

Program Public Relations Untuk Pembangunan Reputasi Universitas Diponegoro

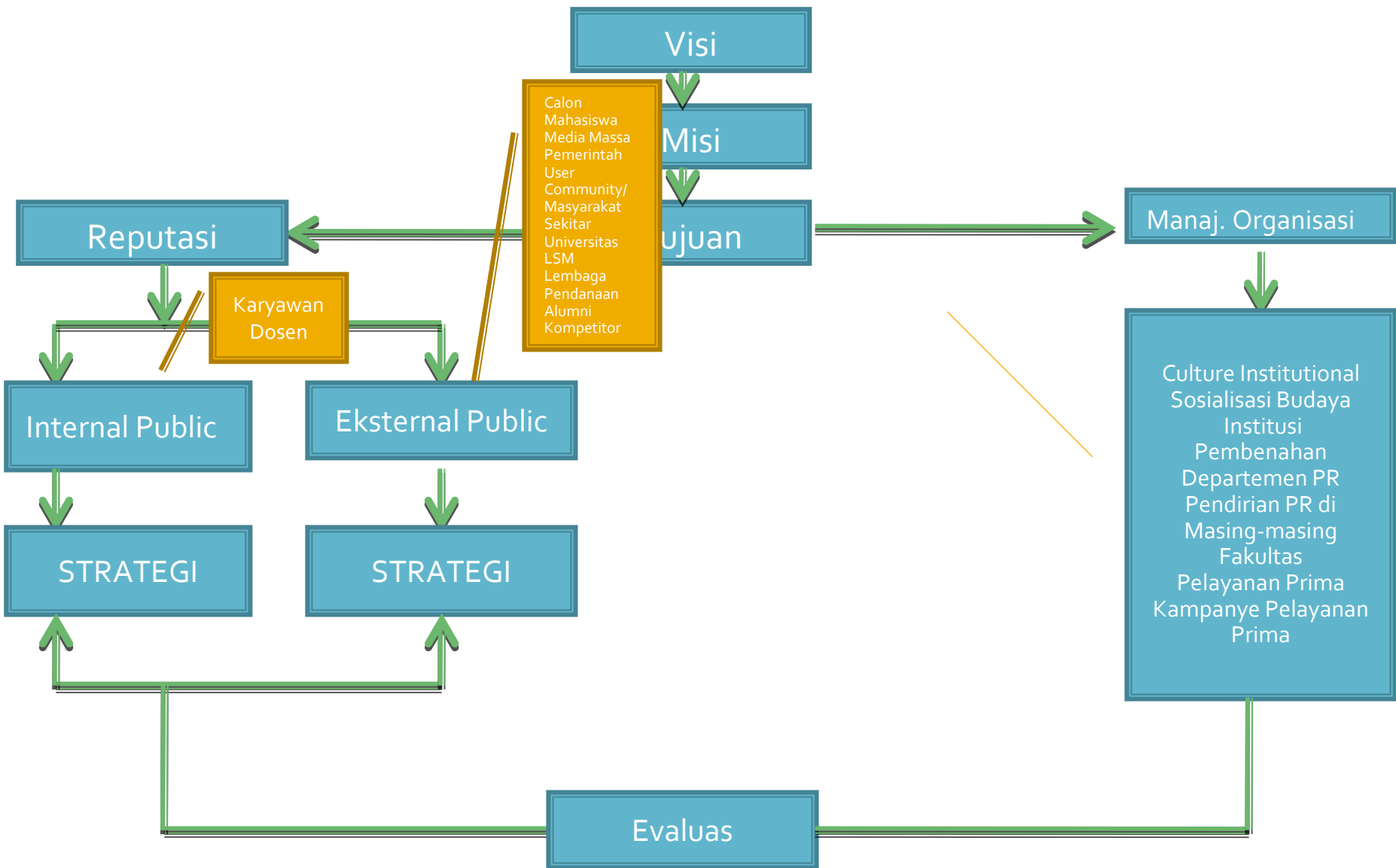
Departemen Public Relations Universitas Diponegoro

Visi

- Membangun Reputasi Positif Universitas Diponegoro melalui kegiatan pengembangan relasi dan komunikasi dengan berbagai kelompok publik internal dan eksternal untuk mempercepat perilaku suportif terhadap organisasi

Misi

- Membangun Reputasi Universitas Diponegoro sebagai Universitas Riset yang berkualitas baik secara internal maupun eksternal
- Membangun departemen PR menjadi departemen strategis yang profesional dan efektif



Proses Pembangunan Reputasi

- Mengidentifikasi penilaian dan persepsi publik internal dan eksternal terhadap universitas Diponegoro
- Mendeskripsikan dan mengidentifikasi potensi krisis dan mengelola public opinion
- Melaksanakan kegiatan perencanaan komunikasi untuk membangun pencitraan dan reputasi universitas di kalangan publik internal dan eksternal

- Menyusun dan menentukan taktik public relations untuk mendukung kegiatan dan tujuan organisasi
- Melakukan evaluasi secara intensif dan berkala untuk mengetahui *performance* dan kinerja public relations
- Melaksanaan kegiatan teknis public relations untuk optimalisasi kinerja public relations

