

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai “Strategi PR Konsultan Kecantikan *Female Daily Network* dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Penggunaan *Skincare* Nasional (Studi Kasus pada Member *Female Daily* umur 19 sampai 60 tahun”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Alasan *Female Daily Network* melakukan kampanye penggunaan produk nasional pada program #FDLocalPower di semua *Platform* yang *Female Daily* miliki, karena akhir-akhir ini munculnya produk *Skincare* luar negeri yang mulai menginflasi pasar *skincare* di Indonesia.
2. Perkembangan *skincare* di Indonesia perkembangannya sangat signifikan, jadi *Female Daily Network* melalui program #FDLocalPower agar tercapainya tujuan program tersebut maka *Female Daily Network* mengajak para memernya untuk membagikan pendapat mereka tentang produk lokal yang mereka gunakan. Kegiatan kampanye #FDLocalPower menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan *Female Daily Network* yang bertujuan mengubah pola pikir atau kesadaran masyarakat atas pentingnya mencintai produk negeri sendiri dan *Female Daily* itu sendiri.
3. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pihak penyelenggara untuk menangani tantangan yang bermunculan yaitu karena masih banyaknya member remaja yang masih memandang sebelah mata produk lokal, *Female Daily Network* menggunakan salah satu program FD Goes To Campus.

2. 5,2. Saran

1. *Female Daily Network* secara kontinyu melakukan kampanye yang mennggandeng tokoh-tokoh yang berprestasi baik dibidang sosial budaya, olahraga, akademisi, putri Indonesia dan sebagainya untuk memberi kesadaran kepada remaja putri lebih mencintai produk kecantikan dalam negeri
2. *Female Daily Network* dalam kampanye lebih memnfaatkan jaringan media sosial apa saja yang banyak dipergunakan oleh kaum remaja putri.
3. Pemerintah melalui BPPOM terus melakukan razia produk kecantikan luar negeri yang ilegal dan membuka peluang yang seluas-luasnya bagi produk dalam negeri untuk di ekspor.

