

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN PROGRAM TIM JEJAK UNIDIP KAMPANYE STRATEGI MEDIA SOSIAL UNIVERSITAS DIPONEGORO

2.1 Gambaran Umum Klien

Universitas Diponegoro (Undip) merupakan institusi pendidikan tinggi negeri yang merepresentasikan semangat perjuangan pahlawan nasional melalui pengabdian akademik yang berkelanjutan sejak didirikan pada tahun 1956 di Kota Semarang. Sebagai perguruan tinggi yang menyandang nama besar Pangeran Diponegoro, institusi ini mengintegrasikan nilai-nilai integritas, keberanian, dan nasionalisme ke dalam visi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Dalam dinamika perjalanannya, Universitas Diponegoro telah bertransformasi menjadi universitas riset yang unggul, di mana penguatan tata kelola organisasi dan inovasi kurikulum senantiasa diarahkan untuk menjawab tantangan global sekaligus mencetak sumber daya manusia yang kompeten bagi kemajuan bangsa, (Musoffa, 2023).

Di tengah akselerasi teknologi informasi, Universitas Diponegoro secara proaktif mengadopsi berbagai kanal komunikasi digital sebagai instrumen strategis dalam mendiseminasikan informasi serta memperkuat reputasi institusional di kancah nasional maupun internasional. Melalui pendekatan yang adaptif, Undip tidak hanya berfungsi sebagai pusat pendidikan dan penelitian, tetapi juga berdiri sebagai agen perubahan sosial yang mampu menjangkau khalayak luas melalui pesan-pesan yang bermartabat dan bermanfaat.

2.2 Jumlah Mahasiswa Aktif Universitas Diponegoro

Sebagai salah satu kampus favorit di Indonesia, Universitas Diponegoro (UNDIP) menampung puluhan ribu mahasiswa dari Sabang sampai Merauke. Keberagaman ini mencakup seluruh level pendidikan, mulai dari sekolah vokasi dan sarjana hingga jenjang pascasarjana yang tersebar di belasan fakultas.

Banyaknya jumlah mahasiswa ini menjadi bukti nyata tingginya reputasi dan kepercayaan publik terhadap mutu akademik di sana. Namun, skala institusi yang besar ini juga membawa tantangan tersendiri, UNDIP perlu mengelola sistem komunikasi yang solid agar setiap kebijakan, berita, maupun prestasi kampus tersampaikan dengan akurat kepada seluruh warga kampus dan masyarakat umum.

2.3 Visi dan Misi Universitas Diponegoro

Universitas Diponegoro (UNDIP) berpusat pada ambisi dan semangat menjadi universitas riset yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki karakter yang kuat. Komitmen ini diterjemahkan melalui tridarma perguruan tinggi yang konkret: menghadirkan pendidikan bermutu, memacu inovasi melalui penelitian, serta mengabdikan pada masyarakat guna menjawab berbagai tantangan nyata di lapangan.

Untuk menjaga arah tersebut, UNDIP memegang teguh misi penyelenggaraan pendidikan yang kompetitif dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berdampak pada pembangunan nasional. Semua ini dibalut dalam sistem tata kelola kampus yang profesional, transparan, dan akuntabel. Prinsip-prinsip inilah yang kemudian menjadi kompas bagi setiap kebijakan institusi, termasuk dalam strategi komunikasi dan pengelolaan medianya.

Ciri khas UNDIP semakin dipertegas melalui filosofi "UNDIP Bermartabat" dan "UNDIP Bermanfaat." Slogan "Bermartabat" mencerminkan sisi internal kampus yang menjunjung tinggi etika, integritas, dan moralitas akademik. Di sisi lain, slogan "Bermanfaat" menjadi wajah eksternal yang menunjukkan bahwa keberadaan universitas harus memberikan kontribusi nyata bagi kesejahteraan masyarakat luas.

Kedua pilar filosofis tersebut bukan sekadar jargon, melainkan ruh dalam setiap konten digital dan program komunikasi yang dirancang. Dengan menyatukan nilai martabat dan kemanfaatan, UNDIP berupaya membangun identitas visual maupun narasi yang kuat demi memperkokoh reputasi, menjaga kepercayaan publik, serta membentuk persepsi positif di mata dunia. Profil Tim Jejak Universitas Diponegoro

2.4 Profil Tim Jejak Universitas Diponegoro

Direktorat Jejaring Media, Komunitas, dan Komunikasi Publik merupakan garda terdepan Universitas Diponegoro dalam mengelola komunikasi institusi sekaligus memperkuat reputasi kampus di kancah nasional maupun internasional. Unit strategis ini beroperasi di bawah koordinasi Wakil Rektor IV yang membidangi Riset, Inovasi, Kerja Sama, dan Komunikasi Publik. Kehadirannya berfungsi sebagai pilar penunjang, baik secara akademik maupun non-akademik, khususnya dalam mempererat hubungan antara universitas dengan media serta masyarakat luas.