- Melaksanakan kegiatan komunikasi sebagai bentuk inisiatif dan itikad baik menjalin relasi dengan publik
- Melaksanakan kegiatan **communication service** dengan memberikan serta menyediakan informasi yang cukup bagi publik eksternal dan internal

Tujuan

- Menguatkan Reputasi UNDIP sebagai riset University
- Membentuk Departemen PR yang kuat, profesional dan berkembang menjadi divisi yang strategis serta memberikan kontribusi nyata bagi institusi

*Publik Internal dan Eksternal
Universitas Diponegoro*

Eksternal

- Calon Mahasiswa
- Media Massa
- Pemerintah
- User
- Community/Masyarakat Sekitar Universitas
- LSM
- Lembaga Pendanaan
- Alumni
- Kompetitor

Internal

- Karyawan
- Dosen
- Mahasiswa
- Pimpinan Universitas dan Fakultas
- Senat Universitas

*Perencanaan Program
Public Relations*

Manajemen Organisasi

- Menata struktur organisasi public relations Universitas Diponegoro dalam kaitannya dengan tanggung jawab, tugas dan kewenangan bagian humas
- Menyusun dan mendeskripsikan tugas dan kewenangan departemen public relations Universitas Diponegoro
- Menempatkan staff yang memiliki pengetahuan dan kompetensi skill humas yang baik
- Staff Humas UNDIP direncanakan memiliki kualifikasi sebagai berikut : 2 staff lulusan S1/D3 Ilmu Komunikasi dan 2 Staf Lulusan Desain Komunikasi Visual (Bersifat wajib sehingga kinerja PR lebih optimal)

- Merintis pendirian departemen public relations di masing-masing fakultas yang ditujukan untuk lebih memudahkan dan mengoptimalisasikan peran dan fungsi humas dalam perguruan tinggi
- Menjadikan kantor Humas sebagai strategic centre point sehingga akan menjadi pusat informasi baik kedalam dan keluar
- Bagian humas di masing-masing fakultas akan menjalin komunikasi dan koordinasi dengan Humas Universitas khususnya kegiatan penyebarluasan informasi yang berkaitan dengan Undip ke khalayak internal dan eksternal

- Melaksanakan kegiatan pelatihan public relations bagi staf humas fakultas sehingga memiliki pengetahuan dan skill yang memadai tentang tugas dan fungsi humas di lembaga perguruan tinggi
- Melakukan penataan kantor Humas Universitas menjadi tempat kerja yang lebih nyaman dan representatif sehingga humas dapat bekerja maksimal, produktif dan berprestasi

- Ruang kerja humas dilengkapi dengan fasilitas teknologi komunikasi dan informasi dimana di dalam ruang kerja tersebut terdapat fasilitas sebagai berikut :

- Komputer untuk kegiatan administrasi dan dapat dipergunakan untuk online internet (diharapkan universitas dapat memfasilitasi menyediakan komputer yang memiliki akses cepat dengan kategori pentium terkini) selain itu masing-masing komputer dilengkapi dengan alat scanner untuk kepentingan kegiatan penyebaran informasi melalui internet
- Di dalam ruang kerja humas dilengkapi dengan furnitur meja dan kursi staff humas yang lebih nyaman
- Ruang kerja humas dilengkapi dengan filing kabinet dan almari arsip untuk kepentingan keamanan dokumentasi kegiatan humas
- Rak tempat untuk menyimpan koran edisi terbitan terbaru

- Ruang kerja humas idealnya dilengkapi dengan tempat duduk untuk menerima tamu yang memiliki kepentingan dengan humas atau pimpinan universitas.
- Ruang kerja humas dilengkapi juga dengan pendingin udara yang membuat proses bekerja jauh lebih nyaman

- Untuk Humas universitas diupayakan memiliki fasilitas PC sendiri yang terkoneksi dengan internet sehingga dapat melakukan komunikasi lebih intensif dengan Humas Universitas dan juga media massa, dalam awal rencana pendirian Humas Fakultas diisi 1(satu) orang staff

- Untuk meningkatkan kualitas dan performance layanan perlu adanya meja resepsionis di gedung rektorat/dekanat yang diisi dengan staff frontliners yang akan melaksanakan tugas sebagai berikut:
 1. Melayani tamu yang berkunjung serta memberikan informasi yang cukup
 2. Menerima dan menyambungkan telepon pada bagian yang dituju

Program Eksternal PR

Public Relations Campaign

- Kegiatan kampanye akan difokuskan pada tujuan untuk membangun popularitas Undip dikalangan publik eksternal khususnya calon mahasiswa melalui kegiatan kampanye bertema **Undip : Nice Campus**
- Undip : Nice Campuss diharapkan pula akan dapat membangun kesan yang mendalam tentang undip dan mampu membangun ketertarikan yang kuat untuk belajar di Undip
- Pemilihan tema tersebut ditujukan mampu menarik perhatian calon mahasiswa dengan memperkenalkan UNDIP serta menwarkan pengalaman belajar di UNDIP yang menyenangkan, memberi semangat, membangun daya intelektual yang kritis, serta berprestasi dalam suasana belajar yang mendukung
- **Tema tersebut akan menjadi tagline yang dipergunakan secara konsisten disetiap aktifitas komunikasi**

