

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil keseluruhan melalui pengumpulan dan pengolahan data, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, Everglow Pagar Ayu, memiliki banyak keunggulan yang sebenarnya dapat diangkat dan tidak dimiliki oleh pesaingnya. Hanya saja Everglow Pagar Ayu kurang melakukan berbagai macam usaha promosi sehingga *brand awareness* masyarakat khususnya calon mempelai menjadi minim. Promosi yang hanya sebatas dilakukan melalui vendor-vendor *event organizer* yang dimintai keterangan tentang pagar ayu di Bandung serta kurangnya sentuhan desain berkonsep dan kreatif menjadi penyebab kurang dikenalnya *brand* dan keunikan Everglow Pagar Ayu.

Perancangan visual dan *brand* ini harus memiliki konsep yang matang dan kreatif agar dapat membangun image dan citra baik di masyarakat dan dapat menjadi panutan pesaing sejenis di kota Bandung. Untuk mendirikan sebuah brand yang kuat dan dikenal masyarakat dibutuhkan publikasi dan promosi sehingga mencapai target yang diinginkan dan tepat sasaran.

5.2 Saran

Untuk keseluruhan konsep sudah menarik, hanya saja untuk bagian teknisnya masih belum terasa bentuk pagar ayunya. Oleh karena itu dibutuhkan pemilihan foto dengan hati-hati. Poster lebih baik satu bentuk, dengan bentuk yang sama akan lebih terlihat satu seri nya. Untuk gimmick wedding checklist sebaiknya diperbesar ukurannya agar lebih mudah dibaca.