

BAB V

PENUTUP

5.1 Keimpulan

Batik Tasikan sangatlah unik dan memiliki bermacam motif dan warnanya sebagai ciri khasnya yang sangat menonjol. Melalui ilmu Desain Komunikasi Visual, perancangan *website* dan media pendukung lainnya ini sebagai strategi promosi sekaligus mengenalkan kembali Batik Tasikan sebagai salah satu batik Jawa Barat. *Website* ini dirancang dengan *layout* yang *clean* dan menggunakan *typography* yang tipis serta halus yang membuatnya terkesan dewasa muda yang elegant dan membuat batik itu sendiri menjadi sangat menonjol.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mempromosikan sentar Batik Tasikan dan Batik Tasikan itu sendiri, sekaligus mengenalkan kembali dimana Batik Tasikan ini mulai kehilangan eksistensinya meskipun pada sejarahnya dulu sempat menjadi batik yang cukup terkenal. Manfaat dari perancangan ini adalah agar Batik Tasikan menjadi lebih dikenal lagi dan menjadi satu hal yang menarik bagi dewasa muda, dimana Batik Tasikan memiliki keunggulan lebih pada warna-warnanya yang cerah dan membuatnya tidak terkesan kuno. Selain itu juga menjadi pengetahuan lebih akan keragaman batik yang ada di Indonesia ini karena banyak juga dewasa muda yang tidak mengetahui bahwa kota Tasikmalaya ini memiliki batik. Media utama yang akan digunakan adalah *website* dimana selain promosi media ini juga dapat mendukung pasar yang mulai meredup pada sentra batik ini sebagai media *shopping online*. Media ini juga didukung dengan media pendukung lainnya yaitu Aplikasi *smartphone*, video promosi, Logo dan kartu nama, *packaging*, *lookbook/katalog*, *banner online*, penjualan di instagram, *gimmick* berupa bandana, sapu tangan, gantungan kunci, serta *voucher* belanja.

5.2 Saran

Penulis sangat terbuka dengan saran yang dikemukakan untuk kemajuan tugas akhir ini, maka saran yang berasal dari dosen penguji sebagai berikut :

1. Opsi dropshipper pada *website* atau opsi kerjasama pihak lain dapat meningkatkan daya optimal.
2. Media sekunder seperti *market place* tokopedia, buka lapak, dan lainnya dapat meningkatkan perekonsumer.
3. *Disclaimer* dapat ditambahkan pada bagian *info detail item* untuk mengurangi tuntutan apabila terjadi pada pembelian barang seperti warna tidak 100% persis pada foto dan lainnya.

Berikut ini yang akan penulis juga sampaikan yang ditujukan kepada sesama desainer komunikasi visual :

1. Promosi Sentra Batik Tasikan dapat dilakukan dalam berbagai cara dan media, namun sebagai desainer yang kreatif sudah seharusnya memiliki pemikiran yang luas dan dapat memilih media yang paling tepat untuk memecahkan masalah tersebut tentu dengan berbagai pertimbangan secara ilmu desain komunikasi visual dengan strategi yang tepat, serta pertimbangan luar yang berasal dari pihak yang terkait.
2. Sebagai desainer diharapkan dapat melihat target yang tepat dalam penerapan sebuah desain agar tidak terjadinya salah komunikasi dan dapat menentukan media serta cara penyampaian promosi secara tepat sasaran dan efektif. Selain dari pengalaman dan ilmu desain komunikasi visual diharapkan hal ini didapatkan dari riset pasti untuk memperkuat data yang telah kita punya.

Dan berikut saran untuk masyarakat luas adalah :

1. Mulailah kenali dan cintai keanekaragaman budaya sendiri, dalam kasus ini adalah batik yang telah dikenal dan diakui dunia namun, belum terlalu dikenal oleh masyarakat lokal itu sendiri.
2. Kenalilah berbagai motif batik, tidak ada motif batik yang terbaik karena semua motif batik adalah yang terbaik. Hal ini dikarenakan semua daerah memiliki motif khas nya sendiri yang menjadi keunggulan mereka dan tidak dimiliki oleh daerah lainnya.

