

BAB II

GAMBARAN UMUM KLIEN DAN DESKRIPSI *JOBDESK*

KAMPANYE STRATEGI MEDIA SOSIAL UNIVERSITAS DIPONEGORO

DENGAN TIM JEJAK

“Creative - Program Director”

2.1 Gambaran Umum Klien

2.1.1 Profil Universitas Diponegoro

Universitas Diponegoro, yang dikenal dengan singkatan UNDIP, adalah institusi pendidikan tinggi negeri yang berada di Semarang, Jawa Tengah. Didirikan pada tahun 1956, universitas ini mengambil nama Pangeran Diponegoro, seorang Pahlawan Nasional Indonesia, sebagai representasi nilai perjuangan, kejujuran, dan kecintaan terhadap tanah air. Sejak awal berdirinya hingga kini, UNDIP terus menunjukkan kemajuan yang signifikan, baik dalam struktur kelembagaan, kualitas akademik, maupun sistem pengelolaan organisasi.

Dalam menjalankan fungsinya sebagai perguruan tinggi, UNDIP memegang peranan penting dalam mencetak sumber daya manusia yang unggul serta mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni untuk mendukung pembangunan nasional. UNDIP tidak hanya berfokus pada kegiatan pembelajaran dan riset, tetapi juga aktif berkontribusi langsung kepada masyarakat melalui berbagai program pengabdian yang berkesinambungan. Menghadapi dinamika era digital, UNDIP turut menyesuaikan diri dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi modern sebagai sarana penyebaran informasi sekaligus penguatan citra institusi.

2.1.2 Visi dan Misi Universitas Diponegoro

Visi dari universitas diponegoro yaitu menjadi universitas riset yang unggul dan berkarakter. Visi tersebut diimplementasikan melalui pelaksanaan proses pendidikan yang bermutu, peningkatan kapasitas dan kualitas penelitian, serta

kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada solusi atas persoalan konkret di lingkungan sekitar.

Sementara untuk misi dari Universitas Diponegoro yaitu antara lain menyelenggarakan pendidikan tinggi yang kompetitif, mendorong lahirnya riset yang berdampak bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan pembangunan nasional, serta menerapkan sistem tata kelola institusi yang profesional, terbuka, dan dapat dipertanggungjawabkan. Visi dan misi ini menjadi acuan utama dalam perumusan kebijakan serta pelaksanaan program universitas, termasuk dalam pengelolaan komunikasi dan pemanfaatan media kelembagaan.

Dalam membangun jati diri serta reputasi institusi, Universitas Diponegoro mengangkat dua tagline utama, yaitu “UNDIP Bermartabat” dan “UNDIP Bermanfaat”. Tagline “UNDIP Bermartabat” mencerminkan komitmen universitas dalam menegakkan nilai moral, etika, dan integritas akademik dalam setiap aspek pengelolaan institusi. Sementara itu, “UNDIP Bermanfaat” menegaskan peran universitas sebagai institusi yang memberikan dampak positif dan kontribusi nyata bagi masyarakat melalui pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

2.1.3 Profil Tim Jejak Universitas Diponegoro

Direktorat Jejaring Media, Komunitas dan Komunikasi Publik Universitas Diponegoro merupakan unit yang berperan dalam pengelolaan komunikasi institusi, penguatan jejaring, serta peningkatan citra dan reputasi UNDIP di tingkat nasional dan internasional. Direktorat ini berada di bawah koordinasi Wakil Rektor IV Bidang Riset, Inovasi, Kerja Sama, dan Komunikasi Publik, serta menjalankan fungsi penunjang akademik dan non-akademik di bidang jejaring media, komunitas, dan komunikasi publik.



Gambar 2.1 Logo JEJAK Undip

Struktur organisasi Tim Jejak UNDIP disusun untuk mendukung efektivitas pengelolaan jejaring media, komunitas, serta komunikasi publik. Kepemimpinan strategis berada di bawah Wakil Rektor IV yang membawahi Direktur serta Wakil Direktur Jejaring Media, Komunitas, dan Komunikasi Publik, yang berperan dalam perumusan kebijakan dan penguatan arah komunikasi institusi. Pelaksanaan operasional dikoordinasikan oleh Manajer Tata Usaha, dengan dukungan dua Supervisor pada bidang Jejaring Media dan Komunitas serta Komunikasi Publik dan Layanan Terpadu. Di tingkat pelaksana, tim staf terbagi sesuai fungsi masing-masing untuk memastikan produksi konten, pengelolaan jejaring, dan layanan komunikasi berjalan terpadu, profesional, dan selaras dengan visi Universitas Diponegoro.



Gambar 2.2 Struktural JEJAK Undip

Dalam pelaksanaan tugasnya, Direktorat Jejaring Media, Komunitas dan Komunikasi Publik bertanggung jawab atas perencanaan dan pengembangan program promosi, branding, publikasi, serta layanan komunikasi publik UNDIP.

Direktorat ini juga berperan sebagai penghubung antara sivitas akademika dengan media, komunitas masyarakat, serta jejaring akademisi nasional dan internasional, sekaligus mengelola komunikasi institusi pada situasi normal maupun kondisi krisis.

