

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Dari hasil analisa proses keseluruhan yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui media promosi dan re-desain kemasan pada kosmetik *Marcks Teens*, kita dapat memperkenalkan kembali produk yang kurang diketahui dan kurang diminati oleh remaja wanita Indonesia yang sebenarnya memiliki kualitas aman dan terpercaya sejak tahun 1971. Promosi yang dilakukan ini menggunakan media AIR (*Awareness, Informing, Reminding*) yang diharapkan dapat berjalan tepat pada sasaran target. Desain yang dibuat menggunakan desain *vector* menggunakan *outline* agar mudah dimengerti oleh remaja wanita Indonesia.

#### 5.2 Saran

Media promosi merupakan salah satu media yang dapat dengan mudah memberikan informasi kepada remaja Indonesia pada masa kini. Namun di Indonesia tidak semua masyarakat remaja tertarik terhadap kosmetik produk Indonesia, karena desain dan komunikasinya yang kurang menarik. Maka seharusnya membuat desain yang menarik perhatian remaja wanita dengan konsep yang konsisten.