

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pelaksanaan Projek Karya Bidang berupa strategi komunikasi peningkatan engagement media sosial Universitas Diponegoro bersama Tim Direktorat Jejaring Media, Komunitas, dan Komunikasi Publik (JEJAK) periode November 2025 – Januari 2026, berikut merupakan kesimpulan yang disajikan dalam dua aspek utama, yaitu kesimpulan kelompok dan kesimpulan individu.

5.1.1 Kesimpulan Kelompok (Capaian Tim Karya Bidang)

5.1.1.1 Peningkatan Performa Instagram

Hasil implementasi strategi menunjukkan peningkatan performa Instagram yang signifikan. Total views meningkat sebesar **69,7%**, dari 24.191.019 menjadi 41.053.595 tayangan. Accounts reached naik **67,7%**, dari 749.750 menjadi 1.257.159 akun, yang menandakan perluasan jangkauan distribusi pesan institusi. Total interactions juga meningkat **79%**, dari 300.299 menjadi 537.682 interaksi, menunjukkan adanya peningkatan partisipasi aktif audiens terhadap konten. Selain itu, pertumbuhan pengikut melonjak dari 5.913 menjadi 31.054 net followers growth. Peningkatan jangkauan non-followers dari 15,5% menjadi 16,5% memperlihatkan bahwa strategi konten berhasil menjangkau audiens baru di luar komunitas yang sudah ada.

5.1.1.2 Peningkatan Performa TikTok

Pada platform TikTok, performa akun juga mengalami peningkatan yang substansial. Total views meningkat **130%**, dari 913.000 menjadi 2.100.000 tayangan. Total interactions melonjak **204%**, dari 49.311 menjadi 150.019 interaksi, yang menunjukkan lonjakan engagement yang sangat signifikan. Engagement rate meningkat dari 5,4% menjadi 7,1%, mencerminkan kualitas dan relevansi konten yang semakin baik. Pertumbuhan pengikut bertambah sebesar 2.110 net followers, sementara distribusi melalui For You Page meningkat dari 64,9% menjadi 70,1%. Hal ini menunjukkan bahwa konten dinilai lebih relevan oleh algoritma dan memiliki peluang jangkauan yang lebih luas.

5.1.1.3 Efektivitas Strategi Komunikasi

Secara keseluruhan, strategi komunikasi berbasis data, konsistensi distribusi konten, serta optimalisasi format sesuai karakteristik platform terbukti efektif dalam meningkatkan awareness, memperluas jangkauan audiens, dan memperkuat engagement institusi. Kolaborasi tim yang terstruktur dan pembagian peran yang jelas menjadi faktor utama dalam memastikan keberhasilan kampanye berjalan secara sistematis dan berkelanjutan.

5.1.2 Kesimpulan Individu (Capaian Pelaksanaan Jobdesk)

5.1.2.1 Sebagai Project Leader

Sebagai Project Leader, keberhasilan ditunjukkan melalui kemampuan mengkoordinasikan tim secara efektif dengan sistem kerja berbasis digital seperti spreadsheets dan Google Drive. Penyusunan timeline yang terstruktur serta monitoring produksi konten secara berkala memastikan seluruh target produksi tercapai tepat waktu. Peran controlling juga berjalan optimal sehingga kualitas dan konsistensi output tetap terjaga selama periode kampanye.

5.1.2.2 Sebagai Program Manager

Dalam peran sebagai Program Manager, keberhasilan tercermin dari penyusunan konsep konten yang selaras dengan data survei awal serta kebutuhan audiens. Konsistensi penerapan visual guidelines memperkuat identitas institusi di media sosial. Selain itu, optimalisasi format konten yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform mampu meningkatkan relevansi serta daya tarik konten.

5.1.2.3 Sebagai Account Executive

Sebagai Account Executive, keberhasilan terlihat dari komunikasi yang responsif dan terstruktur dengan Tim JEJAK. Proses pitching strategi dilakukan secara langsung dengan penyampaian yang sistematis dan berbasis data. Penyampaian laporan perkembangan proyek juga dilakukan secara berkala dan tepat waktu, sehingga meminimalkan miskomunikasi dan memperkuat kepercayaan antar tim.

Secara menyeluruh, Projek Karya Bidang ini dapat dinyatakan berhasil karena tidak hanya mencapai target KPI yang telah ditetapkan, tetapi juga menunjukkan efektivitas kepemimpinan, manajemen program, serta komunikasi strategis dalam mendukung peningkatan performa digital institusi secara signifikan dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil evaluasi pada Bab IV, terdapat beberapa saran strategis yang dapat dijadikan acuan pengembangan komunikasi digital oleh Tim Direktorat Jejaring Media, Komunitas, dan Komunikasi Publik (JEJAK) dalam mengelola media sosial Universitas Diponegoro ke depannya.

- Penyesuaian konten dengan karakteristik platform

Tim JEJAK disarankan untuk terus mengoptimalkan strategi berbasis platform. Instagram perlu difokuskan pada visual informatif yang kuat di feed dan Reels dengan desain konsisten dan storytelling singkat, sedangkan TikTok perlu mengedepankan konten yang dinamis, ringan, mengikuti tren, dan short video agar selaras dengan pola konsumsi audiens dan algoritma *For You Page*.

- Memperbanyak konten yang lebih casual

Berdasarkan hasil analisis performa, konten yang terlalu administratif dan formal cenderung memiliki engagement yang lebih rendah dibandingkan konten yang bersifat relatable dan berbasis pengalaman mahasiswa. Oleh karena itu, perlu adanya keseimbangan antara konten formal kampus dan konten human interest agar citra universitas tetap profesional namun tetap dekat dengan mahasiswa.

- Memperbanyak konten pendekatan mahasiswa sebagai *human interest*

Konten yang menampilkan mahasiswa sebagai talent, menggunakan sudut pandang POV, serta mengangkat pengalaman nyata kehidupan kampus terbukti memiliki performa lebih tinggi. Strategi ini perlu dipertahankan dan dikembangkan karena mampu membangun sense of belonging, meningkatkan emotional engagement, serta memperluas jangkauan ke non-followers.

Dengan implementasi saran-saran tersebut, diharapkan pengelolaan media sosial Universitas Diponegoro dapat terus berkembang secara strategis, adaptif terhadap dinamika platform, serta mampu membangun engagement yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan mahasiswa maupun masyarakat luas.