Gambar 2. 1 Logo JEJAK UNDIP

Keberadaan direktorat ini menjadi krusial di tengah pesatnya arus informasi digital yang menuntut respon cepat dan akurat dari lembaga pendidikan. Sebagai wajah resmi universitas, unit ini tidak hanya sekadar menyampaikan berita, namun juga berperan dalam merawat narasi besar mengenai keunggulan riset dan jati diri kampus. Dengan mengintegrasikan berbagai elemen komunikasi publik, direktorat ini memastikan bahwa nilai-nilai "UNDIP Bermartabat" dan "UNDIP Bermanfaat" tersampaikan secara konsisten kepada seluruh pemangku kepentingan.



Gambar 2. 2 Struktural JEJAK UNDIP

Efektivitas kerja tim Jejak UNDIP didukung oleh struktur organisasi yang solid dan terencana. Kepemimpinan strategis berada di tangan Direktur dan Wakil Direktur yang bertanggung jawab merumuskan arah kebijakan komunikasi. Pada level operasional, Manajer Tata Usaha bersama para Supervisor mengawal berjalannya fungsi jejaring media hingga layanan terpadu. Formasi ini memastikan setiap staf dapat bekerja secara profesional sesuai fungsinya, mulai dari memproduksi konten kreatif hingga memastikan seluruh pesan institusi sejalan dengan visi besar UNDIP.

Tanggung jawab direktorat ini mencakup spektrum yang luas, mulai dari perancangan strategi branding, publikasi, hingga manajemen komunikasi krisis. Sebagai penghubung utama, unit ini aktif menjalin sinergi antara civitas akademika dengan awak media, komunitas lokal, serta jaringan pakar di tingkat global. Peran ini sangat vital untuk memastikan setiap informasi yang keluar dari lingkungan

universitas tetap akurat, konsisten, dan mampu membangun persepsi publik yang positif.

Berbagai kanal komunikasi inovatif pun dikembangkan untuk menjangkau audiens yang beragam. Melalui tim JEJAK, UNDIP menghadirkan Program JUARA sebagai etalase prestasi kampus, layanan interaktif HALOUNDIP, hingga media berbasis visual dan audio seperti UNDIP TV dan 97.7 Top Radio. Selain itu, hadirnya platform UNDIP Podcast menjadi sarana diskusi akademik yang lebih fleksibel dan modern bagi generasi muda, mempertegas adaptasi universitas terhadap tren komunikasi digital masa kini.



Gambar 2. 3 Program Tayangan JEJAK UNDIP

Sebagai pusat kendali informasi, direktorat ini mengintegrasikan seluruh kegiatan melalui sistem newsroom yang terpadu. Pengelolaan berita yang sistematis dan berkelanjutan ini bukan sekadar untuk menyebarkan informasi resmi, tetapi juga sebagai bentuk nyata komitmen UNDIP terhadap keterbukaan informasi publik. Dengan tata kelola komunikasi yang adaptif dan profesional, Universitas Diponegoro semakin mengukuhkan posisinya sebagai perguruan tinggi yang responsif terhadap dinamika teknologi dan kebutuhan informasi masyarakat.

2.5 Program Komunikasi

Selama keberjalanannya sebagai kanal komunikasi dan branding resmi Universitas Diponegoro, akun Instagram dan TikTok @Undip.Official telah melaksanakan berbagai program komunikasi kreatif untuk meningkatkan keterlibatan (*engagement*) serta memperkuat citra positif institusi di mata publik digital.