- Kegiatan kampanye tersebut akan dilakukan dengan memanfaatkan media public relations secara terintegrasi seperti media elektronika, cetak, luar ruang dan ambient media
- Content informasi lebih banyak menampilkan berbagai prestasi prestisius yang telah di capai undip di berbagai level kompetisi dan inovasi secara nasional maupun internasional

- Pelaksanaan kegiatan kampanye khususnya penyediaan materi kampanye dapat dilakukan secara mandiri atau bekerjasama dengan pihak ketiga dengan model dan ketentuan yang diatur dalam perjanjian kerjasama tersendiri

- Kegiatan kampanye tersebut juga dilakukan di kalangan publik eksternal dengan tujuan komunikasi membangun karakter kecintaan, kebanggaan dan loyalitas publik internal terhadap organisasi
- Bentuk kegiatan meliputi aktifitas-aktifitas komunikasi sebagai berikut :

- Pembuatan iklan korporat universitas yang menampilkan informasi tentang prestasi undip dengan endorser bintang iklan pimpinan universitas (rektor) yang disajikan dalam visualisasi gambar yang memiliki makna komunikasi tersendiri
- Pemilihan endorser juga dapat menggunakan model lain seperti mahasiswa atau dosen dengan tetap mengedepankan alur cerita dan setting yang menguatkan karakter UNDIP sebagai an excellent research University
- Iklan korporat yang menampilkan pimpinan universitas dan atau fakultas dapat dipergunakan sebagai sarana efektif untuk membangun pencitraan pimpinan yang lebih baik di kalangan publik internal

- Iklan korporat tersebut disajikan dalam bentuk billboard, spanduk, neonbox, poster, x-banner
- Selain itu untuk mendapatkan efektifitas kegiatan kampanye juga akan dimanfaatkan kegiatan wawancara dengan media lokal khususnya elektronika TV, Radio serta media massa cetak khususnya figur dosen/mahasiswa yang memiliki prestasi di bidang research
- Bersama perusahaan atau organisasi bisnis berinisiatif melakukan kegiatan research/mendanai

Excellent Research University Campaign Program

- Idealnya melakukan stakeholder mapping untuk mengetahui keunikan, karakteristik dan ekspektasi stakeholder pada UNDIP
- Melakukan kegiatan komunikasi untuk mempopulerkan positioning university sebagai universitas riset
- Membuat tagline campaign research university (tagline "**An Excellent Research University**") dipandang kurang kreatif dan tidak menggambarkan sebuah karakter yang hidup dan penuh semangat, serta kurang mampu secara efektif membangun corporate identity sebagai Universitas Riset (misal innovative university, enlightenment university)

- Pembuatan tagline tersebut didasarkan pada upaya untuk membuat beda dengan Universitas Putra Malaysia yang mengambil positioning sebagai Universitas Research dengan tagline “**Leading Research University**” dengan mengkomunikasikannya melalui berbagai media komunikasi yang terintegrasi
- Kegiatan komunikasi dilakukan secara intensif dikalangan publik internal dan eksternal dengan menggunakan berbagai media yang terintegrasi sehingga makna atau esensi dari universitas riset dapat lebih mudah dipahami

Degrees of Engagement Model For Build Best Research University Reputation

		Definition	Objectives of Communication	Evidence of Successful Engagement	Typical Media used
Increasing Enrolment	Advocacy and Ownership	Invests resources and personal time. Leads others. Acts in new ways.	Attain full commitment and internalisation of change.	Acts as a champion. Provides resources. Supports change, encourages others.	One-to-one meetings, rewards, sharing of programme products.
	Commitment and Action	Participates actively to help achieve change.	Involve in transition, secure active participation.	Takes part in groups, carries out actions to support change, attends training, answers questions.	Small group workshops and meetings, training, 'sandpit' environments, reference guides, incentives.
	Support and Buy-in	Positive perception of change, supports initiative delivery.	Gain support, persuade of benefits, reassure about risks.	Supportive of aims. Allocates time for meetings/ engagement. Suggests courses of action.	Workshops, interviews, phone calls, emails, demos.
	Understanding	Comprehends scale, scope and rationale of change. <i>Note: Understanding can lead to negative reaction too.</i>	Broaden awareness, achieve understanding.	Understands aims, content and timescale. Asks questions, expresses opinions.	Briefings, emails, voicemails, brochures.
	Awareness	Knows change is happening and in which areas.	Inform, stimulate curiosity, prepare ground for future comms.	Associates change with organisation's aims. Expresses interest/ enthusiasm/ concern.	Emails, website banners, articles in newsletters, "advertising".

