

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini yang bertujuan untuk menganalisis strategi digital *branding* Human Initiative melalui media sosial dalam membangun kepercayaan publik karena kasus penyalahgunaan dana oleh ACT. Human Initiative memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan menjadi alat komunikasi yang strategis dalam menyampaikan nilai Human Initiative, transparansi program, dan etika akuntabilitas. Dengan menggunakan teori *brand trust*, penelitian ini mempunyai tiga indikator utama yaitu pemenuhan janji kepada donatur, bertindak dengan integritas, dan menunjukkan kepedulian terhadap donatur. Strategi tersebut dilakukan secara sistematis untuk memperkuat citra lembaga yang profesional, terpercaya, dan humanis.

Berdasarkan hasil temuan peneliti, Human Initiative menggunakan Instagram sebagai kanal utama untuk membagikan konten yang dapat membangun dan menjaga kepercayaan publik terhadap lembaga filantropi. Dalam memenuhi janji kepada donaturnya, terdapat laporan *real-time* yang dapat diakses oleh publik melalui situs SolusiPeduli.org juga konten mengenai pendistribusian bantuan kepada penerima manfaat. Implementasi sistem ISO dan SMAP yang dilakukan Human Initiative untuk bertindak dengan integritas melalui *annual report* dan laporan keuangan yang dipublikasikan setiap tahunnya melalui website Human Initiative, selain itu Human Initiative juga selektif dalam memilih mitra untuk berkolaborasi dengan lembaganya dan memuat konten dengan narasi etis yang dapat menginspirasi donatur untuk tetap berdonasi. Kepedulian terhadap donatur ditunjukkan dengan penyediaan umpan balik di website Human Initiative melalui pesan langsung atau WhatsApp, terdapat pilihan untuk donasi yang ditawarkan Human Initiative, dan konten yang dibuat untuk mengapresiasi para donatur.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Strategi Digital *Branding* Human Initiative melalui Media Sosial”, maka peneliti memberi saran sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Human Initiative disarankan agar terus menjaga transparansi serta konsistensi dalam penyampaian informasi programnya melalui media sosial. Penguatan sistem pelaporan digital dengan *real-time* serta konten apresiatif akan memperkuat kepercayaan dan loyalitas donatur. Ruang interaksi yang lebih luas juga dapat mendorong keterlibatan publik secara berkelanjutan.
2. Untuk jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi dapat mendorong mahasiswa melakukan penelitian terkait komunikasi digital lembaga sosial. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk pengembangan kurikulum, khususnya pada bidang komunikasi strategis dan digital *branding*.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat membandingkan lebih dari satu lembaga untuk memperoleh hasil yang lebih lengkap. Penelitian mendalam mengenai pengaruh konten media sosial terhadap persepsi publik dapat menjadi topik yang potensial untuk dikembangkan.