

J. PENUTUP

Berdasarkan uraian empat bab sebelumnya, berikut simpulan yang dapat diambil dari tugas akhir Desain Visual Branding *Event Grand Opening* Bahagia Bersama Kopi Bertajuk “Pesta Kecil-Kecilan”

1. Simpulan

Bahagia Bersama merupakan usaha *coffee shop* yang berada di kota Surakarta. Kota Surakarta memiliki banyak sekali usaha *coffee shop* didalamnya dengan masing-masing cara mempromosikan produknya, namun pada akhirnya *coffee shop* berada pada titik jenuh. Dimana pola promosi yang dilakukan mempunyai kemiripan satu diantara lainnya. Maka dari itu Bahagia Bersama sebagai salah satu *coffee shop* yang ada di kota Surakarta ingin berinovasi dengan bentuk media promosi baru, yaitu dengan mengadakan sebuah *event* bernama Pesta Kecil-Kecilan yang akan di Kelola dan diselenggarakan oleh Bahagia Bersama itu sendiri. Dalam sebuah *event* dibutuhkan sebuah identitas yang kuat agar audiens mudah mengingat pengalaman saat berada di *event* tersebut, maka dari itu desain visual branding untuk *event* Pesta Kecil-Kecilan menjadi Solusi dan tugas akhir berjudul Desain Visual Branding *Event Grand Opening* Bahagia Bersama Kopi Bertajuk “Pesta Kecil-Kecilan” menjadi sebuah inovasi baru dan berdampak positif bagi Bahagia Bersama itu sendiri.

2. Saran

Terdapat beberapa saran yang bisa diperhatikan bagi Bahagia

Bersama dan *coffee shop* lain, membawanya identitas *event* yang kuat dan memiliki resonansi yang mampu meningkatkan value dari brand yang menyelenggarakan dibutuhkan sebuah konsistensi, keseragaman hingga pengaplikasian yang baik dan tepat. Bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual Tugas Akhir Haki Desain Visual Branding *Event Grand Opening Bahagia Bersama Kopi Bertajuk "Pesta Kecil-Kecilan"*

