

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berlandaskan implementasi Proyek Karya Bidang yang berfokus pada perumusan strategi komunikasi untuk meningkatkan engagement media sosial Universitas Diponegoro bersama Tim Direktorat Jejaring Media, Komunitas, dan Komunikasi Publik (JEJAK) pada periode November 2025 hingga Januari 2026, berikut disampaikan rangkuman hasil dalam dua dimensi utama, yakni kesimpulan tim dan refleksi individu.

A. Kesimpulan Kelompok (Capaian Tim Karya Bidang)

1. Peningkatan Performa Instagram

Hasil Implementasi strategi menunjukkan peningkatan performa Instagram. Total views naik 69,7% dari 24.191.019 menjadi 41.053.595 tayangan. Accounts reached meningkat 67,7% dari 749.750 menjadi 1.257.159 akun, yang menunjukkan perluasan jangkauan. Total interactions bertambah 79% dari 300.299 menjadi 537.682 interaksi, menandakan peningkatan keterlibatan audiens. Pertumbuhan pengikut juga meningkat dari 5.913 menjadi 31.054 net followers growth. Selain itu, jangkauan non-followers naik dari 15,5% menjadi 16,5%, menunjukkan keberhasilan menjangkau audiens baru.

2. Peningkatan Performa TikTok

Pada platform TikTok, performa akun juga meningkat. Total views bertambah 130% dari 913.000 menjadi 2.100.000 tayangan. Total interactions naik 204% dari 49.311 menjadi 150.019 interaksi. Engagement rate meningkat dari 5,4% menjadi 7,1%, menunjukkan konten yang semakin relevan bagi audiens. Pengikut bertambah 2.110 net followers, sementara distribusi melalui For You Page meningkat dari 64,9% menjadi 70,1%, yang mengindikasikan peluang jangkauan yang lebih luas.

3. Efektivitas Strategi Komunikasi

Secara umum, strategi komunikasi berbasis data, konsistensi publikasi, dan penyesuaian format sesuai karakteristik platform efektif dalam meningkatkan awareness, memperluas jangkauan, dan memperkuat engagement. Pembagian peran yang jelas serta koordinasi tim yang terstruktur turut mendukung pelaksanaan program secara sistematis dan berkelanjutan.

B. Kesimpulan Individu (Capaian Pelaksanaan Jobdesk)

1. Sebagai Data Executive

Sebagai Data Executive, keberhasilan ditunjukkan melalui kemampuan mengelola dan menganalisis data insight media sosial secara sistematis sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Penyusunan survei awal dan akhir, monitoring performa konten secara berkala, serta penyajian visualisasi data memastikan setiap evaluasi dilakukan secara terukur. Peran analitis ini mendukung tim dalam menyusun strategi berbasis data sehingga peningkatan engagement dan efektivitas komunikasi dapat dicapai secara konsisten selama periode kampanye.

2. Sebagai Copywiter

Sebagai Copywriter, keberhasilan ditunjukkan melalui kemampuan merancang dan menyusun pesan komunikasi yang terstruktur melalui konten matrix dan Shot/Scene Guide (SSG). Perencanaan konsep, penyusunan naskah, serta pengelolaan caption secara sistematis memastikan setiap konten memiliki alur yang jelas dan selaras dengan tujuan komunikasi. Peran ini berjalan optimal sehingga konsistensi pesan, kesesuaian visual, dan kualitas narasi tetap terjaga selama periode kampanye.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil evaluasi yang dipaparkan pada Bab IV, terdapat sejumlah rekomendasi strategis yang dapat menjadi pedoman bagi Tim Direktorat Jejaring Media, Komunitas, dan Komunikasi Publik (JEJAK) dalam

mengembangkan pengelolaan komunikasi digital media sosial Universitas Diponegoro ke depan.

- **Penyesuaian konten sesuai karakter platform**
Tim JEJAK perlu terus mengembangkan pendekatan yang spesifik pada tiap platform. Instagram sebaiknya menonjolkan visual yang informatif dan rapi melalui feed serta Reels dengan desain yang konsisten dan alur cerita yang ringkas. Sementara itu, TikTok perlu difokuskan pada konten yang lebih dinamis, santai, mengikuti tren, serta mengoptimalkan format video pendek agar sesuai dengan kebiasaan audiens dan sistem distribusi For You Page.
- **Meningkatkan porsi konten yang lebih santai**
Hasil evaluasi menunjukkan bahwa konten yang terlalu formal dan administratif cenderung menghasilkan keterlibatan yang lebih rendah dibandingkan konten yang lebih dekat dengan keseharian mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan komposisi yang seimbang antara informasi resmi institusi dan konten yang lebih humanis agar citra universitas tetap profesional sekaligus terasa relevan dan akrab bagi mahasiswa.
- **Memperkuat pendekatan human interest berbasis mahasiswa**
Konten yang menghadirkan mahasiswa sebagai tokoh utama, menggunakan sudut pandang POV, serta mengangkat pengalaman nyata kehidupan kampus terbukti memberikan hasil performa yang lebih baik. Pendekatan ini perlu dipertahankan dan diperluas karena efektif dalam membangun rasa memiliki, meningkatkan keterlibatan emosional, serta menjangkau audiens baru di luar pengikut yang sudah ada.

Melalui penerapan rekomendasi tersebut, pengelolaan media sosial Universitas Diponegoro diharapkan semakin terarah, adaptif terhadap perkembangan platform, serta mampu membangun interaksi yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan mahasiswa maupun masyarakat luas