

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Produk budaya yang sering kita jumpai sehari-hari adalah batik. Batik memiliki beraneka ragam motif dan variasi sesuai dengan adat istiadat setempat. Setiap daerah sekiranya memiliki motif batik tersendiri, salah satunya Griya Batik Tegal yang menciptakan motif batik tegalan. Namun, dengan ke-eksistensian yang dimiliki Griya Batik Tegal, mereka belum menampilkan kemasan yang memiliki identitas bahwa produk yang mereka jual merupakan hasil buatan dari Griya Batik Tegal. Dengan begitu, Griya Batik Tegal tidak memiliki pembeda antara produknya dengan produk-produk lain yang sejenis. Permasalahan inilah yang melatarbelakangi penulis untuk merancang kemasan baru untuk Griya Batik Tegal supaya merek tersebut memiliki *brand identity* sendiri yang dapat digunakan sebagai pembeda antar produk lainnya. Selain digunakan sebagai media identitasnya, kemasan yang menarik juga diharapkan mampu memikat konsumen terhadap produk yang dijual.

Konsep perancangan pada penelitian ini adalah mengangkat budaya tradisional yang dibuat lebih *modern*. Menggabungkan antara batik dari Griya Batik Tegalan yang terkenal oleh tradisi Tegal dikemas menggunakan kemasan yang lebih kekinian dengan bentuk yang praktis dan elegan dengan tujuan untuk meningkatkan *value* brand itu sendiri. Penulis juga merancang media pendukung untuk membantu meningkatkan promosi produk Griya Batik Tegal.

#### **6.2 Saran**

Saran penulis untuk penelitian selanjutnya yaitu perancangan ini dapat dilanjutkan dalam ranah media promosi supaya dapat menjangkau lebih besar audiens untuk Griya Batik Tegal, dengan harapan Griya Batik Tegal semakin dikenal bukan hanya di daerah Tegal melainkan secara keseluruhan.

