

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mengajak masyarakat untuk mengunjungi Bandung Tea Festival. Di jaman sekarang ini, banyak sekali pilihan minuman yang ditawarkan pada masyarakat. Tetapi, tidak semua minuman tersebut dapat menyehatkan bagi tubuh. Maka dari itu, Pemerintah Provinsi Jawa Barat mengadakan Bandung Tea Festival untuk mengedukasi masyarakat dan memberi informasi tentang teh kepada masyarakat. Karena media promosi yang kurang dan desain yang kurang menarik Bandung Tea Festival ini kurang berhasil di tahun sebelumnya. Penempatan media yang kurang strategis membuat masyarakat kurang *aware* terhadap Bandung Tea Festival ini. Salah satu cara mendukung acara ini secara visual dan strategi DKV dibuatlah perancangan ini.

Perancangan *event branding* dan promosi ini sangat mempengaruhi keberhasilan Bandung Tea Festival. Dengan adanya *event branding* ini Bandung Tea Festival memiliki identitas yang konsisten dan unik sehingga dapat dikenali oleh masyarakat. Promosi digunakan sebagai *brand activation* bagi Bandung Tea Festival. Media promosi yang digunakan bermacam-macam sehingga dapat mencakup seluruh golongan masyarakat.

#### **5.2 Saran**

Saran penulis bagi perancangan yang berkaitan dengan tema yang penulis angkat; sebaiknya memilih tema yang sangat disukai sehingga saat tahap pengerjaan jadi lebih mudah dan *enjoy*. Lebih banyak koordinasi dengan pihak-pihak terkait agar dapat memudahkan perancangan. Saran dari penguji desain dibuat lebih bervariasi, warna yang digunakan terlalu muda sehingga terlihat pudar.