

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Penelitian ini mendeskripsikan mengenai kegiatan kampanye pada media sosial Instagram akun @fromthisisland dengan salah satu produk unggulan utamanya yaitu *Papua Red Fruit Plumping Cream* yang memiliki pengaruh terhadap *brand image* dan reputasi merek. Selain itu, penelitian ini juga mengobservasi secara online bagaimana *brand image* ini sangat berkaitan erat dengan respon publik pada laman komentar akun Instagram @fromthisisland. Pada kampanye tersebut, terdapat pesan yang menjadi tujuan utama komunikasi oleh merek yang disampaikan untuk publik. Maka dari itu kampanye ini dikemas dengan ide dan konsep yang unik, sehingga mendapatkan perhatian publik terhadap merek, produk dan kampanye yang dihadirkan oleh *From This Island* sebagai merek perawatan kecantikan (*skincare*) lokal Indonesia.

#### **4.1 Simpulan**

Simpulan berdasarkan hasil penelitian dengan pendekatan observasi secara online, antara lain :

1. Media sosial pada perkembangan teknologi yang pesat ini, menjadi media yang paling cepat dalam penyebaran sumber berita atau *trend* terbaru dalam dunia global maupun nasional, terutama pada media sosial Instagram yang sampai saat ini menjadi sumber penyebaran info terkini seputar dunia fashion atau kecantikan. Salah satunya ada merek *From This Island* merk *skincare* lokal yang memiliki keunikan menggunakan bahan baku tumbuhan asli Indonesia yang aktif membagikan informasi

seputar produk atau promosi produk melalui aplikasi Instagram. *From This Island* secara aktif membagikan seputar informasi-informasi terkait produk-produknya, salah satunya dengan melakukan kampanye pada produk yang dimilikinya seperti *Papua Red Fruit Plumping Cream*.

2. *From This Island* memenuhi tiga tahapan dalam *goals, plans & actions* tujuan komunikasi kepada publiknya dalam laman Instagram @fromthisisland, yaitu :

- a. *Goals* (Tujuan) : Pada tujuan *From This Island* melakukan kampanye produk *Papua Red Fruit Plumping Cream* untuk membentuk *brand image* yang alami, otentik dan lokal melalui konsep dan narasi pada produknya yang menggunakan *ingredients* tumbuhan asli Indonesia seperti *Papua red fruit, jawa black tea, java white tea, mangosteen, guava, illipe butter, Bali green coffee* dan *sugarcane*.
- b. *Plans* (Rencana) : Penyusunan dan penyampaian pesan yang menekankan pada aspek keberlanjutan, keunikan bahan atau *ingredients* yang digunakan dan juga kualitas visual produk dengan konsisten.
- c. *Actions* (Tindakan) : Merealisasikan *goals* dan *plans* dengan penyampaian caption atau postingan yang edukatif, visual alami yang menarik, serta berinteraksi aktif di media sosial Instagram dengan para pengikut atau publik.

3. *From This Island* pada kampanye “***Re-new with Lumera™ for Your Pillow Skin***” telah mendapatkan *brand image* yang positif di publik, dikarenakan memiliki concern terhadap pemanfaatan tumbuhan-tumbuhan asli Indonesia sebagai perawatan kecantikannya dan turut memajukan kesejahteraan sosial warga lokal sekitar dalam pengolahan bahan baku yang digunakan sebagai *ingredients* produk *From This Island*. Sehingga, reputasi baik pun turut mengikuti bersamaan dengan terbentuknya *brand image* ini. Maka, bentuk komunikasi terhadap para pengikut ataupun publik pada sebuah perusahaan sangatlah penting.

#### 4.2 Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan penelitian yang berfokus pada *brand image* yang dihasilkan dari kampanye merk *From This Island* dengan tema “***Re-new with Lumera™ for Your Pillow Skin***” pada laman Instagram @fromthisisland melalui observasi secara online yaitu peneliti hanya melakukan pengamatan terhadap satu jenis media sosial saja, yaitu Instagram. Selain itu, keterbatasan pada penelitian ini terdapat pada pendekatan yang non-partisipatif. Sehingga, data yang didapat tidak secara mendalam dikarenakan menggunakan pendekatan secara observasi online dan tidak dengan wawancara secara langsung.

#### 4.3 Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan dengan hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari akun Instagram @fromthisisland. Penelitian selanjutnya dapat

dikembangkan dengan pengumpulan data yang bersumber dari komunikator *founder* untuk memperoleh data otentik mengenai perencanaan pembuatan konten. Selain itu, peneliti memiliki rekomendasi terhadap *brand* untuk melakukan kampanye sebagai strategi komunikasi terhadap produk-produk *From This Island* lainnya selain *Papua Red Fruit* agar audiens semakin mengenal lebih luas *skincare* yang menggunakan bahan baku alami dari Indonesia.