

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil observasi, wawancara, kuesioner, dan visualisasi karya desain akhir diperoleh kesimpulan bahwa promosi merupakan media penting untuk memperkenalkan suatu pemasaran, dimana di dalamnya terdapat proses pencitraan suatu image yang ingin dibentuk dan dikomunikasikan kepada target pasar. Dalam proses promosi tersebut dibutuhkan proses perancangan strategi promosi yang baik dan tepat dengan cara melakukan riset, dan wawancara langsung kepada nara sumber yang terpercaya agar dapat mengidentifikasi segala permasalahan yang ada.

Oleh karena itu promosi ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui lebih dalam tentang macam-macam kopi melalui pengenalan dari *event* ini. Dalam *event* ini juga tidak hanya bisa menjadikan lahan bisnis untuk masyarakat yang ingin melakukan bisnis kopi, melainkan juga untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa dengan membuat *event* ini masyarakat dapat merasakan khasnya kopi Indonesia lewat festival dan meningkatkan ketertarikan dan minat masyarakat Indonesia dalam mencoba berbagai jenis keanekaragaman kopi yang ada di Indonesia. Dengan begitu di perlukan promosi yang mendukung festival ini agar masyarakat mau datang ke festival ini. Melalui media promosi yang dapat membantu kelancaran proses promosi, sehingga dengan media promosi dapat membantu meningkatkan daya tarik masyarakat mengunjungi festival ini.

5.2 Saran

Dalam menikmati kopi tidak sekedar menikmati kopi saja. Karena meminum kopi juga memiliki manfaat besar yang tidak kita ketahui dan juga efek dari meminum kopi yang berpengaruh pada kesehatan tubuh.

Saran untuk masyarakat juga penikmat kopi, kopi mungkin menjadi teman saat sedang melakukan aktivitas, tetapi harus mengetahui juga efek samping dari kebanyakan minum kopi, karena apabila mengkonsumsi kopi terlalu banyak mungkin akan berpengaruh buruk bagi kesehatan tubuh. Jadi dapat di saran kan apabila meminum kopi harus ada batasan- batasan yang dapat di terima oleh tubuh kita.