

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Konsulat Republik Indonesia melihat batik dan kain tenun Ko Yo berpeluang besar untuk melakukan diplomasi budaya dengan memperluas kreativitas. Pertunjukan atau acara dapat berupa; *pertama*, perkenalan, promosikan produk selama situasi epidemi virus covid-19 bisa berupa video, gambar audio melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram atau youtube untuk melihat keunikan pola kain. Pemasaran yang menggunakan media sosial untuk membantu memudahkan dalam mempromosikan produk batik dan kain Ko Yo dan mencakup wilayah yang luas. Itu perlu untuk dijelajahi peluang pasar dan juga jelajahi popularitas orang di semua grup. *Kedua*, pemerintah Indonesia mengatur tema festival membatik atau pameran acara penting seperti *World Elephant Fair*, dengan kios atau tema yang mempromosikan karir bagi penyandang disabilitas dengan masyarakat. Pada tahun 2019, ada acara *World Halal Product Expo* (HAPEX) di Hatyai, Thailand Selatan yang sukses menghadirkan pengunjung ribuan dari Songkhla dan sekitarnya. 11 perusahaan asal Indonesia ambil bagian dalam peluang baik berbisnis dan menguntungkan perekonomian. Hal penting lainnya adalah untuk membuka konektivitas dan mewujudkan komitmen ketiga pemimpin

dalam IMT GT (Indonesia Malaysia Thailand Growth Triangla) Summit di Singapura April 2018. Guna mewujudkan one single destination of IMT GT yang paling potensial, melalui jalur segitiga Songkhla-Medan-Penang yang memiliki kemiripan dari pengaruh kebudayaan Melayu, Tiongkok, Timur Tengah dan Eropa.

Rancangan pola kain mengubah bentuk produk berupa karya baru yang berbeda dari aslinya dan mempertahankan pola kelanjutan dua budaya. Desain karya tersebut menggabungkan batik dan budaya tenun Ko Yo guna memenuhi kebutuhan konsumen permintaan pasar Termasuk agar KJRI terus menyebarkan budaya tersebut melalui penyelenggaraan kegiatan dan promosi berbagai produk melalui lembaga dan organisasi pendidikan sebagai peluang pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi kelompok profesional kain batik dan tenun Ko Yo termasuk promosi seni dan budaya baik di Indonesia maupun di Thailand yang merupakan peran penting dalam operasional Konsulat Republik Indonesia Provinsi Songkhla.

## **B. Saran**

Dari penelitian dalam situasi saat ini kedua keahlian ini akan segera dilupakan dan kurang terlihat karena orang Thailand populer dengan pakaian barat dan mengadopsi budaya ini untuk bercampur dalam hidup. Pada saat yang sama, mereka yang mencari nafkah dengan membatik dan menenun Ko Yo semakin

berkurang. Karena pendapatannya yang rendah, serta kehalusan dan kehalusan kain yang membutuhkan waktu lama. Peneliti menyarankan demikian agensi pemerintahan Kementerian Kebudayaan dan organisasi terkait memiliki kebijakan. Mempromosikan budaya kerajinan tangan, batik dan tenun Ko Yo. memberikan kursus pada kedua kerajinan termasuk bidang seni lainnya dengan penekanan pada praktik untuk mengembangkan keterampilan hidup dan membawa merakit karir untuk menghasilkan uang termasuk seni dan budaya lain yang semakin jarang terlihat dengan dukungan. Ada lebih banyak pasar untuk kain batik dan kain tenun Ko Yo. Kampanye untuk berbagai instansi atau masyarakat umum memakainya. Kain batik dan tenun Ko Yo Selain untuk mempromosikan budaya agar tetap eksis. Batik dan tenun Ko Yo menjadi penyemangat dan pendorong untuk membuat kerajinan tangan ini menyebar ke generasi berikutnya.