

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aji Prasajo terbukti telah melakukan praktik ekonomi politik dengan memanfaatkan pihak-pihak terkait untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya pada kegiatan komunikasi pemasaran batik Ningrat Prasojoyaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturisasi. Praktik komodifikasi ekonomi politik pada batik Ningrat Prasajo adalah pemilik memanfaatkan pihak-pihak yang terlibat untuk membantu menyelenggarakan kegiatan ini demi mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Praktik spasialisai ekonomi politik pada kegiatan komunikasi pemasaran batik Ningrat Prasajo, pelaku melakukan kerja sama dengan media TV lokal yaitu Dhoho TV, radio Joyoboyo, radio Bonansa, dan *influencer* melalui media sosial yang dimilikinya. Praktik spasialisai ekonomi politik pada kegiatan komunikasi pemasaran batik Ningrat Prasojoadalah pelaku ekonomi politik batik Ningrat Prasajo yang merupakan pemilik batik Ningrat Prasajo menempatkan dirinya sebagai struktur tertinggi dalam kepanitiaan pada kegiatan tersebut yaitu sebagai ketua umum. Ketua umum berwenang dan memiliki kekuasaan tertinggi.
2. Praktik ekonomi politik komunikasi pemasaran pada kegiatan komunikasi pemasaran batik Ningrat Prasojomelibatkan beberapa pihak adalah pemilik batik Ningrat Prasajo, perwakilan pihak pemerintah, *media partner*,

sponsor, panitia, dan peserta. Pihak-pihak tersebut secara keseluruhan mendapatkan keuntungan dari praktik ekonomi politik pada pemasaran batik Ningrat Prasajo.

3. Selain pihak yang diuntungkan, terdapat pihak yang didominasi pada praktik ekonomi politik pada kegiatan komunikasi pemasaran batik Ningrat Prasajo. Pihak-pihak tersebut adalah panitia dan peserta. Panitia dan peserta menerima kerugian yang lebih banyak dibandingkan dengan keuntungan yang didapatkan pada kegiatan ekonomi politik pada kegiatan komunikasi pemasaran batik Ningrat Prasajo. Panitia merupakan pihak yang paling didominasi dibandingkan dengan peserta dilihat dari kerugian yang didupatkannya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti mempertimbangkan beberapa saran untuk para pembaca dan peneliti selanjutnya. Adapun beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi penyelenggaraan acara dan pelaku komunikasi pemasaran oleh batik Ningrat Prasajo, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan bahan evaluasi untuk kegiatan-kegiatan pemasaran yang akan diselenggarakan seperti masukan dari pihak-pihak yang terlibat demi berkembangnya batik Ningrat Prasajo.
2. Selama kegiatan praktik ekonomi politik pada komunikasi pemasaran batik Ningrat Prasajo, pihak sponsor yang dilibatkan sebisa mungkin tidak dalam kategori yang sama.

3. Pada pemilihan putra putribatik Ningrat Prasajo, pelaku ekonomi politik diharapkan tidak mengambil banyak keuntungan terlebih kepada pihak yang didominasi mengingat banyaknya kontribusi yang diberikan oleh pihak-pihak tersebut.
4. Panitia yang dilibatkan dalam praktik ekonomi politik pemasaran batik Ningrat Prasajo agar diberikan pengarahan sehingga pada saat kegiatan berlangsung dapat menjalankan tugas sesuai dengan tugas yang diberikan.
5. Bagi peneliti diharapkan untuk memaparkan lebih detail lagi tentang ekonomi politik pada sebuah acara atau media agar menjadi bahan bacaan dan sumber pengetahuan bagi pelaku *event* atau media yang melakukan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan.