



PROJECT MULTATULI



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI INSTAGRAM @PROJECTM_ORG DALAM
MEMBANGUN *BRAND IDENTITY***

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah

NIM : 2210411316



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA**

**STRATEGI KOMUNIKASI INSTAGRAM @PROJECTM_ORG
DALAM MEMBANGUN *BRAND IDENTITY***



SKRIPSI

NYIMAS SITI NAJMA DASA JAUZAH 2210411316

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2026**

PEPERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah

NIM : 2210411316

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 1 Januari 2026

Yang menyatakan,



Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah

**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah

NIM : 2210411316

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI INSTAGRAM @PROJECTM_ORG DALAM
MEMBANGUN *BRAND IDENTITY***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 20 Januari 2026

Yang menyatakan,



Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah
NIM : 2210411316
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Instagram @Projectm_org dalam
Membangun *Brand Identity*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



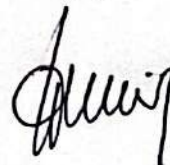
Putrawan Yuliandri, S.I.Kom., M.Si.

Penguji 1



Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom

Penguji 2



Windhi Tia Saputra, S.Sos., M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 14 Januari 2026

STRATEGI KOMUNIKASI INSTAGRAM @PROJECTM_ORG DALAM MEMBANGUN *BRAND IDENTITY*

Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah

ABSTRAK

Perkembangan media digital pada era banjirnya informasi (*information overload*) telah mengubah cara organisasi berkomunikasi, menuntut komunikasi yang strategis di platform media baru seperti Instagram. Penelitian ini mengkaji bagaimana media digital Project Multatuli (@projectm_org) membangun *brand identity* melalui strategi komunikasi di Instagram. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan desainer grafis, *followers* akun, *non-followers*, dan praktisi *branding*. Hasil penelitian mengungkap bahwa Project Multatuli membangun *brand identity* yang kuat melalui empat strategi utama: perencanaan kolaboratif antar divisi, eksekusi teknik visual yang konsisten dengan elemen kunci, proses adaptif yang responsif, dan kolaborasi divisi sebagai inti produksi. Komunikasi visual ini berhasil membedakan mereka dari media arus utama, membangun persepsi karakter yang tegas dan berani, serta menciptakan makna sebagai sumber informasi kritis dan pemberi suara bagi kelompok marginal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan *brand identity* media yang mudah dikenali, tetapi juga yang berhasil mengkomunikasikan nilai-nilai inti organisasi, membangun keterikatan emosional audiens.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Brand Identity*, Instagram, Project Multatuli, *Non-profit Branding*

**COMMUNICATION STRATEGY OF INSTAGRAM @PROJECTM_ORG
IN BUILDING BRAND IDENTITY**

Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah

ABSTRACT

The development of digital media in an era of information overload has transformed how organizations communicate, demanding strategic use of new media platforms like Instagram. This study examines how the digital media @projectm_org builds its brand identity through strategic visual communication on Instagram. Using a descriptive qualitative method, data was collected through observation and in-depth interviews with graphic designers, followers, non-followers, and branding practitioners. The findings reveal that Project Multatuli constructs a strong brand identity through four key strategies: collaborative planning across divisions, consistent execution of key visual elements, an adaptive process, and cross-divisional collaboration as the core of content production. This visual communication successfully differentiates them from mainstream media, establishes a perception of a firm and bold character, and creates meaning as a source of critical information and a voice for marginalized groups. The study concludes that a recognizable media brand identity, which successfully communicates core organizational values, is crucial for building audience emotional engagement.

