

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

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.

1. Peningkatan Performa Instagram

Hasil implementasi strategi komunikasi menunjukkan adanya peningkatan performa akun Instagram yang cukup signifikan. Jumlah tayangan (views) mengalami kenaikan sebesar 69,7%, dari sebelumnya 24.191.019 menjadi 41.053.595 tayangan. Selain itu, accounts reached juga meningkat sebesar 67,7%, dari 749.750 menjadi 1.257.159 akun, yang menunjukkan adanya perluasan jangkauan distribusi pesan institusi kepada audiens yang lebih luas. Peningkatan serupa juga terlihat pada total interaksi, yang naik sebesar 79%, dari 300.299 menjadi 537.682 interaksi. Hal ini mengindikasikan adanya peningkatan partisipasi aktif audiens dalam merespons konten yang dipublikasikan. Di sisi lain, pertumbuhan jumlah pengikut juga menunjukkan lonjakan yang cukup besar, dari 5.913 menjadi 31.054 net followers growth. Sementara itu, peningkatan proporsi non-followers reached dari 15,5% menjadi 16,5% menunjukkan bahwa strategi konten yang diterapkan tidak hanya mampu mempertahankan audiens yang sudah ada, tetapi juga berhasil menjangkau pengguna baru di luar komunitas pengikut sebelumnya.

2. Peningkatan Performa TikTok

Pada platform TikTok, kinerja akun juga menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Jumlah tayangan (views) meningkat sebesar 130%, dari

913.000 menjadi 2.100.000 tayangan. Selain itu, total interaksi mengalami lonjakan sebesar 204%, dari 49.311 menjadi 150.019 interaksi, yang mengindikasikan peningkatan tingkat keterlibatan audiens yang sangat tinggi terhadap konten yang dipublikasikan. Peningkatan performa tersebut juga tercermin pada engagement rate yang naik dari 5,4% menjadi 7,1%, menunjukkan bahwa kualitas serta relevansi konten semakin sesuai dengan preferensi audiens. Di samping itu, jumlah pengikut juga mengalami penambahan sebesar 2.110 net followers. Distribusi konten melalui For You Page (FYP) turut meningkat dari 64,9% menjadi 70,1%, yang menandakan bahwa algoritma platform menilai konten tersebut lebih relevan dan berpotensi menjangkau audiens yang lebih luas.

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 dan pembagian peran yang jelas menjadi faktor utama dalam memastikan keberhasilan kampanye berjalan secara sistematis dan berkelanjutan.

A. Kesimpulan Individu

1. Sebagai Production Manager

Peran Production Manager telah dijalankan secara efektif dan optimal dalam mendukung proses produksi konten media sosial Universitas Diponegoro. Production Manager mampu menjalankan fungsi manajerial secara menyeluruh yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, serta evaluasi produksi pada setiap tahapan kerja, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Perencanaan produksi yang sistematis, koordinasi yang baik dengan tim produksi, serta pengawasan terhadap aspek teknis dan visual menjadi faktor penting dalam menjaga kelancaran proses pengambilan gambar di lapangan. Selain itu, keterlibatan

Production Manager dalam proses evaluasi dan penyuntingan konten turut memastikan bahwa setiap materi yang dipublikasikan telah memenuhi standar kualitas visual, teknis, dan komunikasi yang ditetapkan oleh tim Jejak UNDIP. Dengan demikian, peran Production Manager tidak hanya berfungsi sebagai pengelola operasional produksi, tetapi juga memiliki kontribusi strategis dalam menjaga kualitas konten serta mendukung efektivitas kerja tim selama pelaksanaan karya bidang

2. Sebagai Media Planner

Sebagai Media Planner berjalan secara strategis dalam mendukung efektivitas komunikasi digital Universitas Diponegoro. Media Planner tidak hanya berperan dalam menentukan platform publikasi konten, tetapi juga melakukan analisis audiens, perencanaan distribusi konten, serta monitoring dan evaluasi performa konten berbasis data. Melalui proses segmentasi dan targeting audiens, Media Planner mampu memahami preferensi konsumsi media mahasiswa sehingga strategi publikasi konten dapat disesuaikan dengan format konten, waktu unggah, serta platform yang paling relevan. Selain itu, penyusunan content matrix dan media recommendation membantu proses produksi dan distribusi konten berjalan secara lebih terstruktur. Evaluasi performa konten melalui indikator seperti views, reach, dan engagement juga menjadi dasar dalam menilai efektivitas strategi distribusi yang diterapkan pada setiap platform media sosial.

Secara keseluruhan, peran Media Planner dalam karya bidang ini memberikan kontribusi penting dalam memastikan bahwa strategi distribusi konten dilakukan secara terarah, berbasis data, serta mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan sekaligus memperkuat positioning akun media sosial Universitas Diponegoro sebagai sumber informasi kampus yang relevan dan dekat dengan mahasiswa.

5.2 Saran

1. **Keberlanjutan Strategi:** Disarankan agar tim media sosial tetap konsisten menggunakan pendekatan narasi humanis dan interaktif, namun tetap melakukan pembaruan rutin pada jenis konten agar tidak terjadi kejenuhan audiens.
2. **Pemanfaatan Data:** Perlu adanya sistem pelaporan analitik yang lebih mendalam secara periodik untuk memetakan perubahan perilaku audiens di platform Instagram dan TikTok secara lebih presisi.
3. **Penguatan Sinergi:** Diharapkan koordinasi antara tim produksi konten dengan seluruh fakultas dapat ditingkatkan agar prestasi-prestasi di tingkat program studi dapat terakomodasi dalam etalase Program JUARA secara lebih merata.