2.5.1 Penggunaan Media Sosial Instagram @undip.official



Gambar 2. 4 Postingan Media Sosial Instagram @undip.official



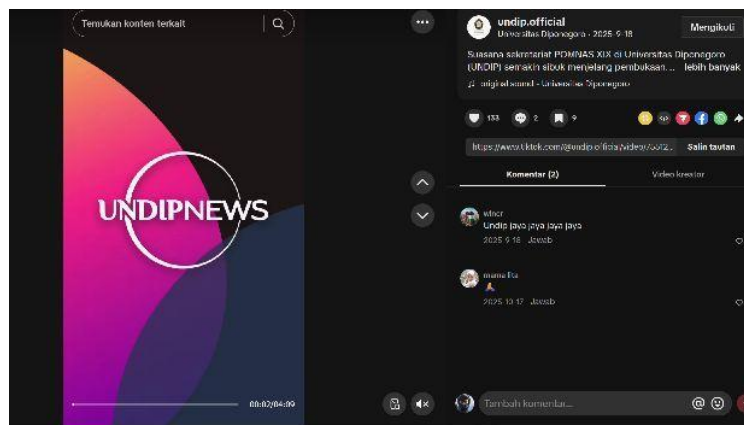
Gambar 2. 5 Postingan Media Sosial Instagram @undip.official

Penggunaan media sosial Instagram oleh akun resmi @undip.official saat ini masih didominasi oleh penyampaian informasi yang bersifat formal dan administratif. Konten yang diunggah sebagian besar berfokus pada dokumentasi kegiatan universitas, pengumuman resmi pimpinan, serta publikasi nota kesepahaman (MoU) dengan mitra strategis. Meskipun informasi yang disampaikan memiliki nilai kredibilitas tinggi, pendekatan visual dan narasi yang

digunakan cenderung kaku, sehingga menciptakan jarak psikologis antara institusi dengan pengikutnya di media sosial.

Kondisi tersebut berdampak pada keterikatan (engagement) audiens yang belum optimal. Data menunjukkan bahwa interaksi aktif seperti like, share, dan comment masih tergolong rendah karena audiens lebih banyak memosisikan diri sebagai konsumen informasi pasif. Segmentasi audiens pun menjadi terlalu terbatas pada kalangan birokrat atau pihak eksternal formal, sementara kebutuhan audiens generasi Z akan konten yang lebih humanis, estetik, dan bercerita belum terpenuhi secara maksimal. Hal ini menciptakan urgensi untuk mentransformasi gaya komunikasi agar lebih inklusif tanpa menghilangkan marwah institusi.

2.5.2 Penggunaan Media Sosial *TikTok* @undip.official



Gambar 2. 6 Postingan Media Sosial TikTok @undip.official



Gambar 2. 7 Gambar 2. 6 Postingan Media Sosial TikTok @undip.official

Tik Tok merupakan suatu aplikasi yang memungkinkan seseorang untuk membantu mengekspresikan dirinya di media sosial. Selain itu Tik Tok juga bisa digunakan sebagai media dalam menyampaikan sebuah informasi kepada orang lain. Bentuk penyampaian disini bisa dilakukan dalam banyak hal baik itu membuat video yang dapat menambah kreativitas, membuat lpsync, maupun membuat video yang berisikan materi-materi tentang pembelajaran ataupun informasi penting, (Syaibani, 2020). Platform TikTok, @undip.official telah berupaya mendiseminasikan berbagai prestasi dan kegiatan kampus melalui konten video pendek. Namun, secara substansi, konten yang dihasilkan masih terjebak dalam pola pikir media konvensional yang dipindahkan ke platform digital. Video yang diunggah seringkali hanya berupa potongan dokumentasi acara formal yang kurang memperhatikan struktur retensi penonton yang menjadi ciri khas algoritma TikTok. Akibatnya, pesan-pesan inspiratif mengenai keunggulan kampus seringkali gagal mencapai audiens yang lebih luas karena penyampaiannya yang kurang adaptif terhadap tren kekinian.

Masalah utama lainnya terletak pada target audiens yang masih terlalu tersegmentasi pada lingkungan internal civitas akademika saja. Kurangnya pemanfaatan fitur interaktif dan gaya bahasa yang santai namun berbobot membuat konten TikTok UNDIP sulit bersaing dalam menarik perhatian calon mahasiswa baru maupun masyarakat umum. Kesenjangan antara reputasi besar UNDIP sebagai PTN BH dengan performa digitalnya menunjukkan bahwa dibutuhkan sebuah terobosan strategi komunikasi yang mampu mengemas nilai "Bermartabat dan Bermanfaat" ke dalam format yang lebih segar, interaktif, dan dekat dengan keseharian mahasiswa.

