

STRATEGI PR KONSULTAN KECANTIKAN *FEMALE DAILY NETWORK* DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN *SKINCARE* NASIONAL (Studi Kasus Pada Member *Female Daily* Umur 19 Sampai Dengan 60 Tahun).

RIZKY TRI NUR AZHAR

Abstrak

Tahun 2018 perkembangan produk kesehatan kulit di Indonesia sudah mulai tumbuh pesat mulai dari merek dagang luar negeri dan dalam negeri. Female Daily Network merupakan *platform* industri kecantikan yang baru berdiri pada tahun 2014 , pada tahun 2018 melaksanakan program #FDLocalPower dalam rangka membantu mempromosikan merek dagang dalam negeri . Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi Female Daily Network dalam mempromosikan produk dalam negeri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi PR konsultan Female Daily Network dalam mempromosikan produk dalam negeri. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan metode yang digunakan adalah Studi Kasus. Pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam dan studi dokumen. Hasil penelitian ini adalah temuan lima tahap yakni sebagai berikut: Identifikasi , Legitimasi , Partisipasi , Penetrasi , Distribusi

Kata Kunci: Strategi, Female Daily Network, Kesehatan Kulit, Sosialisasi, Produk Dalam Negeri.

STRATEGY CONSULTANT PUBLIC REALTION OF FEMALE BEAUTY DAILY NETWORK IN INCREASING PUBLIC AWARENESS IN THE USE OF NATIONAL SKINCARE (Case Study of Female Daily Members Age 19 to 60 Years).

RIZKY TRI NUR AZHAR

ABSTRACT

In 2018 the development of skin health products in Indonesia has begun to grow rapidly starting from foreign and domestic trademarks. Female Daily Network is a beauty industry platform that was only established in 2014, in 2018 implementing the #FDLocalPower program in order to help promote the local trademark. This study discusses how the Female Dially Network strategy in promoting local products. The purpose of this study is to find out how the PR strategy of Female Daily Network consultants in promoting local products. The approach used in this study is qualitative and the method used is Case Study. Data collection carried out was in-depth interviews and document studies. The results of this study are the findings of five stages, namely as follows: Identification, Legitimacy, Participation, Penetration, Distribution

Keyword: : Strategy, Female Daily Network, Skin Health, Socialization, Domestic Products.