

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, telah membuka peluang besar bagi brand lokal seperti KULA dalam mengintegrasikan strategi branding dengan aksi sosial. Melalui akun @storyofkula, KULA tidak hanya mempromosikan produk kecantikan, tetapi juga membangun relasi emosional dan sosial dengan audiens. Pemanfaatan Instagram yang diterapkan dan dianalisis melalui teori *Computer Mediated Communication* (CMC), yang mencakup tiga indikator: *Computer, Mediated and Communication*. Penggunaan fitur Instagram seperti *Reels*, *Story*, dan *Highlights* dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan sosial dengan pendekatan visual dan naratif yang menyentuh. Strategi ini terbukti efektif membangun keterlibatan dua arah antara akun dan pengikut, serta memperkuat citra brand sebagai pihak yang peduli terhadap isu sosial. Tahapan kampanye dijalankan secara terstruktur melalui perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang melibatkan kolaborasi dengan komunitas, influencer, dan organisasi sosial. Kampanye “berbelanja sambil berdonasi” melalui pembelian liptint juga menjadi pendekatan yang unik dan bermakna bagi konsumen.

Keberhasilan @storyofkula dalam mengelola kampanye sosial menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun brand sekaligus menggerakkan aksi kebaikan. Strategi yang dijalankan berhasil menciptakan hubungan emosional dengan audiens dan memperkuat kepercayaan terhadap brand. Evaluasi rutin melalui insight media sosial dan umpan balik dari pengikut menjadi bagian penting untuk menjaga keberlanjutan dan efektivitas kampanye. Transparansi, konsistensi, dan narasi yang kuat menjadi kunci keberhasilan komunikasi yang dibangun. Dengan pendekatan yang humanis dan partisipatif, KULA berhasil membuktikan bahwa produk lokal dapat bersaing

melalui nilai-nilai sosial yang diusung. Strategi ini memberikan dampak ganda: memperkuat identitas brand sekaligus memberi kontribusi nyata kepada masyarakat. Model ini dapat menjadi inspirasi bagi brand lain yang ingin menjadikan media sosial sebagai ruang untuk aksi yang lebih bermakna.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pemanfaatan Instagram @storyofkula dalam kegiatan donasi untuk membantu masyarakat, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pengelola Instagram @storyofkula disarankan untuk memperkuat strategi kolaboratif melalui kerja sama yang lebih luas, seperti melibatkan brand lokal lain, komunitas pemuda, dan figur publik yang memiliki pengaruh di media sosial. Kolaborasi ini tidak hanya akan memperluas jangkauan kampanye donasi, tetapi juga memperkaya perspektif dan variasi konten yang dihadirkan.
2. Dalam hal manajemen komunikasi digital, penting bagi @storyofkula untuk memperhatikan aspek interaktif secara konsisten. Menanggapi komentar, menyapa pengikut melalui fitur Q&A, atau melakukan live session dapat menciptakan ruang dialog yang lebih hangat dan inklusif, yang pada akhirnya memperkuat hubungan emosional antara akun dan audiensnya.