

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Sevati adalah produk lokal *ready to wear* dari Bandung, yang menggabungkan berbagai macam teknik dalam proses pembuatannya diantaranya yaitu teknik batik tulis, tenun, dan sulam. Berdasarkan hasil perancangan promosi untuk produk pakaian lokal dengan merek Sevati ini, penulis memberi kesimpulan agar Sevati terus mempromosikan agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat. Sevati juga belum menunjukkan keunggulan produknya yang bisa menjadi ciri khas yang mampu bersaing dengan merek lain.

Dikarenakan belum dikenalnya Sevati, penulis membuat perancangan yang diharapkan dapat membantu memperkenalkan Sevati kepada masyarakat terutama di kota Bandung. Promosi yang dilakukan secara *online* melalui Instagram yang dibantu dengan media informasi berupa *website* dan media cetak berupa *flyer*, *lookbook*, iklan pada majalah serta kelengkapan lainnya seperti kartu nama, *shopping bag*, kartu ucapan, *invoice*, *hangtag*.

#### **5.2 Saran**

Saran yang dapat penulis berikan dalam perancangan promosi Sevati yaitu, menggunakan media yang sering diakses oleh target dari *brand* untuk dapat mempermudah memperkenalkan *brand* kepada masyarakat.