

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan data penelitian yang telah diuraikan, serta didasarkan pada analisis data penelitian tentang Manajemen Citra Kampung Jetis Sebagai Sentra Batik di Sidoarjo, maka dapat disimpulkan untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Manajemen Citra yang dilakukan Pengrajin Batik di Kampung Jetis Sidoarjo

a. Komunikasi Antara Pengerajin Batik Berjalan Cukup Baik

Hubungan yang baik saja ternyata masih kurang, menjalin suatu hubungan proses komunikasi yang peneliti temukan yakni adanya hambatan dalam suatu proses komunikasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa gangguan yang terjadi dalam proses komunikasi disebabkan oleh faktor dari pengrajin batik sendiri

b. Upaya Pengrajin dalam Mengkomunikasikan Citra Produk Batik Jetis

Komunikasi juga dapat dijadikan sebagai penguat bagi konsumen mengenai keberadaan produk, yang pada masa lalu pernah dilakukan transaksi pertukaran pada produk itu. Pemberian kartu nama kepada calon pembeli atau pengunjung yang datang ke galeri batik itu sudah menjadi promosi dasar yang dilakukan oleh para

pengerajin batik. Karena dengan cara itu produk hasil pengrajin batik dapat di kenal oleh masyarakat.

Peran lain dari komunikasi adalah untuk membedakan (*differentiating*) produk yang di tawarkan oleh satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Upaya membedakan produk ini dilakukan dengan mengkomunikasikan kepada konsumen bahwa produk yang ditawarkan berbeda dengan produk lainnya yang sejenis.

c. Penggunaan Logo pada Produk Batik Jetis Sidoarjo

Citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi dari terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. cara mereka memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk mereka, mereka memberi logo pada setiap produk mereka, ini menjadi inisiatif individu pengrajin, jadi antara pengerajin satu dengan pengrajin yang lain memiliki logo yang berbeda pada setiap produknya.

d. Promosi sebagai Proses Komunikasi dalam Pemasaran

Dalam hal ini perlu ditegaskan bahwa promosi merupakan elemen atau bagian dari pemasaran yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumennya. Cara mereka untuk mempromosikan hasil dari pada produk mereka yaitu dengan membuka galeri dan memberi kan kartu nama kepada setiap pengunjung yang datang mengunjungi ke galerinya.

e. Manajemen Citra Produk Batik Jetis oleh Pengrajin

Citra ini amat ditentukan oleh banyak-sedikitnya informasi yang dimiliki oleh penganut atau mereka yang mempercayainya. Dalam dunia dan kehidupan yang serba sibuk, sulit diharapkan mereka akan memiliki informasi yang memadai. Masalah branding itu memang terkait dengan tadi manajemen termasuk dengan servis servis dan sebagainya.

B. Rekomendasi

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat baik secara praktis maupun secara teoritis. Penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan sebagai berikut:

1. Rekomendasi untuk para Pengerajin batik jetis Sidoarjo
 - a. Meningkatkan mutu dan kualitas dari produk batik, agar batik sidoarjo khususnya batik jetis tetap eksis di kancah nasional.
 - b. Meningkatkan hubungan yang baik antara pengerajin satu dengan yang lain agar komunikasi dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh pengerajin
 - c. Meningkatkan variasi motif batik agar para konsumen tidak jenu dengan motif batik yang itu itu aja

2. Rekomendasi untuk masyarakat luas

- a. Agar setia membeli hasil produksi batik yang di buat oleh pengerajin batik jetis sidoarjo.
- b. Membantu dalam menyebarkan informasi berupa ajakan untuk turut serta dalam membeli dan juga berkunjung ke kampung batik jetis

3. Rekomendasi untuk Fakultas Dakwah dan Komunikasi

- a. Meningkatkan mutu Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya prodi ilmu komunikasi yang saat ini jurusan Komunikasi sangat diminati oleh masyarakat luas.
- b. Meningkatkan fasilitas pendidikan yang diperlukan untuk menunjang proses kegiatan perkuliahan oleh mahasiswa/i prodi Komunikasi.