

BAB 4 KESIMPULAN

Dari hasil analisis kita mengetahui bahwa peranan suatu logo, kemasan dan Promosi sangatlah besar. Logo, Kemasan dan Promosi bagi Ontjom Raos maupun perusahaan - perusahaan lainnya berperan sebagai jembatan yang mengkomunikasikan antara Perusahaan / Produk dengan target sarannya. Dengan adanya kemasan dan promosi yang lebih baik pada Ontjom Raos, maka produk dari Ontjom Raos pun akan semakin mudah sampai kepada Target konsumennya.

Selain mengkomunikasikan produk, Desain Logo, kemasan dan Promosi yang tepat juga membuat sugesti dan ketertarikan bagi target konsumennya, yang diakhiri oleh minat membeli konsumen terhadap produk. Pada Redesign Ontjom Raos, mengubah figur wanita pada logo dan membuat desain yang tepat pada kemasan dan promosinya akan membuat komunikasi, sugesti, ketertarikan, dan minat beli target konsumennya meningkat tajam.

Perancangan suatu desain juga harus sesuai dengan positioning produknya. Dan positioning suatu Produk haruslah sesuai dengan minat dari target konsumen produk tersebut. Perlu diketahui bahwa secara tidak sadar, konsumen selalu membuat Posisi bagi suatu produk di dalam otaknya dan membandingkan produk tersebut dengan produk sejenis lainnya. Jadi Intinya, Peranan positioning sangat penting bagi suatu produk untuk membuat produk tersebut singgah di hati konsumen dan juga selalu diingat oleh konsumennya karena Positioning memberi citra / jati diri / Posisi suatu produk di mata konsumennya.

Pada Ontjom Raos, menguatkan citra bahwa mereka adalah Pusat oleh - oleh Bandung yang paling lama berdiri sangatlah penting. Karena dengan mengekspos hal itu, Posisi Ontjom Raos di mata konsumennya akan semakin jelas, semakin diingat, dan yang paling penting posisi ini sangat menarik dan sangat diminati oleh target konsumennya.