

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Batik pastel sebagai salah satu produsen batik Cirebon memiliki potensi yang bagus diindustri fashion lokal. Namun sayangnya promosi yang kurang dan masih terbilang baru serta media yang terbatas menjadi hambatan bagi Batik Pastel untuk memperkenalkan batik Cirebon produksi mereka. Setelah melakukan pengumpulan data, observasi, wawancara, dan melakukan analisis mengenai Batik Pastel, maka peneliti merancang rangkaian promosi. Strategi promosi Batik Pastel ini dapat menjadi solusi untuk memperlihatkan potensi dan membatu penjualan Batik Pastel.

Warna-warna *soft* pastel dan font yang modern namun tidak kaku digunakan agar dapat memberikan *image* Batik Pastel yang cocok dengan target. Target utama adalah wanita usia muda / dewasa muda yang tinggal di kota-kota besar di Indoensia, khususnya pulau Jawa. Pemilihan desain yang simple dan minimalis ini memberikan kesan yang modern dan kekinian yang sangat cocok dengan target dan pasar sekarang.

Strategi media promosi yang tepat dan efisien dapat menjadi satu langkah besar bagi Batik Pastel untuk memperkenalkan batik Cirebon dengan gaya yang lebih muda dan modern. Maka dari itu, untuk mengangkat nama Batik Pastel kepada masyarakat luas serta mempopulerkan pakaian batik sebagai pakaian sehari-hari yang *fashionable* dibutuhkan media promosi yang akan memperkenalkan masyarakat luas sebuah *brand clothing line* dari Batik Pastel. *Clothing line* dari Batik Pastel ini merupakan perkembangan dari produknya yang melahirkan pakaian fashion yang modern dan *fresh* dengan sentuhan kain batik produksi mereka. Sehingga masyarakat tidak lagi hanya menggunakan pakaian batik pada acara formal saja, namun juga dalam gaya keseharian mereka.

Media *online* menjadi media utama, dikarenakan target pasar yang mayoritas sudah melek teknologi dan sudah menjadikan *gadget* ataupun teknologi *online* menjadi salah satu kebutuhan utama. Media cetak dan media luar ruang digunakan juga dikarenakan media tersebut masih sering dilihat oleh beberapa kalangan. Media tersebut menjadi salah satu media yang cukup efektif juga karena melalui media tersebut, masyarakat target maupun di luar target pasti melihat.



## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Bagi Sesama Desainer

Berikut penulis menyampaikan saran bagi sesama desainer:

1. Bersama-sama bertukar ide dalam mengembangkan warisan dan budaya Indonesia agar masyarakat Indonesia lebih mengenal budayanya sendiri sehingga tidak di curi oleh bangsa lain.
2. Turut ambil andil dalam pelestarian seni budaya Indonesia. Tidak mengerjakan sesuatu didasari oleh materi semata.

### 5.2.2 Saran Bagi Produsen Batik Pastel

Bagi produsen Batik Pastel, penulis memberi saran:

1. Produsen Batik Pastel mengambil peran penting dalam mengembangkan serta memperkenalkan batik Cirebon pada masyarakat Indonesia. Diharapkan Batik Pastel tidak sekedar mengejar materi dalam usahanya akan tetapi juga turut melestarikan serta mengembangkan batik Cirebon menjadi sesuatu yang mengikuti pasar namun tidak menghilangkan nilai-nilai asli dari batik itu sendiri.

### 5.2.3 Saran Dari Dosen Penguji

Saran dari dosen penguji adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dalam membuat desain media promosi, penulis tidak hanya sekedar menempelkan logo akan tetapi memperhatikan bentuk serta desain media yang unik dan berbeda dengan yang lain.
2. Riset lebih dalam tentang bentuk desain yang unik.