- Kegiatan komunikasi dikalangan publik internal dipergunakan secara efektif untuk menstimulasi kelompok publik internal untuk bersama-sama mewujudkan tujuan organisasi mencapai positioning yang kuat sebagai universitas riset terbaik
- Kegiatan komunikasi sebagai **Research University** di kalangan mahasiswa pesan komunikasi disajikan lebih cool, ngetrend dan gaul

- Untuk menguatkan reputasi di kalangan publik eksternal tentang universitas riset kegiatan komunikasi lebih di fokuskan pada kegiatan-kegiatan menyebarluaskan berbagai prestasi yang telah di capai universitas khususnya di bidang penelitian dengan memanfaatkan media massa, serta di dukung dengan media yang lainnya
- Perlunya mem-branding University dengan Corporate Id sebagai University Research
- Adapun kegiatan komunikasi untuk merealisasikan kegiatan tersebut akan dilakukan dalam bentuk sebagai berikut :

Detail tools

- **Media Relations**

Melakukan kegiatan penyebaran informasi dengan melalui kegiatan pengiriman news relase ke media massa cetak atau elektronika, kegiatan ini di harapkan dilakukan oleh staff PR Universitas yang ada di fakultas sehingga kegiatan-kegiatan fakultas akan diketahui oleh masyarakat luas.

Selain itu untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat akan informasi tentang undip sebelum pelaksanaan kegiatan idealnya staff PR secara aktif mengirimkan informasi ke media massa, staff secara proaktif menulis riliis tentang berbagai hal yang berkaitan dengan prestasi yang dicapai oleh segenap staff sivitas akademika khususnya yang berkaitan dengan riset

- **Online Communications**

Online communication lebih pada upaya untuk menampilkan informasi tentang kegiatan universitas dan fakultas-fakultas di lingkungan Undip sehingga setiap kegiatan dapat diketahui dengan baik oleh segenap khalayak yang membutuhkan, selain itu nantinya on line communication dapat dipergunakan sebagai media menampilkan release sehingga dapat diunduh oleh media

On line communication juga dipergunakan sebagai sarana bagi pimpinan universitas untuk menyampaikan pernyataan, menampilkan gagasan, serta mensosialisasikan kebijakan

- **Interviews**

Dalam satu periode tertentu direncanakan secara rutin menjalin wawancara eksklusif dengan media massa cetak atau elektronika untuk mensosialisasikan program dan kebijakan UNDIP. Wawancara eksklusif tersebut selain akan membangun reputasi organisasi yang lebih kuat dan moncer, juga akan membangun tingkat pengetahuan masyarakat luas akan figur pimpinan uiversitas

Wawancara dikemas dalam bentuk talkshow dengan format menyesuaikan dengan kebijakan pemilik media. Sedangkan wawancara di radio dilakukan secara interaktif dengan audiens yang dipandu oleh DJ yang menerima pertanyaan, krtik serta saran dari pendengar

Sedangkan di media cetak dilakukan dalam bentuk feature wawancara eksklusif mendalam, yang lebih banyak menyoal tema yang berkaitan dengan aspek human interest.

- **Press Interview**

(PR akan merencanakan lebih banyak kegiatan interview pimpinan universitas dengan berbagai media massa cetak atau elektronika dalam bentuk wawancara eksklusif)

- **Writing News Release**

(Secara aktif PR akan memperbanyak menulis di rubrik opini dan wacana di media massa tentang Universitas Riset serta mendorong kalangan dosen untuk melakukan kegiatan penulisan artikel di media massa) misal memberikan reward untuk staff sivitas akademika yang tulisannya muncul di media massa

- **Press Material**

(Menyediakan berbagai macam paket materi informasi yang disajikan dalam bentuk cetak dan dikemas dalam sebuah paket tersendiri berisi seputar informasi tentang Universitas Riset yang meliputi prestasi atau hasil riset)

- **Corporate Ads**

(ads image menyajikan secara visual gambar yang memiliki kekuatan tutur sebagai bentuk komunikasi penyampaian informasi dan pesan tentang Universitas Riset)

- **Membuat company profile lembaga penelitian UNDIP dalam bentuk cetak atau visual**

- ***Research Service Center*** (Membuka layanan informasi penelitian lewat phone, email bagi pengguna jasa penelitian)
- Mengkomunikasikan lebih intensif keberadaan lembaga penelitian UNDIP terutama yang berkaitan dengan hasil penelitian yang memiliki spesifikasi dan keunikan tersendiri, mengangkat kehidupan masyarakat luas dan fenomena sosial yang aktual

- Lembaga Penelitian perlu disosialisasikan sebagai lembaga penelitian yang profesional sebagai lembaga research
- Bagi mahasiswa dan dosen lembaga penelitian juga perlu disosialisasikan sebagai pusat data, dalam artian mahasiswa atau dosen yang akan atau sedang melakukan kegiatan riset dapat memanfaatkan data yang tersedia di lemlit sebagai bahan pendukung

- Perlunya melakukan integrated marketing communication lemlit secara terintegrasi, konsisten dan kontinyu dengan memanfaatkan media komunikasi yang relevan dan mempunyai efektifitas yang tinggi
- Penyelenggaraan riset kompetisi menjadi alternatif event yang mampu meningkatkan reputasi sebagai research university

