KEMDIKTISAINTEK
Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi
Republik Indonesia

UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI
TULUNGAGUNG

DIKTISAINTEK BERDAMPAK

(STANDARD OPERATING PROCEDURE)

Unit APK

SOP & PEDOMAN

PROGRAM PUBLIKASI & PENCITRAAN KAMPUS

Tahun akademik 2024 - 2025



Universitas Bhinneka PGRI

ubhiofficial_01 Universitas Bhinneka PGRI ubhiofficial_account UBHI TV

Jl. Mayor Sujadi No.7, Manggisan, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66229

Standar Operasional Prosedur

Dan

Pedoman

PUBLIKASI

UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI

Jalan Mayor Sujadi Timur Nomor 7 Tulungagung, Kodepos 66221

Telepon (0355) 321426, Surel:info@ubhi.ac.id, Laman:ubhi.ac.id

2024-2025

LEMBAR PENGESAHAN

STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP)

dan PEDOMAN

UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI

TAHUN 2024-2025

Wakil Rektor III

Bidang Kemahasiswaan Alumni dan Kerjasama

Dr. M. Abdul Roziq Asrori, M.Si

NIDN. 0705058006

A. Tujuan

SOP dan Pedoman ini disusun untuk:

1. Menjamin kegiatan publikasi kampus berjalan terarah, konsisten, dan profesional.
2. Membangun citra positif kampus melalui strategi komunikasi yang terintegrasi.
3. Menstandarkan materi promosi serta tata kelola seluruh kanal media kampus.

B. Ruang Lingkup

SOP ini mencakup:

1. Perencanaan program publikasi dan brand kampus.
2. Pengelolaan konten dan materi promosi.
3. Pengelolaan kanal media internal dan eksternal.
4. Koordinasi antarunit dalam kegiatan publikasi.
5. Evaluasi dan pelaporan kinerja publikasi.

C. Dasar Hukum dan Acuan

1. Kebijakan pimpinan kampus tentang publikasi dan hubungan masyarakat.
2. Pedoman branding institusi pendidikan tinggi.
3. Etika komunikasi publik.
4. Regulasi penggunaan logo, lambang negara, dan data pribadi.

D. Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab

1. Unit Humas / Pusat Informasi & Publikasi
   a. Menyusun strategi komunikasi dan kalender publikasi.
   b. Mengelola seluruh kanal resmi kampus.
   c. Menyetujui seluruh materi promosi sebelum dipublikasikan.
   d. Menjalin hubungan dengan media eksternal.
2. Program Studi / Unit Kerja
   a. Mengajukan kebutuhan publikasi / advertorial ke Humas.
   b. Menyediakan data, informasi kegiatan, dan narasumber.
   c. Mengikuti standar materi promosi kampus.

3. Pimpinan Kampus
    a. Menyetujui strategi publikasi tahunan.
    b. Menjadi sumber informasi utama untuk pernyataan resmi.

E. Prosedur Rencana dan Strategi Publikasi Kampus

1. Analisis Situasi
    a. Mengidentifikasi audiens (calon mahasiswa, orang tua, mitra industri, pemerintah, masyarakat umum).
    b. Mengidentifikasi kekuatan, keunggulan, dan isu kampus.
    c. Menentukan pesan utama (key message) yang ingin dikomunikasikan.

F. Penyusunan Strategi Publikasi

1. Humas menyusun Rencana Publikasi Tahunan berisi:
    a. Target publikasi per bulan
    b. Kalender kegiatan kampus
    c. Tema komunikasi bulanan
    d. Prioritas konten (akademik, prestasi, kemahasiswaan, layanan, kerja sama, dll.)
2. Strategi meliputi :
    a. Brand Positioning: citra kampus yang ingin dibangun.
    b. Channel Strategy: platform yang digunakan sesuai segmen.
    c. Content Strategy: jenis konten yang diprioritaskan.
    d. Engagement Strategy: cara meningkatkan interaksi audiens.