2.6 Usulan Program Komunikasi

Berdasarkan survei dan analisis situasi yang dilakukan oleh tim karya bidang terhadap performa digital Universitas Diponegoro, ditemukan adanya kesenjangan antara reputasi akademik PTN BH dengan keterikatan audiens di media sosial. Data menunjukkan bahwa meskipun UNDIP memiliki aset informasi yang melimpah, tingkat interaksi aktif (like, share, comment) pada akun

@Undip.Official masih didominasi oleh konsumsi pasif, di mana hanya sebagian kecil audiens yang melakukan aksi nyata setelah menonton konten. Selain itu, ditemukan bahwa konten yang bersifat administratif murni seringkali gagal mempertahankan retensi penonton, sementara audiens generasi Z memiliki kecenderungan 70% lebih tinggi untuk berinteraksi dengan konten yang bersifat humanis dan fasilitas kampus yang mendukung kenyamanan belajar (Fasilitas & Hiburan). Untuk mengatasi hal tersebut, tim karya bidang mengusulkan program komunikasi “Jejak UNDIP: Manifestasi Bermartabat & Bermanfaat” yang bertujuan untuk meningkatkan awareness, memperkuat kepercayaan publik, dan mendorong audiens untuk terlibat dalam ekosistem digital kampus secara interaktif.

Kegiatan kampanye ini dioperasionalkan melalui tiga pilar rubrik utama yang saling melengkapi. Pertama, INFODIPS (Diponegoro Inspiratif) difungsikan sebagai pilar informatif yang mengemas kecanggihan fasilitas dan inovasi kampus seperti penggunaan Buggy Listrik dan laboratorium terpadu menjadi sajian visual yang membanggakan. Kedua, HEY DIPS! hadir sebagai pilar edukatif yang memberikan nilai tambah intelektual bagi mahasiswa melalui tips akademik dan literasi digital yang dikemas secara komunikatif. Ketiga, TEKI DIPS sebagai pilar interaktif yang menjadi ruang bagi mahasiswa untuk berbagi keluhan dan kebahagiaan seputar kehidupan kampus. Ketiga kategori ini memastikan bahwa @Undip.Official tidak hanya sekadar papan pengumuman digital, tetapi merupakan sumber informasi yang kredibel, inspiratif, dan dekat dengan kebutuhan audiens Gen Z.

Implementasi strategi ini diperkuat melalui pemanfaatan Media Interaktif yang mengedepankan pengalaman imersif. Melalui konten Point of View (POV) dan Behind the Scenes (BTS), audiens diajak untuk merasakan langsung atmosfer menjadi bagian dari civitas akademika UNDIP secara nyata, misalnya melalui simulasi penggunaan fasilitas dari kacamata mahasiswa. Strategi ini didukung dengan Kampanye Hashtag yang masif, seperti #UndipBermartabat dan #UndipBermanfaat, guna membangun identitas digital yang konsisten serta mendorong publik untuk ikut serta memproduksi konten secara sukarela.

Pendekatan ini bertujuan menciptakan rasa memiliki (sense of belonging) yang tinggi di kalangan pengikut media sosial UNDIP untuk mengurangi keraguan publik terhadap transparansi informasi kampus.

Selain itu, aspek kredibilitas institusi dibangun melalui Liputan Kegiatan Strategis yang dinamis. Bukan sekadar dokumentasi kaku, liputan acara seperti KKN, Wisuda, dan Seminar Nasional dikemas melalui kaca mata humanis yang menonjolkan kisah inspiratif, testimoni jujur, dan wawasan dari masyarakat sekitar. Melalui liputan yang inklusif ini, UNDIP dicitrakan sebagai komunitas yang aktif, tangguh, namun tetap ramah dan baik hati.

Hal ini bertujuan agar penonton tidak hanya mengetahui adanya sebuah acara, tetapi juga dapat merasakan atmosfer positif yang ada di lingkungan Universitas Diponegoro secara transparan.

Sebagai bagian dari tim yang bertanggung jawab dalam penyusunan strategi konten dan koordinasi produksi, saya berperan dalam merancang struktur retensi video agar menarik hingga detik terakhir, memastikan integrasi pesan utama dalam setiap skrip, serta mengelola metadata dan SEO agar konten mudah ditemukan oleh calon mahasiswa. Evaluasi rutin berbasis data engagement dan persepsi publik dalam kolom komentar menjadi acuan utama untuk memastikan taktik komunikasi ini tetap relevan dan efektif.

Melalui pendekatan terpadu ini, kampanye "Jejak UNDIP" diharapkan mampu memperkuat citra Universitas Diponegoro sebagai PTN BH yang inovatif, komunikatif, dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat luas.