

## **BAB V**

### **Simpulan dan Saran**

#### **5.1 Simpulan**

Kesimpulan yang didapat penulis dari perancangan Promosi Batik Gabovira Untuk dewasa muda di Kota Lampung adalah dalam perancangan ini kita harus peka terhadap perkembangan *brand lokal* dan bangga atas kekayaan budaya yang ada di Indonesia, sehingga kita bisa menonjolkan kekayaan yang ada disetiap masing-masing daerah yang ada di Indonesia. Agar Indonesia bisa lebih dikenal lagi khususnya dalam bidang kekayaan budayanya. Selain itu kesimpulan yang didapat penulis adalah bahwa kita harus memahami kebutuhan target yang akan kita rancang dalam mendesain perancangan promosi, sehingga perancangan yang dibuat bisa sesuai dengan target yang dipilih. Dalam perancangan ini penulis juga harus menyesuaikan media-media yang akan penulis pilih sebagai penerapan hasil karya yang akan dibuat. Oleh karena itu penulis meneliti kebutuhan konsumen atau target melalui pertanyaan kuisisioner. Kuisisioner ini sangat berfungsi bagi penulis karena dengan adanya jawaban dari para responden, penulis mengetahui apa/bagaimana selera konsumen dalam perancangan promosi Batik Gabovira yang di khususkan untuk dewasa muda di kota Lampung. Dari biaya yang dikeluarkan dalam perancangan promosi Batik Gabovira yang sebenarnya telah lama berkembang, namun diganti targetnya dapat disimpulkan bahwa biaya terbilang besar untuk merancang strategi promosi melalui karya visual. Namun biaya tersebut terbilang bisa menghasilkan keuntungan yang besar bila perancangan promosi dibuat dengan sebaik mungkin agar bisa menarik perhatian dan minat konsumen.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Saran bagi Sesama Desainer**

Berikut saran penulis terhadap sesama desainer :

1. Memperkenalkan lebih banyak lagi Batik Indonesia kepada dewasa muda masa kini agar dapat dibanggakan dan dikenal. Selain itu karena usia produktif yang masih aktif adalah sebagai generasi muda yang bisa membawa nama

Indonesia agar bisa lebih dikenal dan sebagai penerus kebudayaan yang jika budaya tersebut hilang, kita akan kekurangan kekayaan di negara kita sendiri.

2. Lebih untuk bisa memahami isi dari budaya lokal yang akan diangkat sebagai karya agar bisa diangkat secara maksimal dan terbaik untuk di kenalkan ke lingkup yang lebih luas.

### **5.2.2 Saran Bagi Para Pengusaha *Local Brand Fashion***

1. Pengusaha lokal harus lebih berani dalam membuat produk yang mengatasnamakan Indonesia. Karena Indonesia juga memiliki banyak keunikan disetiap daerah masing-masing yang bisa diangkat dan dikenalkan kepada masyarakat, baik dalam masyarakat di Indonesia itu sendiri atau masyarakat di luar Indonesia.
2. Memahami produk yang akan dibuat dengan cara menggali pengetahuan dari kebudayaan di suatu daerah sehingga benar-benar tercipta keasliannya.

### **5.2.3 Saran Dosen Penguji**

1. Dalam mempromosikan sesuatu harus benar-benar memahami isi dari kebudayaan yang akan kita angkat.
2. Dalam perancangan desain kita harus mengetahui benar-benar kebutuhan target yang telah kita tetapkan.
3. Dalam perancangan desain kita harus memperhatikan setiap detail dari semua isi lokal *brand* yang kita angkat.