- Melakukan kerjasama dengan organisasi internasional seperti badan pendanaan atau LSM (Greenpeace, WWF, PMI, Bulan Sabit Merah dll) untuk melakukan kegiatan-kegiatan ilmiah, akademik dan sosial, melakukan advokasi lingkungan, dimana kegiatan tersebut akan semakin mempopulerkan UNDIP di level international melalui kegiatan yang diliput dan diberitakan jaringan media massa nasional atau internasional

Program Internal PR

- Membangun, menggali serta merumuskan corporate culture yang positif untuk menciptakan karakter yang kuat sebagai Research University

- Melaksanakan kegiatan komunikasi dalam rangka membangun **corporate culture** undip yang jauh lebih baik melalui perilaku publik internal yang ramah, berdedikasi, tanggung jawab, tidak deskriminatif serta berorientasi pada pelayanan prima untuk membangun budaya organisasi yang kuat sebagai research university
- Sosialisasi kegiatan tersebut akan dilaksanakan dalam bentuk kegiatan kampanye **UNDIP : SIIP (Smile, Informatif, Inisiative, Profesional)**

- Program tersebut akan disosialisasikan dengan menggunakan berbagai media komunikasi yang ada dan ditempatkan di berbagai tempat yang strategis di seluruh wilayah undip terutama di bagian yang berkaitan langsung dengan aktifitas pelayanan (front liner)
- Bentuk media komunikasi yang di gunakan x-banner, spanduk, sticker dan PIN
- Selain itu kegiatan kampanye juga akan dilakukan dalam bentuk sosialisasi yang memanfaatkan pertemuan atau rapat di kalangan segenap civitas akademika

- Untuk merealisasikan program tersebut pihak humas akan menyelenggarakan pelatihan pelayanan prima bagi staff perguruan tinggi terutama yang berkaitan langsung dengan aktifitas pelayanan dengan materi pelatihan meliputi pelayanan prima dan etika komunikasi
- Pelatihan rencananya akan digelar roadshow ke masing-masing fakultas yang akan di bimbing oleh trainer yang berpengalaman

- **Leaders Roadshow**

acara ini berbentuk kunjungan rektor beserta PR ke fakultas (diselenggarakan pada saat Raker Fakultas) untuk menyerap dan mengakomodasi berbagai kebutuhan dan masalah fakultas

- **Students Gathering**

Dilakukan dalam bentuk bincang santai untuk menampung aspirasi segenap kelompok elemen dalam lembaga kemahasiswaan (BEM, SEMA, UKM di Universitas dan Fakultas)

- **PR Roadshow**

Kegiatan ini merupakan awal kegiatan PR dimana kepala bagian humas dan staff berkunjung ke tiap-tiap unit dan fakultas di lingkungan UNDIP untuk memperkenalkan diri dan berkoordinasi merancang program PR yang menyentuh semua aspek dan elemen komunikasi yang dibutuhkan oleh masing masing unit

- Selanjutnya hasil kunjungan tersebut akan menjadi dasar dan pijakan bagi perancangan program PR

- Humas UNDIP berencana untuk mempromosikan secara intensif di kalangan publik internal (sivitas akademika) tentang fasilitas yang dimiliki oleh UNDIP dapat dapat diakses secara bebas tanpa biaya apapun seperti Hotspot Area
- Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan memasang petunjuk tersedianya fasilitas di tempat strategis di lingkungan UNDIP
- Bentuk promosi menggunakan billboard, spanduk, x banner, standing banner, wallpaper, neon box

- Selain itu Humas secara proaktif juga mengkomunikasikan berbagai aktifitas kemahasiswaan, dengan lebih sering melakukan kontak dengan media, mengirimkan pemberitaan, menginformasikan kegiatan ke media massa sehingga aktifitas mahasiswa UNDIP menjadi lebih sering muncul dalam pemberitaan yang positif
- Keberhasilan dan prestasi mahasiswa juga perlu mendapat apresiasi dengan menginformasikan pada khalayak luas

Rencana Kegiatan Public Relations untuk Masing-Masing Kelompok Public

- **Calon Mahasiswa**

- 1. Presentasi Company Profile ke SMU & Lembaga Bimbel**

Kegiatan ini ditujukan untuk lebih memperkenalkan Undip secara langsung kepada target market, diharapkan dalam kegiatan ini akan terjalin komunikasi yang lebih interaktif serta menjadi media yang efektif untuk lebih mempopulerkan Undip khususnya di kalangan pelajar yang menjadi calon mahasiswa. Kegiatan ini akan dilakukan secara intensif menjelang kelulusan murid, sehingga mereka yang menjadi calon mahasiswa akan memperoleh gambaran yang lebih detail tentang Universitas Diponegoro dengan berbagai prestasi, fakultas serta unit kegiatan mahasiswa dan universitas. Media komunikasi ini dapat dipergunakan untuk mensosialisasikan kualitas dosen dengan berbagai kompetensi yang dimiliki.

