BAB V
KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, strategi untuk mempromosikan motif arsitektur Batik Mahkota Laweyan yaitu melalui media visual promosi yang telah dibuat, ditampilkan sebuah *brand* khusus untuk seri motif arsitektur bernama cita carani. Visual promosi didukung dengan menampilkan bagaimana penerapan batik motif arsitektur dalam *fashion* yang menarik bagi dewasa muda. Hal ini diterapkan dalam seluruh media promosi motif arsitektur Batik Mahkota Laweyan.

Konsep dalam keseluruhan media promosi ini adalah. "arsitektur kontemporer", yaitu gaya visual kontemporer berupa lukisan dengan penggunaan ilustrasi bentuk bangunan arsitektur cagar budaya kota Solo namun tetap mengangkat nilai-nilai lokal budaya setempat. Warna keseluruhan media promosi ini adalah hitam dan putih, sesuai dengan warna batik motif arsitektur. Penggunaan ilustrasi dari bangunan-bangunan cagar budaya di Kota Surakarta diharapkan dapat meningatkan kesadaran masyarakat akan budaya di Indonesia.

Tujuan akhir dari perancangan ini adalah Batik Mahkota Laweyan dikenal sebagai produsen batik kontemporer yang berciri khas motif arsitektur dan meningkatnya penjualan produk batik melalui produk batik yang modern ke kota-kota besar di Pulau Jawa serta memperkenalkan bangunan cagar budaya di Kota Solo kepada masyarakat melalui visualisasi motif batik.

5.2 Saran

Dalam Tugas Akhir ini, penulis ingin menyarankan agar di kemudian hari kelak, penulis dapat menerapkan konsep-konsep yang berhubungan dengan topik pemilihan desain utnuk diterapkan ke dalam media visual dengan baik. Tujuannya, melalui media promosi ini, masyarakat dapat memahami apa maksud pesan yang ingin disampaikan oleh penulis.

Saran dari penguji adalah nama Batik Mahkota Laweyan lebih diangkat dan diperjelas lagi bahwa cita carani mereupakan bagian dari Batik Mahkota Laweyan. Tunjukkan juga bangunan cagar budaya apa saja yang dipakai dalam motif arsitektur Batik Mahkota Laweyan.

Untuk Universitas Kristen Maranatha khususnya Fakultas Seni Rupa dan Desain, jurusan Desain Komunikasi Visual, diharapkan dapat memberikan sarana dan faktor pendukung lainnya untuk mendukung keberhasilan Tugas Akhir yang akan dibuat para mahasiswa/i.

Melalui promosi motif arsitektur Batik Mahkota Laweyan ini diharapkan masyarakat dapat mengenal keberagaman batik dan dapat melestarikan kebudayaan Indonesia serta lebih mencintai dan menggunakan produk lokal Indonesia karena banyak keunikan dan keindahan di dalam budaya Indonesia.

Penulis menyarankan agar dalam penelitian Tugas Akhir selanjutnya, mahasiswa/i dapat menentukan tema yang tepat untuk diangkat menjadi topik yang diwujudkan dalam visual yang menarik. Disarankan pula untuk melakukan penelitian yang mendalam untuk memahami dan mengerti persoalan yang diangkat menjadi topik Tugas Akhir