

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Instagram @projectm_org (Project Multatuli) dalam membangun *brand identity* terbentuk melalui empat aspek strategis yang saling terkait yakni perencanaan kolaboratif, eksekusi teknik visual yang konsisten, adaptasi berbasis umpan balik, dan kolaborasi lintas divisi. Selain membangun *brand identity* yang khas dan mudah dikenali, strategi ini juga mengkomunikasikan nilai-nilai inti organisasi secara efektif kepada audiens, sehingga membangun *brand identity* yang kuat, kredibel, dan bermakna di tengah tantangan *information overload* di era digital.

Strategi komunikasi Project Multatuli dirancang dan dieksekusi melalui proses perencanaan yang terstruktur dan kolaboratif untuk menerjemahkan narasi jurnalistik yang kompleks menjadi bahasa visual yang mudah dicerna, sekaligus menjaga akurasi dan kedalaman pesan. Eksekusi teknik visual yang diterapkan menekankan konsistensi dan keunikan. Elemen visual “blok kuning” sebagai penanda digunakan secara konsisten dalam setiap konten untuk menciptakan identitas yang mudah dikenali. Pembatasan jumlah *slide* dan pemilihan tipografi yang konsisten menjadi strategi untuk menjaga keterbacaan dan perhatian audiens di platform yang padat informasi. Kolaborasi divisi menjadi jantung dari keseluruhan strategi komunikasi visual. Sinergi antara tim redaksi (pemilik narasi), tim media sosial (penerjemah audiens), editor (penjaga kualitas), dan desainer (penerjemah visual) menciptakan ekosistem kerja yang memastikan setiap konten isu tidak hanya visual yang menarik, tetapi juga akurat dan selaras dengan misi organisasi.

Dengan demikian, strategi komunikasi yang dilakukan Project Multatuli di Instagram mampu “membangkitkan” narasi kompleks ke dalam bahasa visual yang mudah dicerna, sekaligus mempertahankan integritas dan misi organisasi di tengah informasi yang melanda di media digital seperti Instagram. Strategi komunikasi Instagram Project Multatuli melakukan penyampaian pesan menjadi sebuah *brand*

identity yang tidak hanya dikenali, tetapi juga dipercaya dan dijadikan rujukan hingga menggugah emosi oleh audiensnya.

V.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Instagram @Projectm_org dalam Membangun *Brand Identity*, maka peneliti dapat mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan metodologis dengan menggunakan pendekatan *mixed methods* atau analisis konten kuantitatif untuk mengukur pola visual secara lebih sistematis. Selain itu, konteks penelitian dapat diperluas dengan membandingkan strategi visual lintas platform seperti TikTok, YouTube, dan X.

V.2.2 Saran Praktis

Mengembangkan pedoman kolaboratif dan adaptif yang melibatkan berbagai divisi sejak awal, serta membangun *brand identity* yang kuat dan konsisten, seperti elemen kunci yang bermakna mendalam dan fleksibel sesuai kebutuhan audiens. Kolaborasi internal harus dioptimalkan agar konten tidak hanya estetik tetapi juga substantif dan selaras dengan misi organisasi. Bagi masyarakat digital, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk lebih kritis dalam “membaca” pesan di media sosial.