

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan fakta yang didapat sebelumnya mengenai pola pikir remaja yang menganggap produk-produk Indonesia kurang berkualitas maka diperlukan upaya untuk merubah pola pikir tersebut dengan menggunakan sebuah media untuk menyampaikan pesan bahwa kualitas produk-produk Indonesia baik dan tidak kalah dengan produk luar sehingga dapat timbul tindakan dari masyarakat khususnya anak muda untuk mencintai dan menggunakan produk-produk Indonesia.

Dalam hal ini, dilakukan sebuah kampanye melalui dua tahap yaitu pada tahap awal, diberikan informasi akan keunggulan produk-produk Indonesia yang dibuat secara unik dan terbuat dari bahan alami yang aman untuk digunakan sehingga masyarakat tertarik untuk mengetahui sampai pada akhirnya dapat mencintai dan menggunakan produk-produk Indonesia. Masyarakat pun diberikan pesan sebagai tujuan akhir dari kampanye cinta produk Indonesia ini bahwa dengan menggunakan produk-produk Indonesia maka akan mensejahterakan bangsa.

Cara yang efektif untuk menginformasikan dan mengajak masyarakat untuk mengenal, mencintai, dan menggunakan produk Indonesia adalah dengan mengajak target sasaran melalui berbagai media yang lebih *fun* dan menarik agar anak muda sebagai target sasaran kampanye dapat tertarik untuk mengikuti pesan yang disampaikan sampai pada akhirnya melakukan *action* yang diharapkan dari kampanye cinta produk Indonesia ini.

5.2 Saran Penulis

Berdasarkan pada hasil analisis yang dilakukan oleh kesimpulan yang ada maka penulis mencoba untuk memberikan masukan dan saran yang mungkin dapat berguna dalam melakukan kampanye, yaitu melakukan riset sebanyak-banyaknya

dan selengkap-lengkapnya, membuat kerangka berpikir, dan juga *timeline* yang jelas untuk mendukung kelancaran dari sebuah kampanye, serta memilih media-media kampanye yang tepat sesuai dengan target sasaran.

Untuk memperkenalkan produk-produk Indonesia diperlukan sebuah cara lain yang menarik agar masyarakat menjadi ingin tahu dan tertarik untuk mengetahui sampai akhirnya dapat menjadi yakin untuk mencintai dan menggunakan produk-produk Indonesia, terutama memberikan informasi mengenai keunggulan produk-produk Indonesia yang tidak dimiliki oleh produk-produk buatan negara lain.