2. University Open House Tour

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kesempatan langsung kepada segenap stakeholder eksternal untuk dapat melihat langsung aktifitas di dalam universitas, mengetahui berbagai macam fasilitas yang dimiliki. Kegiatan ini sangat efektif dipergunakan untuk lebih mengenalkan prestasi dan keunggulan universitas.

3. Music Event

Menyeleenggarakan kegiatan musik sebagai sarana media komunikasi dengan bekerjasama secara intensif dengan UKM.

4. Teacher Gathering

Kegiatan ini dipergunakan untuk meningkatkan networking dengan calon mahasiswa, kegiatan dilakukan dalam bentuk workshop yang disisipkan promo tentang UNDIP

- **Pemerintah**

- 1. Government Gathering**

Secara reguler diselenggarakan pertemuan rutin dengan pemerintah untuk mendiskusikan isu-isu sosial yang berkembang atau berkaitan dengan perencanaan program pemerintah, kegiatan ini lebih berfokus pada upaya untuk mendapatkan hubungan yang baik dengan pemerintah, sehingga terjalin kerjasama yang baik antar kedua lembaga

2. Seminar

Penyelenggaraan secara rutin seminar-seminar untuk menunjukkan peran dan kontribusi aktif UNDIP terhadap lingkungan, kegiatan seminar lebih banyak di fokuskan pada tema-tema yang memiliki keterkaitan dengan kegiatan penelitian

3. Government Event Sponshorship

Memberikan dukungan terhadap program atau kebijakan pemerintah yang secara langsung akan menjadi sarana komunikasi efektif untuk lebih mengenalkan dan mempopulerkan UNDIP

4. Media Relations

1. *Media Gathering*

Bentuk kegiatan yang akan dilakukan adalah mengundang wartawan untuk melakukan university visit, dilanjutkan dengan paparan tentang profil universitas, menyampaikan program unggulan, fokus daripada kegiatan ini adalah sebagai media komunikasi untuk lebih meningkatkan kualitas serta hubungan baik universitas dengan wartawan

2. *News Releases*

Mengirimkan berita atau informasi secara intensif tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan UNDIP di berbagai media massa baik cetak maupun elektronika. Itarget yang ingin dicapai bahwa UNDIP setiap harinya masuk ke dalam pemberitaan media dengan menjalin kerjasama intensif antara Humas Universitas, staff humas fakultas dengan media massa

3. *Media Kits*

Menyediakan kits yang berisi company profile undip dan juga informasi tentang materi prestasi undip yang dibagikan pada wartawan saat melakukan media tour sehingga media mempunyai pemahaman yang komprehensif tentang UNDIP

4. Guest Articles/Op-Eds

Secara aktif PR melakukan kegiatan menulis hasil penelitian dan mengirimkan ke media massa, atau mendorong segenap sivitas akademika mengirimkan hasil riset ke jurnal penelitian atau majalah ilmiah lainnya

5. Kliping dan Analisis Media

Mendokumentasikan berita-berita tentang UNDIP secara rutin dan kemudian memberikan analisa tentang sikap media terhadap UNDIP dan memberikan rekomendasi tentang kegiatan komunikasi yang harus dilakukan

6. Komunitas Pers Undip (KPU)

Membentuk kelompok wartawan yang secara rutin meliput dan menyajikan berita tentang UNDIP

6. Deskside Visits

Kegiatan kunjungan ke pengelola media khususnya staff editorial diharapkan akan mampu membangun hubungan secara efektif sehingga pada saat ada materi berita tentang UNDIP akan menjadi prioritas tersendiri dengan tetap mempertimbangkan news value dan obyektifitas, dalam kunjungan itu akan diikuti oleh Humas Universitas dan Fakultas

7. Local/TV Media Visit

Melakukan kunjungan ke media lokal untuk menjalin dan mendekatkan hubungan antara UNDIP dan media massa akan diikuti oleh Humas Universitas dan Fakultas

8. Public Service Announcements

Iklan layanan masyarakat yang disajikan dalam bentuk baliho, billboard atau neon box, yang dipasang di lokasi sekitar UNDIP yang menunjukkan kepedulian dan tanggung jawab sosial UNDIP pada realitas sosial dan juga gagasan untuk mengatasi persoalan tersebut

9. News Conferences

10. Ambient Media

13. Media Tour

Media tour dilakukan dalam bentuk mengajak wartawan melihat secara langsung lokasi UNDIP melihat proses belajar mengajar, rencana pengembangan serta fasilitas-fasilitas Unggulan yang dimiliki oleh UNDIP

12. UNDIP Media Center

Perlunya UNDIP menyediakan ruangan bagi segenap wartawan yang akan melakukan peliputan tentang UNDIP dimana di ruangan tersebut disediakan fasilitas komputer yang terkoneksi dengan internet serta memberikan kemudahan bagi media untuk mengakses semua informasi tentang UNDIP

13. Compile a List of Media Contacts

Menyusun daftar media massa berikut contact personnya sehingga memudahkan dalam menjalin komunikasi pada saat UNDIP memerlukan dukungan dan kerjasama media dalam mensosialisasikan kebijakan dan program UNDIP

