

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan dan pembahasan pada bab-bab yang sudah ada maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. “Batik Rang Minang kota Padangpanjang dalam perancangan media promosi” ini menjadi media promosi yang efektif bagi masyarakat luas melalui media sosial.
2. “Batik Rang Minang kota Padang panjang dalam perancangan media promosi” ini dapat menarik perhatian masyarakat melalui media promosi sosial media seperti reels Instagram atau tiktok yang bertujuan untuk melestarikan batik asli kota Padang panjang.
3. Perancangan media promosi pada batik rang minang nya yang memiliki keunikan pada motifnya serta Keunikan dari pemilihan warnanya.

B. SARAN

Adapun saran yang dapat di ambil baik terhadap owner maupun pihak-pihak terkait lainnya, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi owner Batik Rang Minang sebaiknya dapat mempermudah proses observasi kepada mahasiswa yang sedang melakukan penelitian di rumah produksi Batik Rang Minang.
2. Dalam meningkatkan proses promosi sebaiknya pengelola Batik Rang Minang melibatkan banyak mahasiswa agar dapat mengembangkan dengan menggunakan fitur yang lebih modern sesuai kemajuan zaman.
3. Dalam meningkatkan wisatawan sebaiknya Pemerintah kota Padangpanjang memberikan wadah serta mensupport dan berkolaborasi pada generasi Kreatif atau Mahasiswa Muda yang ingin mempromosi UMKM yang ada di kota Padangpanjang khususnya Batik Rang Minang.
4. Diharapkan bagi institusi pendidikan untuk lebih membimbing, mesupport mahasiwa muda yang sedang proses penggarapan karya agar lebih maksimal.
5. Bagi lembaga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Penulis diharapkan sebagai bahan literasi dan revisi studi tentang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab, Solichin . Kamus Webster. 1997. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Adi, Kusrianto.2007. “Pengantar Desain Komunikasi Visual”. Yogyakarta.Penerbit, Andi
- Ahmad, A dan Supriyanto, W. 2004. Psikologi Belajar. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arini, Asti M., & Ambar, B. (2011). Batik: Warisan Adiluhung Nusantara. Yogyakarta. Andi Offset
- Baksin, Askurifai. 2009. Videografi, Operasi Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. Widya Padjadjaran: Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Fandi Tjiptono (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua Andi: Yogyakarta
- Flew, T. 2008. New Media : an introduction. New York: Oxford University Pers.
- Kadjim. 2011. Kerajinan Tangan dan Kesenian, Semarang: Adiswara
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (1995):640
- Kotler dan Gary Amstrong. 2016. Dasar-dasar Pemasaran.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, Adi. 2010. Pengantar Tipografi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kusuma. 2020. Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual Dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Penggunaan Aplikasi TikTok Berdasarkan Jenjang Umur). Universitas Tarumanagara.
- Lisbijanto, Herry. 2013. Batik. Yogyakarta : Grahailmu.
- Mahmud. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Pustaka Setia
- Maulana, Herdiyan dan Gumgum Gumelar. 2013. Psikologi Komunikasi dan Persuasi. Jakarta: Akademia Permata
- Mulyana, Deddy. (2010). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya

Pujiriyanto. 2005. Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer). Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Rakhmat, Jalaluddin. (2008). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosda Karya

Sadjiman Ebdi Sanyoto, 2010:11 Nirmana : elemen-elemen seni dan desain. Jalsutra.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

