

BAB V

P E N U T U P

A. Kesimpulan

CV. Nugrah Pratama Labelindo adalah satu-satunya industri yang memproduksi *woven label* yang pada saat sekarang masih menguasai pangsa pasar tunggal untuk wilayah DIY dan Jawa Tengah dan mulai melebarkan sayap dengan mendirikan kantor-kantor cabang di kota-kota seperti Solo, Semarang, Pekalongan, Jakarta, Bandung, Surabaya dan Bali.

Namun seiring dengan mulai bermunculannya kompetitor produk sejenis, maka CV. Nugrah Pratama Labelindo berupaya untuk lebih memperkenalkan teknologi yang dimilikinya kepada khalayak, tidak saja dari kalangan industri tapi juga kalangan umum yang memungkinkan untuk menggunakan produk *woven* ini. Apalagi CV. Nugrah Pratama Labelindo telah menghadirkan mesin-mesin mutakhir yang mampu mengaplikasikan disain-disain lain seperti poster, spanduk, pita dan sebagainya dengan media dan teknik *weaving* ini.

Pada perancangan komunikasi visual ini media yang digunakan antara lain media lini atas dan media lini bawah. Perancangan ini adalah suatu disain yang memiliki kesatuan dan keseragaman pada disain per media. Hal ini diperlukan agar semua program komunikasi visual ini mampu menanamkan image dan membentuk identitas tersendiri di dalam benak khalayak. Adapun

keseragaman tersebut terletak dari unsur pemilihan warna, ilustrasi dan tipografi.

B. Saran

Untuk mengantisipasi persaingan pada masa yang akan datang, CV. Nugrah Pratama Labelindo perlu menerapkan program promosi yang teratur dan berkesinambungan.

Selama ini promosi yang dilakukan masih sangat kurang, bahkan bisa dikatakan tidak ada, karena hanya mengandalkan tenaga *sales*/penjualan yang tentu pada saat ini akan sangat tidak efektif karena makin banyaknya kompetitor.

Menyadari bahwa pemecahan masalah, khususnya dalam perancangan komunikasi visual tidak akan tuntas sepenuhnya seiring dengan persaingan global yang semakin kompetitif, maka paling tidak melalui perencanaan media yang tepat, efektif, efisien dan berkesinambungan merupakan sebuah awal yang baik bagi perkembangan dan kesuksesan CV. Nugrah Pratama Labelindo di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Aacer, David A. *Manajemen Ekuitas Merk*. Jakarta: Mitra Utama, 1997.

Drs. Basu Swastha, Ph., MBA. *Azas-Azas Marketin*. Yogyakarta: Liberty, 1984.

Dr. Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 1992.

Frank Jetkins. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga, 1994.

Philip Kotler. *Principles of Marketing*. Jakarta: Intermedia, 1990.

Rhenald Kasali. *Manajemen Periklanan - Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1992.

Prof. Dr. Winardi, SE. *Promosi dan Reklame*. Bandung: Mandar Maju, 1992.