Implementasi tugas tersebut diwujudkan melalui sejumlah program yang dikelola oleh tim JEJAK, seperti Program JUARA sebagai media publikasi prestasi sivitas akademika, Halo UNDIP sebagai layanan komunikasi publik yang interaktif, UNDIP TV sebagai kanal resmi penyiaran konten visual edukatif dan institusional, 97.7 Top Radio UNDIP sebagai sarana siaran audio bagi khalayak internal dan eksternal, serta UNDIP Podcast sebagai platform diskusi dan diseminasi gagasan akademik dalam format audio digital yang lebih fleksibel dan sesuai dengan karakteristik audiens muda.

Sebagai pusat pengelolaan media internal, Direktorat Jejaring Media, Komunitas dan Komunikasi Publik mengoordinasikan kegiatan newsroom Jejak UNDIP yang berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi resmi universitas. Melalui pengelolaan informasi yang terintegrasi, akurat, dan berkelanjutan, direktorat ini mendukung keterbukaan informasi publik serta memperkuat posisi Universitas Diponegoro sebagai perguruan tinggi yang adaptif terhadap perkembangan media dan teknologi komunikasi.

2.2 Deskripsi Pekerjaan Penulis

2.2.1 Ruang Lingkup dan Tanggung Jawab Creative

Dalam pelaksanaan proyek ini, Creative bertanggung jawab terhadap pengembangan ide, perancangan visual, serta kualitas konten video yang diproduksi. Posisi ini menempatkan Creative sebagai pihak yang terlibat langsung dalam keseluruhan proses kreatif, mulai dari tahap perencanaan hingga penyelesaian akhir karya.

Creative berperan dalam perancangan dan pengembangan konten video yang diproduksi. Croteau dan Hoynes (2019) mengatakan bahwa tim kreatif memiliki

tanggung jawab untuk menjaga keselarasan antara proses produksi, tujuan komunikasi, serta kebutuhan audiens atau klien. Konten yang dibuat melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi sesuai dengan Pradekso, Widagdo, dan Hapsari (2022), proses produksi media dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Ketiga tahapan tersebut merupakan rangkaian kerja yang saling berkaitan, dimulai dari tahap perencanaan dan pengembangan konsep, dilanjutkan dengan pelaksanaan pengambilan gambar atau produksi, hingga tahap penyuntingan dan penyempurnaan materi sebelum dipublikasikan. Pada setiap tahapan tersebut, Creative terlibat secara aktif untuk memastikan bahwa proses kreatif berjalan selaras dengan perencanaan, tujuan komunikasi klien, serta standar kualitas karya bidang. Adapun peran dan tanggung jawab Creative pada masing-masing tahapan adalah sebagai berikut:

1. **Perancangan dan Pengembangan Konsep Kreatif**

Dalam pelaksanaan proyek ini, Creative bertanggung jawab merancang dan mengembangkan konsep kreatif yang menjadi dasar produksi konten video. Proses perancangan konsep dilakukan dengan mempertimbangkan karakter institusi klien, pesan utama yang ingin disampaikan, serta kesesuaian dengan target audiens. Dengan demikian, konsep yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga relevan dan efektif dalam mendukung tujuan komunikasi klien.

2. **Perancangan Visual**

Creative berperan dalam menentukan arah visual dan gaya penyampaian konten video, mulai dari pemilihan visual, alur cerita, hingga pendekatan narasi. Penentuan ini dilakukan agar konten memiliki identitas yang kuat, mudah dipahami oleh audiens, serta mampu menyampaikan pesan secara komunikatif dan konsisten dengan konsep yang telah dirancang pada tahap pra-produksi.

3. **Pengolahan dan Penyuntingan Video**

Pada tahap pasca-produksi, Creative memiliki tanggung jawab sebagai editor video, yaitu mengolah materi visual dan audio agar tersusun secara runtut, menarik, dan sesuai dengan konsep kreatif yang telah ditetapkan. Proses penyuntingan dilakukan dengan memperhatikan alur cerita, ritme visual, serta keselarasan antara visual, audio, dan pesan yang disampaikan, sehingga menghasilkan video dengan kualitas teknis dan estetika yang optimal.

4. **Integrasi Identitas dan Branding Klien**
Creative bertugas mengintegrasikan elemen identitas klien, seperti logo, warna, dan gaya visual, ke dalam tampilan video. Integrasi ini dilakukan untuk menjaga konsistensi branding serta memperkuat citra institusi klien. Setiap elemen visual disusun secara proporsional agar tetap mendukung pesan utama tanpa mengurangi kejelasan informasi yang disampaikan.
5. **Penyesuaian Konten dengan Target Audiens**
Dalam rangka meningkatkan efektivitas komunikasi, Creative berperan menyesuaikan konsep kreatif dengan karakter target audiens. Penyesuaian ini mencakup gaya visual, bahasa penyampaian, serta pendekatan narasi yang digunakan, sehingga konten video dapat diterima dengan baik dan mampu menarik perhatian audiens yang dituju.
6. **Keterlibatan dalam Diskusi Tim Kreatif**
Selama proses pengerjaan proyek, Creative terlibat secara aktif dalam diskusi internal bersama tim kreatif. Keterlibatan ini mencakup perumusan ide, pengembangan konsep visual, serta evaluasi hasil produksi. Melalui koordinasi dan kolaborasi tersebut, Creative memastikan bahwa setiap tahapan produksi berjalan sesuai dengan perencanaan awal dan menghasilkan karya yang memenuhi kebutuhan klien serta standar karya bidang.

