

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa perancangan desain kemasan untuk Leksana Batik Jaya sangat diperlukan. Dalam penelitian ini desain kemasan dirancang yang dapat berfungsi sebagai pelindung produk dan membuat produk mudah dikenali serta berbeda dengan kompetitor. Desain kemasan dibuat dengan menggunakan turunan warna coklat dan menggunakan ilustrasi motif batik Mangrove Avicennia, tujuannya untuk melestarikan batik mangrove sekaligus menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kekayaan batik yang beragam melalui desain kemasan dengan ilustrasi motif batik mangrove, sehingga para wisatawan maupun masyarakat dapat mengingat dan mengenal batik mangrove sebagai cinderamata khas dari Cilacap melalui kemasan yang dibuat. Dan untuk menambah minat dan mengubah persepsi konsumen, maka desainnya dibuat dengan konsep *elegant* dan *modern* sehingga *image* produk Leksana Batik Jaya menjadi lebih tinggi. Selain itu, untuk mendukung pengenalan dan pemasaran produk juga dibutuhkan sebuah media promosi. Media promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah brosur, poster, x-banner, *lanyard*, *notebook*, *totebag*, *hang tag*, *wrapping paper*, dan *sticker*.

6.2 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan kembali Leksana Batik Jaya dalam bidang keilmuan DKV, seperti *branding*, *visual identity*, dll.