G. Alur Permohonan Publikasi

1. Unit kerja mengisi Formulir Permohonan Publikasi minimal H-3 sebelum diunggah.
2. Humas melakukan:
   a. Pemeriksaan kelengkapan data
   b. Penyuntingan teks, desain, dan format
   c. Persetujuan akhir publikasi
   d. Konten dipublikasikan melalui kanal kampus sesuai strategi.

H. Publikasi Resmi dan Pernyataan Formal

1. Setiap berita atau pernyataan resmi harus:
   a. Menggunakan bahasa baku
   b. Memiliki sumber jelas
   c. Mendapat persetujuan pimpinan
2. Krisis komunikasi ditangani langsung oleh Humas + pimpinan.

I. Standar Materi Promosi Kampus

1. Standar Visual (Branding)
   a. Logo kampus harus:
      1) Menggunakan versi resmi
      2) Tidak diubah proporsi, warna, atau bentuk
      3) Diletakkan pada posisi kanan atas / kiri atas
   b. Warna Corporate:
      1) Warna primer: Biru Navy
      2) Warna sekunder pendukung (Kuning, Hijau, Merah, Orange)
   c. Font resmi kampus:
      1) Heading: Outfit Black
      2) Body text: Monsterrat

d. Gambar:
    1) Resolusi minimal 1080×1080 px
    2) Tidak mengandung watermark pihak lain
    3) Menggunakan foto kegiatan asli kampus
2. Standar Penulisan Konten
    a. Bahasa Indonesia sesuai PUEBI dan tata bahasa baku.
    b. Judul maksimal 10 kata, kuat, dan jelas.
    c. Caption promosi (Instagram/FB/TikTok) maksimal 150 kata.
    d. Tidak mengandung diksi provokatif, SARA, atau klaim berlebihan.
3. Standar Konten Video
    a. Durasi pendek: 15–60 detik (Reels/TikTok).
    b. Durasi panjang: 3–5 menit (YouTube).
    c. Format 1080p, rasio 16:9 (YouTube) / 9:16 (Reels).
    d. Ada bumper opening dan closing kampus.
    e. Musik bebas hak cipta.

J. Standar Infografis

Harus informatif, angka valid, sumber jelas.

a. Gunakan ikon resmi dan warna konsisten.
b. Kerapatan teks tidak lebih dari 30% area desain.

K. Pedoman Pengelolaan Kanal Media

1. Website Resmi Kampus
    a. Update minimal 3 kali seminggu.
    b. Fokus pada: berita akademik, pengumuman resmi, prestasi, kerja sama.
    c. Humas sebagai administrator utama.

2. Media Sosial (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube)
    a. Frekuensi Unggahan
    b. Instagram: 4–6 posting/minggu
    c. TikTok: 3–5 video/minggu
    d. Facebook: 3 posting/minggu
    e. YouTube: 1 video/minggu

L. Jenis Konten

1. Highlight kegiatan kampus
2. Prestasi mahasiswa & dosen
3. Layanan kampus
4. Program studi
5. Testimoni mahasiswa/alumni
6. Edukasi publik (infografis)
7. Konten kreatif mahasiswa

M. Kanal Internal (Email, Grup WA/Telegram)

1. Digunakan untuk komunikasi internal dan akademik.
2. Konten harus resmi dan sesuai etika komunikasi formal.
3. Tidak untuk promosi komersial.

N. Media Massa (Online / Cetak / TV)

1. Humas menjadi satu-satunya pintu koordinasi.
2. Press release disusun sesuai standar jurnalistik.
3. Seluruh wawancara memerlukan izin pimpinan

O. Monitoring dan Evaluasi

1. Indikator Kinerja
2. Jumlah publikasi bulanan
3. Kenaikan followers & engagement rate
4. Jumlah liputan media
5. Peningkatan brand awareness
6. Jumlah permintaan publikasi dari unit

P. Pelaporan

1. Rekap publikasi bulanan
2. Evaluasi pencapaian strategi
3. Rekomendasi perbaikan konten & kanal

Q. Penutup

SOP ini menjadi pedoman resmi dalam seluruh kegiatan publikasi dan pencitraan kampus. Perubahan dan penyesuaian dapat dilakukan secara berkala sesuai kebutuhan dan perkembangan institusi.