2.2.2 Ruang Lingkup dan Tanggung Jawab Program Director

Dalam pelaksanaan proyek ini, Program Director bertanggung jawab mengarahkan keseluruhan jalannya program agar berjalan sesuai dengan rundown, konsep, dan tujuan yang telah ditetapkan. Posisi ini menempatkan Program Director sebagai pengendali utama alur produksi, sekaligus penentu arah kreatif dan teknis agar seluruh elemen program tersaji secara terstruktur, efektif, dan selaras dengan konsep yang direncanakan.

Program Director berperan dalam pengelolaan dan pengawasan proses produksi program yang dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada setiap tahapan tersebut, Program Director terlibat

secara aktif untuk memastikan bahwa seluruh proses produksi berjalan sesuai dengan perencanaan, tujuan komunikasi, serta standar kualitas program yang telah ditetapkan. Adapun peran dan tanggung jawab Program Director pada masing-masing tahapan adalah sebagai berikut:

1. Pengarahan Konsep dan Alur Program

Dalam pelaksanaan proyek ini, Program Director bertanggung jawab mengarahkan keseluruhan jalannya program agar berjalan sesuai dengan rundown, konsep, dan tujuan yang telah ditetapkan. Pengarahan ini mencakup penentuan arah kreatif dan teknis sehingga seluruh elemen program dapat tersaji secara terstruktur, efektif, dan selaras dengan konsep yang telah direncanakan sejak awal.

2. Perencanaan Pra-Produksi Program

Pada tahap pra-produksi, Program Director berperan dalam perumusan konsep program, penyusunan rundown, serta perencanaan teknis dan kreatif sebagai acuan kerja seluruh tim produksi. Tahapan ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap segmen program memiliki alur yang jelas, tujuan yang terukur, serta kesiapan teknis yang memadai sebelum proses produksi dilaksanakan.

3. Pengawasan Pelaksanaan Produksi

Pada tahap produksi, Program Director mengawasi jalannya program secara langsung untuk memastikan setiap segmen berjalan sesuai dengan alur, durasi, dan kualitas yang telah direncanakan. Pengawasan ini dilakukan guna menjaga konsistensi konsep, kelancaran transisi antarsegmen, serta kesesuaian penyajian program dengan standar produksi yang ditetapkan.

4. Pengendalian Hasil Pasca-Produksi

Pada tahap pasca-produksi, Program Director memastikan bahwa hasil akhir program tetap konsisten dengan konsep awal serta memenuhi standar penyajian yang telah ditentukan. Pengendalian ini mencakup evaluasi alur program, kesesuaian konten, serta kualitas teknis agar program siap disajikan sesuai dengan tujuan komunikasi yang diharapkan.

5. Koordinasi Antar Divisi Produksi

Program Director bertugas mengkoordinasikan seluruh divisi yang terlibat dalam produksi, meliputi tim kamera, audio, talent, kreatif, dan teknis. Koordinasi dilakukan secara intensif untuk menyelaraskan peran dan tanggung jawab masing-masing divisi, menjaga komunikasi yang efektif, serta memastikan seluruh elemen produksi bekerja secara terpadu.

6. Evaluasi dan Sinkronisasi Tim Produksi

Selama proses produksi, Program Director terlibat dalam evaluasi berkelanjutan bersama tim untuk memastikan setiap tahapan berjalan sesuai perencanaan. Melalui evaluasi dan sinkronisasi tersebut, Program Director memastikan proses produksi berlangsung secara efisien, minim kendala, serta mampu menghasilkan program yang berkualitas dan selaras dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

2.2.3 Keterkaitan Peran Jobdesk dengan Tujuan Proyek

Peran Creative dan Program Director berkaitan langsung dengan tujuan proyek karya bidang, yaitu memperkuat strategi komunikasi Universitas Diponegoro melalui pembuatan konten digital yang informatif, edukatif, dan sesuai dengan identitas institusi. Dalam komunikasi korporat, konten digital merupakan sarana penting untuk membangun citra dan menjaga hubungan organisasi dengan audiens (Cornelissen, 2020).

Peran tersebut tidak hanya berfokus pada proses teknis produksi, tetapi juga mencakup perencanaan, pengaturan alur kerja, serta pengawasan agar setiap tahap produksi berjalan sesuai dengan tujuan komunikasi. Smith (2017) menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang efektif membutuhkan perencanaan yang jelas dan koordinasi yang baik agar pesan yang disampaikan tetap konsisten dengan arah organisasi. Dengan adanya koordinasi bersama tim dan klien, konten yang dihasilkan dapat menyampaikan pesan institusi secara tepat serta mendukung penguatan citra Universitas Diponegoro di media digital.