14. Designate a “Point Person” for Communicating With the Media

Merencanakan secara rutin pertemuan dengan media untuk meningkatkan relasi interpersonal, model tersebut efektif sekali membangun hubungan yang lebih akrab dengan media

15. Designee Calls or E-Mails Reporters and Editors to Introduce Himself/Herself, Offers to Be a Resource

5. User

1. Annual Report

Laporan tahunan menyajikan kemajuan dan perkembangan UNDIP dan didistribusikan kepada segenap stakeholder yang terkait

2. User Open House Tour /User Gathering

Mengadakan kegiatan dalam bentuk undangan kepada user untuk melihat secara langsung proses belajar mengajar di UNDIP sehingga user mengetahui proses untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas

6. Community/Masyarakat Sekitar Universitas

1. Undip Community Scholarship
2. Undip Green Community
3. Participate Community Even
4. Clean UP The World (PMB) kerja bakti membakar sampah kering, mengumpulkan sampah plastik, mengumpulkan botol, kardus dan juga kertas bekas untuk dijual kemudian hasil penjualan untuk kegiatan sosial

7. LSM

1. Media and NGO Afternoon Tea
2. Sponsorship

8. Alumni

1. Alumni Gathering
Kegiatan alumni gathering diharapkan mampu membangun relasi dan komitmen alumni terhadap upaya untuk membangun branding melalui kegiatan pendanaan riset atau mitra kegiatan penelitian
2. Philanthropy Activity
3. Alumni magazine
Majalah alumni dipergunakan untuk sosialisasi perkembangan UNDIP dan juga menampilkan informasi yang berkaitan dengan hasil riset berupa inovasi produk atau model resolusi
4. Career Center
Membentuk pusat informasi pekerjaan di level universitas yang akan menjadi media dan pusat data tentang tawaran pekerjaan, perusahaan/organisasi mitra, dan perkembangan karir alumni

9. Kompetitor

Perlunya UNDIP menjalin kerjasama dengan kompetitor untuk menciptakan iklim persaingan yang sehat

1. PR Community

membentuk wadah kerjasama dan komunikasi dengan PR dari perguruan tinggi lain sebagai sarana tukar pengalaman dan berbagi informasi

2. Seminar

Menyelenggarakan even seminar, diskusi hasil penelitian atau tema lain yang relevan dengan fenomena sosial

3. Workshop

Secara rutin mengadakan pelatihan bersama untuk segenap stakeholder yang relevan

Internal PR

- Sosialisasi Institution culture yang mendukung upaya pencapaian UNDIP sebagai Research University
 - Karyawan (Training Kompetensi, Outbond Training)
 - Dosen (Best Lecturer)
 - Mahasiswa (Duta Besar UNDIP)
- kegiatan ini melanjutkan program yang pernah dilakukan UNDIP dimana dipilih mahasiswa terbaik dari masing-masing fakultas, untuk berbicara di event event UNDIP serta membantu mempromosikan UNDIP di berbagai kesempatan, tema fokus pada kemampuan terbaik mahasiswa di bidang research

- Pimpinan Universitas dan Fakultas (Faculty Roadshow)

Ada kegiatan komunikasi langsung yang dilakukan oleh fakultas untuk menyerap aspirasi elemen anggota jurusan sampai ke mahasiswa

- Senat Universitas
- UKM

Public Relations Tools

- **Written material**

1. Annual Report

(Berupa laporan tahunan berisi kemajuan ekonomi, finansial, SDM serta prestasi UNDIP selain itu annual report juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana menyampaikan visi, misi, rencana pimpinan UNDIP)

2. Employee Newsletter (Optimalisasi media internal sebagai sarana komunikasi pimpinan Universitas dengan segenap publik internal, employee perlu dioptimalkan untuk membangun iklim komunikasi yang lebih terbuka sehingga mampu memberikan efek positif bagi karyawan dan organisasi)

3. International Flyers (Flyer english version didistribusikan di lembaga-lembaga international yang ada di Indonesia atau dikirim langsung ke international office, flyers tersebut menampilkan materi UNDIP Best Research Uiversity)
4. International Posters (Poster english version didistribusikan di lembaga-lembaga international yang ada di Indonesia atau dikirim langsung ke international office flyers tersebut menampilkan materi UNDIP Best Research Uiversity)
5. Alumny Magazine
Bekerjasama dengan IKA UNDIP membuat majalah untuk alumny yang ditujukan untuk lebih mengkomunikasikan berbagai kemajuan da perkembangan mutakhir UNDIP

- **Audiovisualmaterial**
 1. Company Profile Film
 2. Company Profile Slide
 3. Audio and Videocassette bout present talk,
answer question

- **Organization Identity Media**

1. Uniform look

2. Logos Campaign (Undip Research University, Undip Nice Campus dan Siip)

3. Stationary

(Membuat merchandise khas undip dimana di dalam tersebut memuat gambar atau kampanye UNDIP, bentuk merchandise antara lain gelas, tatakan gelas, pen, notesbook, bag, t-shirt, payung, boneka, softcase laptop)

