

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **V.1 Kesimpulan**

Pada perancangan *brand activation* kali ini, Perancang berusaha menguatkan citra *brand* DT Peduli dengan melakukan kegiatan berupa program Donatur Peduli yang mana melibatkan antara para donatur dengan DT Peduli. Program Donatur Peduli didukung dengan sebuah *website* yang memuat informasi tentang perubahan identitas dari DPU DT menjadi DT Peduli dan dapat melakukan pendaftaran menjadi Donatur Peduli, donasi, serta mengirimkan Cerita Peduli. Program Donatur Peduli dirasa efektif karena memberikan pengalaman berupa kepedulian kepada masyarakat sehingga dapat menanamkan pola pikir pada masyarakat ketika mendengar ataupun membaca kata “peduli” maka yang terlintas adalah DT Peduli.

Dalam perancangan *website* untuk *brand activation* Lembaga Amil Zakat DT Peduli, terdapat kesulitan yang dialami oleh perancang. Perancang merasa kesulitan dalam proses pembuatan *website* berbasis *database* dimana Perancang tidak sepenuhnya menguasai hal-hal yang berbasis bahasa pemrograman.

### **V.2 Saran**

Berdasarkan hasil yang diperoleh, Perancang merasa masih banyak kekurangan dalam proses perancangan dan masih jauh dari kriteria yang baik. Pada media *website*, Perancang tidak membuat sebuah multimedia interaktif yang dapat memberikan rangsangan terhadap pengalaman visual dari pengunjung *website*. Perancang juga menyarankan untuk para perancang selanjutnya, terutama pada perancangan *brand activation* disarankan memperbanyak referensi dalam perancangan serta melakukan studi lebih dalam mengenai teori *brand activation*. Hal ini dikarenakan *brand activation* memiliki banyak jenis kegiatan yang dapat dilakukan, dan bentuk kegiatan sangat mempengaruhi dalam berhasil tidaknya sebuah merek dapat teraktivasi.