

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan media promosi digital Batik Situbondo ini digunakan untuk upaya menarik minat masyarakat agar Batik Situbondo tetap lestari dan berkembang. Berawal dari permasalahan yang ada yaitu kurangnya promosi di media sosial dari pihak Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Situbondo serta terdapat data yang menunjukkan bahwa banyak dari perajin yang terdaftar menutup produksinya karena tidak memiliki pembeli. Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi; *Emphatize, Define, Ideate, Prototype, Test. Feed* Instagram sebagai media utama; *Video reels* instagram yang merupakan bagian dari *feed* instagram, poster, video youtube, video tiktok dan merchandise sebagai media pendukung.

Dari hasil uji coba kepada 50 responden yang didapatkan pada perancangan media promosi digital ini sebanyak 56% mengatakan media *feed* instagram yang dirancang menarik, 64% mengatakan media instagram yang dirancang dapat membantu mengetahui tentang Batik Situbondo dengan sangat baik, 62% mengatakan media instagram ini menjadi solusi yang sangat baik dalam mempromosikan Batik Situbondo, dan 64% dari responden mengatakan perancangan media promosi digital ini sesuai dengan kebutuhan dari Batik Situbondo. Dari hasil tersebut dapat dikatakan perancangan media promosi digital Batik Situbondo ini sesuai dengan permasalahan yang ada.