

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Semakin populernya batik di kalangan masyarakat, dimanfaatkan oleh banyak pelaku usaha untuk mengolah batik sebagai bahan baku *fashion*, hal inilah yang mendorong brand A D G N untuk membuat batik untuk dijadikan produk pakaian untuk wanita bergaya androgini. A D G N menggunakan warna yang berani dan juga warna – warna netral dan mengutamakan potongan baju yang nyaman dipakai terutama untuk wanita yang bergaya androgini. *Branding* yang dilakukan bertujuan untuk membawa perubahan *image* batik dikalangan masyarakat. Untuk visualisasi menggunakan elemen – elemen yang mendukung dikombinasikan dengan fotografi.

Promosi yang dilakukan untuk mengenalkan *brand* yang baru kepada masyarakat. Media promosi yang dipilih juga disesuaikan dengan minat dan gaya hidup target. Perubahan ini diharapkan dapat memberikan citra yang menarik dan juga baru yang dapat diterima oleh target yang dituju. Selain itu juga untuk menambah variasi model batik yang dijual dipasaran dan juga untuk melestarikan kebudayaan Indonesia.

1.2 Saran

Pengenalan budaya Indonesia kepada generasi muda sangat penting untuk tetap melestarikan kebudayaan di Indonesia yang sangat beragam. Dapat merubah pandangan anggapan generasi muda bahwa memakai batik ataupun sesuatu yang memiliki unsur kebudayaan memiliki kesan yang kuno dan tua. Bagi wanita yang memiliki gaya androgini juga dapat memakai pakaian sesuai dengan gaya mereka, batik bergaya androgini dapat menjadi sarana baru dalam menciptakan kreasi baru untuk pasar batik di Indonesia dan tidak kalah saing oleh produk – produk luar negeri, sehingga perlunya dilakukan promosi brand A D G N sebagai brand batik yang mengikuti perkembangan

trend fashion untuk wanita bergaya androgini dan dapat dikenal lebih jauh oleh masyarakat, begitu juga dengan gaya androgini dapat lebih diterima oleh masyarakat di Indonesia dan dapat lebih berkembang di Indonesia dan dapat ikut bersaing di kanca internasional.

