

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari apa yang telah diuraikan pada bab diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Goa Buniayu dapat diperkenalkan kepada mahasiswa di daerah Bandung karena tingginya minat untuk mencoba kegiatan *caving* di Goa Buniayu.
2. Mempromosikan Goa Buniayu kepada mahasiswa di Bandung menjadi pemecah masalah dari hasil data yang telah dikumpulkan.
3. Dengan penunjang menggunakan Desain Komunikasi Visual, promosi ini akan lebih tertata dan juga menarik di kalangan mahasiswa kota Bandung dan jika promosi ini berkelanjutan setiap tahunnya, maka penunjang desain akan disesuaikan dengan perkembangan yang ada. Dengan promosi yang menarik maka mahasiswa akan tertarik untuk mencoba dan percaya bahwa di Goa Buniayu memiliki standar keamanan yang tinggi. Maka dari itulah pada setiap foto menggambarkan kegiatan yang seru namun aman karena di setiap foto objek selalu menggunakan peralatan keamanan seperti helm.
4. Setelah membuat promosi ini penulis memiliki tambahan pengetahuan umum, serta masa sulit bahwa memotret di dalam gua tidak semudah yang di bayangkan. Medan yang berat juga menjadi tantangan tersendiri saat melakukan sesi pemotretan.

#### **5.2 Saran**

1. Goa Buniayu memiliki potensi pariwisata yang sangatlah tinggi, apabila promosi Goa Buniayu dapat diperluas maka akan menarik minat turis diluar kota Bandung bahkan di luar negeri.
2. Penulis hanya membahas dari sisi Rancang Kreatif Periklanan, Goa Buniayu masih dapat dibahas dari sisi Rancang Desain Grafis seperti *Re-Branding* BAT itu sendiri.