjadi dan diminati oleh kalangan anak muda. Kemudian diikuti dengan Event Anomatik, di event ini terdapat banyak acara dimulai dari *Fashion Show*, pameran barang-barang modern (anak muda) yang berhubungan dengan batik. Di event ini, terdapat *photo booth* juga, sehingga mereka bisa terus mengabadikan *moment* ini dalam sebuah foto. Di tahap yang terakhir, yaitu *reminding*, di tahap ini mereka akan terus mengingat tentang kampanye ini dengan berbagai *gimmick-gimmick*, seperti *mug, sticker, pin, T-Shirt*, dan tempat *handphone*.

5.2 Saran

Penulis akan memberikan saran yang akan berguna dalam melakukan kampanye ini, yaitu mempertimbangkan target yang ada (anak muda/mahasiswa). Pemilihan media yang sesuai dengan target tersebut. Yang terpenting adalah menggunakan biaya yang tidak terlalu besar (butuh perencanaan), dan pilih media yang efektif.

Anak muda sekarang erat kaitannya dengan media sosial, karena itu penyampaian kampanye dengan menggunakan media sosial (*handphone*) adalah media yang sangat efektif. Anak muda tidak terlalu suka dengan warna tua, karena itu perlu mempertimbangkan desain dengan warna yang cerah dan menarik.