Keywords: *Communication Strategy, Brand Identity, Instagram, Project Multatuli, Non-profit Branding*

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat-Nya, juga kedua orang tua tercinta, ayah, bunda dan kelima saudari yang tak henti memberi doa, kasih sayang, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Instagram @Projectm_org dalam Membangun *Brand Identity*”. Skripsi ini dilaksanakan sejak bulan Agustus tahun 2025. Dalam perjalanan skripsi ini, penulis berterima kasih atas dukungan luar biasa dari berbagai pihak, termasuk keluarga, sahabat, dan orang-orang terdekat. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada:

1. Putrawan Yuliandri, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah tulus membimbing, mengarahkan, serta memberikan kritik dan saran yang sangat berharga.
2. Pihak Project Multatuli yang telah bersedia menerima dan memberikan informasi penting sejak penyusunan proposal hingga penyelesaian penelitian ini.
3. Ke-lima saudari saya yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa kepada saya.
4. Sahabat saya dari “KosBung” tersayang Bunga Cinta Lestari, Narindra Putriani, Anindya Syifa Kirana, Pingkan Kuntadewi. Terima kasih sudah selalu ada bersama saya melalui naik turunnya sejak tahun 2022 perkuliahan semester awal hingga semester akhir ini.
5. Keluarga besar Fourtyfive Radio khususnya *Batch XIII*. Terima kasih atas cerita, pengalaman, dan segala bentuk dukungan yang sangat bermakna bagi saya.
6. Teman-teman tersayang saya dari “7 *Cuteness*”, “*Enjoy Aman*”, “*Hmm Byee*”, serta teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya. Terima kasih untuk dukungan dalam hal apapun yang sangat berarti dan saya butuhkan.

Jakarta, 5 Januari 2026



Nyimas Siti Najma Dasa Jauzah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	11
I.3 Tujuan Penelitian	11
I.4 Batasan Masalah	11
I.5 Manfaat Penelitian	11
I.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
II.1 Penelitian Terdahulu.....	14
II.2. Konsep & Teori Penelitian	20
II.2.1 Strategi Komunikasi	20
II.2.2 <i>Brand Identity</i>	21
II.2.3 <i>Nonprofit Branding</i>	22
II.2.4 <i>New Media</i>	23
II.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
III.1 Objek Penelitian	27
III.2 Jenis Penelitian.....	29
III.3 Teknis Pengumpulan Data	31
III.3.1 Observasi.....	31
III.3.2 Wawancara.....	31
III.4 Sumber Data.....	33
III.4.1 Data Primer	33
III.4.2 Data Sekunder	36
III.5.1 Teknik Analisis Data.....	37
III.5.2 Koding Data	38
III.5.3 Teknik Keabsahan Data	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	43
IV.1.1 Profil Project Multatuli	43
IV.1.2 Visi Misi Organisasi	46
IV.1.3 Struktur Organisasi	47
IV.1.4 Data Umum Project Multatuli.....	52
IV.1.5 Profil Media Sosial Project Multatuli	53
IV.1.6 Profil Informan.....	60
IV.2.1 Analisis	62
IV.2.2 Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
V.1 Kesimpulan.....	84
V.2 Saran.....	85
V.2.1 Saran Akademis.....	85
V.2.2 Saran Praktis.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. Tabel Informan	36
Tabel 3. Tabel Rencana Waktu Penelitian	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tujuan Project Multatuli.....	4
Gambar 2. Postingan Instagram Project Multatuli.....	5
Gambar 3. Logo Project Multatuli	43
Gambar 4. Poster Peluncuran Project Multatuli.....	45
Gambar 5. Profil Instagram.....	53
Gambar 6. Postingan Instagram Feeds.....	54
Gambar 7. Profil TikTok	55
Gambar 8. Profil Twitter	56
Gambar 9. Thread di X.....	57
Gambar 10. Website Project Multatuli.....	58
Gambar 11. Profil YouTube	59
Gambar 12. Project Map Strategi Komunikasi Instagram Project Multatuli dalam Membangun Brand Identity	63
Gambar 13. Key Visual Project Multatuli.....	65
Gambar 14. Postingan Project Multatuli.....	74
Gambar 15. Kawan M Project Multatuli.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kontrak Penulisan Tugas Akhir.....	92
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	93
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir	94
Lampiran 4. Lembar Perbaikan Hasil Sidang Skripsi.....	95
Lampiran 5. Surat Permohonan Riset	98
Lampiran 6. Pedoman Wawancara.....	100
Lampiran 7. Transkrip Wawancara	103
Lampiran 8. Kegiatan harian/logbook.....	123
Lampiran 9. Dokumentasi Wawancara	128