

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Globalisasi mempengaruhi kecintaan masyarakat Indonesia terhadap produk dalam negeri. Salah satu produk dalam negeri yang mengalami penurunan penjualan adalah kosmetik khas Indonesia Mustika Ratu. Berdasarkan data yang diperoleh, media yang tepat untuk mempromosikan produk Mustika Ratu adalah melalui *event*. Perancangan promosi Mustika Ratu melalui *event* "Discover the Java's Beauty" bertujuan untuk menggali kembali warisan kecantikan khas Indonesia dari Putri Keraton Surakarta Hadiningrat yang sudah ada sejak lama namun mulai ditinggalkan. Dalam *event* ini, kecantikan khas Indonesia diperkenalkan dengan penerapan secara modern dan sesuai perkembangan tren kepada wanita dewasa muda modern Indonesia.

Di samping melalui *event*, promosi Mustika Ratu ini menggunakan media seperti media sosial, brosur, *billboard*, kemasan edisi khusus *event*, dan *voucher* belanja, sesuai dengan target *audience*. Media menampilkan model dengan riasan wajah khas Indonesia yang dikemas secara modern dan produk Mustika Ratu agar target *audience* dapat melihat secara langsung pengaplikasian dari produk. Melalui promosi ini, diharapkan wanita dewasa muda modern Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan dan minatnya terhadap kosmetik khas Indonesia Mustika Ratu.

5.2 Saran

Penulis merasa masih terdapat kekurangan dalam perancangan promosi ini. Penulis menerima saran yang membangun selama proses perancangan, di antaranya penulis harus memperhatikan manajemen waktu dalam proses perancangan.

Penulis memiliki beberapa saran untuk disampaikan kepada PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT), di antaranya agar perusahaan lebih memperhatikan strategi *marketing* dan promosinya. Perusahaan perlu memperhatikan ketersediaan produknya di pusat perbelanjaan maupun pertokoan. Perusahaan pun dapat meningkatkan promosinya dengan promosi secara langsung di tempat-tempat yang menjangkau *target audience* lebih luas, seperti *mall*. Selain itu, perusahaan dapat terus melakukan inovasi terhadap produknya dengan mengikuti perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai warisan dan budaya Indonesia yang menjadi ciri khasnya.

Penulis juga memiliki saran bagi masyarakat Indonesia untuk meningkatkan kecintaannya terhadap produk dalam negeri, karena menggunakan produk dalam negeri dapat membantu perekonomian Indonesia dan mendukung industri dalam negeri. Di samping itu, penulis memiliki saran bagi sesama desainer Desain Komunikasi Visual (DKV) lainnya agar peduli terhadap warisan dan budaya Indonesia.