

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan media iklan Batik Surabaya ini adalah:

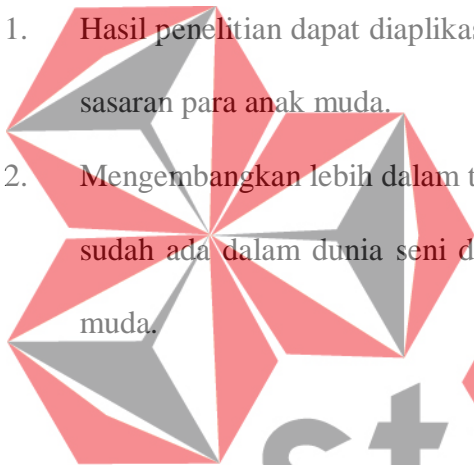
1. Agar dapat memperkenalkan Batik Surabaya dikalangan anak muda perlu adanya suatu media guna menampung segala informasi didalamnya dengan melakukan beberapa tahap dalam perancangan seperti, melakukan wawancara kepada para narasumber yang berkompeten di bidangnya, observasi langsung kepada para produsen batik surabaya, Melakukan studi kepustakaan serta dokumentasi yang kemudian dianalisa dan diperoleh beberap *keyword* seperti up to date, instan, warisan dan tradisi. Selanjutnya dari beberapa keyword barulah ditarik sebuah kesimpulan yaitu “Modern Culture” yang kemudian dijadikan konsep dalam perancangan media iklan.
2. Dari konsep yang telah didapat barulah di jabarkan elemen-elemen yang sesuai untuk digunakan dalam media iklan batik surabaya. Pemilihan beberapa media yang sesuai guna menarik perhatian dan memperkenalkan Batik surabaya kepada para anak muda sebagai target media seperti Billboard, Iklan Surat Kabar, Majalah, flyer, brosur, poster dan sosial media sebagai media *online* pendukung.

3. Menggunakan teknik *manual drawing* sebagai upaya menciptakan suatu keselasan dengan keindahan *art* goresan canting pada batik yang masih menggunakan cara tradisional berbeda dengan ilustrasi media pada umumnya dirasa akan mampu menarik perhatian.

5.2 Saran

Adapun saran dari perancangan media iklan Batik Surabaya ini adalah:

1. Hasil penelitian dapat diaplikasikan pada Batik dari daerah lain guna membidik sasaran para anak muda.
2. Mengembangkan lebih dalam tentang desain busana untuk Batik Surabaya yang sudah ada dalam dunia seni dan desain untuk dapat menarik minat para anak muda.



stikom
SURABAYA