

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini, peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Pesan Kampanye *Public Relations* terhadap *Brand Image* di Kalangan Remaja Wanita (survei kampanye #HalaldariAwal oleh Wardah *Cosmetics* pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Angkatan 2015)

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh pesan kampanye *public relations* terhadap *brand image* di Kalangan Remaja Wanita (Survei Kampanye #HalaldariAwal oleh Wardah *Cosmetics* pada mahasiswi di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2015) dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh pesan kampanye *public relations* terhadap *brand image* di kalangan remaja wanita.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara Pesan Kampanye #HalaldariAwal oleh Wardah *Cosmetics* terhadap *Brand Image* di kalangan remaja wanita yang dilakukan pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Angkatan 2015 serta pembahasan yang didapat dari penyebaran kuesioner kemudian data tersebut diolah dengan SPSS versi 25, maka penulis menyimpulkan :

1. Berdasarkan hasil perhitungan dari koefisien determinasi, dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara Pesan Kampanye #HalaldariAwal terhadap *Brand Image* di kalangan remaja wanita, namun pengaruh tersebut tidak signifikan dan terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi seperti: promosi secara *offline* melalui *beauty store* dan outlet Wardah, *review* dari *beauty vlogger*, *sponsorship* di berbagai acara kampus, penghargaan yang

diperoleh Wardah *Cosmetics* dan menjadi sponsor di beberapa film dan perhelatan *fashion* di Indonesia.

2. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh melalui uji t maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh Pesan Kampanye #HalaldariAwal oleh Wardah *Cosmetics* berpengaruh terhadap *Brand Image*.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian tentang pesan kampanye #HalaldariAwal oleh Wardah *Cosmetics* terhadap *Brand Image* dikalangan remaja wanita yang dilakukan pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Angkatan 2015, maka peneliti memberikan saran yakni:

1. Wardah *Cosmetics* dapat terus mengembangkan inovasi-inovasi melalui produk-produknya, meningkatkan aktifitas pemasarannya melalui media massa maupun media sosial untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap produk Wardah *Cosmetics*.
2. Wardah *Cosmetics* sebaiknya lebih sering mengadakan *event* yang dapat merangkul kalangan remaja wanita seperti mengadakan *gathering* atau *camp* yang dapat menarik minat dan menjadi wadah kalangan remaja untuk mengembangkan ketertarikannya pada dunia kecantikan lewat pelatihan kilat di *gathering* atau *camp* yang diadakan oleh Wardah *Cosmetics*.
3. Wardah *Cosmetics* harus lebih meningkatkan citranya yang sudah terbentuk di masyarakat sebagai produk kosmetik halal dengan terus mengkampanyekan kebaikan menggunakan produk kosmetik halal melalui kampanye #HalaldariAwal agar masyarakat Indonesia teredukasi bahwa banyak manfaat yang diperoleh dengan menggunakan produk kosmetik yang telah tersertifikasi halal.