YAYASAN PEMBINA LEMBAGA PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA (PGRI) TULUNGAGUNG **UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI** Jalan Mayor Sujadi Timur Nomor 7 Tulungagung, Kodepos 66221 Telepon: (0355) 321426, Surel: info@ubhi.ac.id, Laman: ubhi.ac.id	**NOMOR. SOP**	**005/APK.UBhi/XI/2023**
	TGL. PEMBUATAN	**17 November 2023**
	TGL REVISI	**0**
	TGL. EFEKTIF	**20 November 2023**
	DISAHKAN OLEH	**Wakil Rektor III**
	NAMA SOP	**Publikasi**

KUALIFIKASI PELAKSANA	
1. Undang-undang No. 12 tahun 2012 tentang PendidikanTinggi. 2. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 26 tahun 2007 tentang kerjasama Perguruan Tinggi di Indonesia dengan Perguruan Tinggi atau Lembaga lain di luar negeri	**1. Rektor** **2. Para Wakil Rektor** **3. Kepala Bagian/lembaga** **4. Dekan Fakultas** **5. Direktur Pascasarjana** **6. Ketua Prodi** **7. Unit APK**
KETERKAITAN	**PERALATAN/PERLENGKAPAN**
1. Unit APK 2. Dekan Fakultas 3. Direktur Pascasarjana 4. Kaprodi 5. Dosen 6. Mahasiswa	1. Naskah Dokumen Publikasi

PERINGATAN

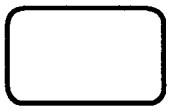
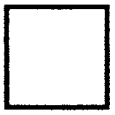
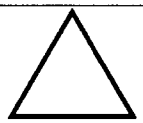
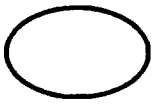
Jika SOP ini tidak dilakukan, maka:

1. Monitoring tidak dapat dilakukan oleh beberapa pihak

No	Kegiatan	Pelaksana			Mutu Baku		
		Unit APK	PRODI / UNIT KERJA	Wakil Rektor III	Kelengkapan	Waktu	*Output*
1	Analisis Situasi				Dokumen analisis situasi	Oktober – November 2023	Hasil analisis
2	Mengidentifikasi audiens (calon mahasiswa, orang tua, mitra industri, pemerintah, masyarakat umum).				Dokumen analisis	Oktober – November 2023	Data hasil identifikasi
3	Mengidentifikasi kekuatan, keunggulan, dan isu kampus.				Dokumen Analisis SWOT	November 2023	Data Hasil Analisis

4	Prodi/Unit Kerja Mengajukan kebutuhan publikasi / advertorial ke Humas dengan menyediakan data, informasi kegiatan, dan narasumber.				Dokumentasi Kegiatan dan Materi Publikasi	November 2023	Materi bahan Publikasi
5	Menyusun strategi komunikasi dan kalender publikasi.				Dokumen analisis, Data Hasil Analisis dan Materi bahan Publikasi	November 2023	Draft strategi dan Kalender Publikasi
6	Pimpinan Menyetujui strategi publikasi tahunan.				Dokumen strategi dan Kalender Publikasi	Desember 2023	Materi fix strategi dan Kalender Publikasi
7	Publikasi				Materi fix Publikasi	Desember 2023 – Agustus 2024	Data Hasil Publikasi
8	Pelaporan				Rekap publikasi bulanan, evaluasi pencapaian strategi, rekomendasi perbaikan konten & kanal	September 2024	Hasil rekomendasi, perbaikan konten & kanal

Keterangan Simbol

No	Simbol		Keterangan
1		=	Hubungan Kerja
2		=	Mulai
3		=	Proses
4		=	Dokumen
5		=	File Arsip
6		=	Koordinasi
7		=	Dokumen Keuangan
8		=	Selesai