

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Video *branding* Batik Sekarwungu menjadi strategi komunikasi yang inovatif dalam memperkenalkan identitas budaya lokal milik Desa Sumberwungu. Penyampaian informasi melalui media visual dan narasi dalam video ini berhasil menggambarkan nilai-nilai budaya, proses kreatif, serta makna filosofi di balik motif batik secara mendalam. Media video memungkinkan penyampaian pesan yang lebih emosional dan menarik, sehingga masyarakat tidak hanya mengenal batik sebagai produk, tetapi juga memahami nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Tahapan produksi video dilakukan secara sistematis, mulai dari tahap persiapan (pra-produksi), pengambilan gambar (produksi), hingga pengeditan (pasca-produksi). Proses ini melibatkan tokoh-tokoh penting seperti pamong budaya desa dan kelompok pengrajin batik yang aktif mendukung produksi. Hasil akhirnya berupa video berdurasi sekitar 12 menit yang ditayangkan melalui kanal YouTube Desa Sumberwungu sebagai sarana penyebaran informasi budaya yang mudah diakses oleh publik.. Batik Sekarwungu diangkat bukan hanya sebagai hasil kerajinan tangan, tetapi juga sebagai perwujudan nilai, sejarah, dan identitas masyarakat. Pendekatan *branding* ini memperkuat keterikatan emosional antara produk budaya dan masyarakat yang menjadi targetnya.

Penggunaan YouTube sebagai media utama dipilih karena jangkauan *platform* ini sangat luas dan sesuai dengan perilaku konsumsi media masyarakat masa kini. Strategi ini memungkinkan Batik Sekarwungu untuk lebih dikenal oleh khalayak yang lebih luas, tidak terbatas hanya di lingkup lokal. Dengan demikian, produk ini berpotensi tumbuh secara ekonomi tanpa menghilangkan nilai-nilai budaya yang menyertainya.

Secara umum, proyek tugas akhir ini menunjukkan bahwa video *branding* dapat menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan budaya dan memperkuat identitas sebuah produk lokal. Batik Sekarwungu

kini bukan sekadar produk batik biasa, tetapi telah menjadi simbol visual yang mewakili semangat, nilai kearifan lokal, dan kreativitas warga Desa Sumberwungu.

5.2 Saran

Pemerintah Desa Sumberwungu diharapkan dapat terus mengembangkan strategi promosi Batik Sekarwungu melalui berbagai media digital lainnya. Selain video utama, penting untuk menghadirkan konten tambahan seperti cuplikan pendek, *video reels*, maupun dokumentasi aktivitas komunitas yang berkaitan dengan batik agar keterlibatan audiens tetap terjaga.

Bagi para pengrajin dan komunitas Batik Sekarwungu, disarankan untuk terus meningkatkan mutu produk sekaligus memperkaya cerita-cerita budaya yang menyertai setiap motif batik. Pelatihan mengenai pemasaran digital, manajemen konten media sosial, serta pengemasan cerita budaya akan membantu mereka agar dapat mempromosikan produk secara mandiri dan profesional.