4. Brochures

5. Bussiness forms

Mencantumkan identitas kampanye best research university di setiap kertas untuk kepentingan surat menyurat baik secara internal dan eksternal sehingga positioning UNDIP akan menjadi lebih populer baik di dalam atau diluar UNDIP

6. Call Cars

Mengkomunikasikan best research university di mobil dinas UNDIP dengan membuat branding pada beberapa mobil dinas

7. Buildings

Memanfaatkan building sebagai sarana atau media komunikasi “research university” dimana pada setiap bagian gedung di universitas atau di fakultas terdapat logo kampanye best research university

- **Public Service Announcements**

1. Taping PSA in Radio Station
2. PSA
3. Promotes Merchandise
4. Considered Advertising
5. Community Billboard

- **Events**

1. Anniversary Celebration
2. Auction
3. Benefit Evening
4. Fairs
5. Book Sales
6. Clean Up The World

- **News**

1. Free Advertising
2. Press Release
3. e-Release

- **Interviews**

1. Establish Yourself
2. Particular Topics Relevant to Your Work and Event

Organisasi Kedaerahan

- Mendata dan menjalin komunikasi dengan organisasi kedaerahan / wilayah yang diikuti oleh mahasiswa di lingkungan universitas diponegoro
- Gambaran:
- Organisasi kedaerahan biasanya secara rutin melakukan advokasi dan pendampingan pada mahasiswa baru yang berasal dari daerah yang sama.

- Anggota organisasi ini juga secara rutin (minimal setahun sekali) melakukan sosialisasi mengenai undip ke masing-masing sekolah asal
- Dengan adanya koordinasi dengan pihak Humas Undip, organisasi tersebut mendapat kemudahan ketika menyampaikan informasi tentang undip pada pelajar di SMA-SMA di daerah.

- Undip mendapat benefit sosialisasi gratis dan efektif karena disampaikan oleh pihak-pihak yang memiliki ikatan emosional (alumni sekolah) dengan target (pelajar sekolah)
- Salah satu cara termudah adalah dengan membuat presentation kit yang dibagikan di masing-masing jurusan dalam bentuk cd, booklet, brosur, dll.

- Tiap mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengakses presentation kit tersebut.

Event Manajemen

- Merancang kegiatan untuk kepentingan Brand Activation
- Perlunya memperbaiki struktur dan kualitas staff untuk mendukung kegiatan PR dan komunikasi
- Menjadi tuan rumah dari berbagai event nasional dan internasional
- Menunjukkan pada publik eksternal bahwa undip adalah universitas yang nyaman dan menghargai tamu.

Exchange Program

- Secara aktif melakukan program pertukaran mahasiswa dan dosen dengan universitas-universitas di seluruh dunia
- Delegasi dari Undip diupayakan mendapat kesempatan untuk datang ke sekolah-sekolah di negara yang dikunjungi untuk mempromosikan Undip sebagai universitas yang dapat menjadi tujuan pelajar internasional.

- Exchange program bisa dilakukan dengan kerjasama dengan instansi pemerintah (departemen pariwisata, dikti, dll) yang diharapkan dapat mempermudah kerjasama university to university atau school to university
- Tujuan: membuka cakrawala mahasiswa dan dosen untuk meningkatkan kualitas sebagai bagian dari civitas akademika internasional.

International Student Free Test

- Memberikan kesempatan bebas tes pada mahasiswa internasional untuk masuk ke Undip
- Salah satu indikator yang dapat menaikkan peringkat universitas di tingkat dunia adalah banyaknya jumlah international student yang bersekolah di universitas tersebut.

Timelines

No	Kegiatan	Tahun			
		1	2	3	4
1	Fact Finding/Research PR				
2	Recruitmen Staff Frontliners 2 Org Receptionis & 2 Security)				
3	Recruitmen 4 Orang staff PR Univrsitas				
4	Pembenahan Ruang Kerja Humas				
5	Pembuatan Meja Resepsionis Universitas				
6	PR Roadshow (Kunjungan ke Fakultas)				
7	Pembentukan PR Fakultas				
8	Pembuatan Meja Resepsionis Fakultas				
9	Training Staff PR Fakultas				
10	Deskside Visit				
11	Electronic Media Tour				
12	UNDIP Media Tour				
13	Institutional Culture				
14	Corporate Culture Campaign				
15	Pembuatan Loga dan Media Campaign				
16	Branding University				
17	Pembuatan PR Online				
18	Leaders Roadshow				
19	Media Analysis				
20	University Open House Tour				
21	Teacher Gathering				
22	User Gathering				
23	Research University Campaign Program				
24	PR. Community				
25	Undip Scholarship				
26	Undip Green Community				
27	Clean Up The World				
28	Get Publicity				
29	School Presentation				

Evaluasi

- Melakukan research opinion pada segenap stakeholder yang menjadi sasaran kegiatan komunikasi untuk mengukur dan menilai sikap publik pada organisasi
- Selain itu research dioreintasikan pada upaya untuk mengetahui positioning UNDIP berkaitan dengan research university

Terimakasih