

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### 5.1 Kesimpulan

Mengadakan sebuah promosi di beberapa kota-kota besar di Indonesia dapat menjadi salah satu cara untuk mengenalkan batik tulis Lasem. Sehingga pameran batik tulis lasem digunakan sebagai media untuk mengenalkan batik tulis Lasem kepada masyarakat di Jakarta, Bandung, Semarang, dan Surabaya. Pameran yang diadakan di mall dirancang karena masyarakat dapat datang dan melihat secara langsung keindahan dari batik tulis Lasem yang diharapkan dapat memiliki keinginan lebih untuk kemudian berkunjung ke Lasem dan mengikuti tour batik tulis Lasem.

#### 5.2 Saran

Ada beberapa saran yang dapat Penulis berikan dari melakukan perancangan program promosi dan event Bentang Lasem. Sebagai desainer komunikasi visual, desainer dituntut untuk memahami sejarah Lasem, pembuatan, dan jenis-jenis batik tulis Lasem secara keseluruhan untuk mendapatkan suasana yang diinginkan. Memahami target audiens yang ditunjukkan agar penyampaian komunikasi lebih tersampaikan, baik dari segi bahasa, istilah yang digunakan, dan gaya visual yang ingin ditampilkan.

Sebagai desainer juga dituntut untuk mengembangkan ide-ide yang ada pada media yang tepat, efektif, dan menarik namun secara realis dapat diwujudkan. Penulis memanfaatkan media promosi dan event untuk mengenalkan batik tulis Lasem ini.

Sebagai seorang desainer, juga dituntut untuk memiliki manajemen waktu yang baik, menyiapkan waktu untuk menggali ide, mendesain, mengerti mengenai proses produksi, dan eksekusi akhir.