

**LAPORAN *PROJECT PUBLIC RELATIONS***  
**PROGRAM KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS***  
**“SUNMOREAD: *SUNDAY MORE READING*” SEBAGAI**  
**GERAKAN LITERASI BERBASIS KOLABORASI BERSAMA**  
**PEMUDA BAKTI BANUA DI KOTA BANJARMASIN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
(S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Noor Mistia Fatimah	2110414320063
Nur Syahyana Alya Rahmah	2110414320088
Refia Azka Nabilla	2110414220031
Syifa Aprilia	2110414320022

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**BANJARMASIN**

**2025**

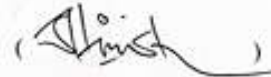


KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123  
Email : [fisip@ulm.ac.id](mailto:fisip@ulm.ac.id)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PROGRAM KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* "SUNMOREAD: *SUNDAY  
MORE READING*" SEBAGAI GERAKAN LITERASI BERBASIS  
KOLABORASI BERSAMA PEMUDA BAKTI BANUA  
DI KOTA BANJARMASIN

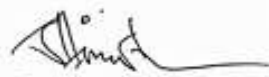
- A. Nama Mahasiswa : Refia Azka Nabilla  
NIM : 2110414220031
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ~~1,0~~ ( A ) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 22 Mei 2025.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua  
Dr. Siswanto, M.Si.  
NIP. 197610052008121002
  - b. Sekretaris  
Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si  
NIP. 198208212006042002
  - c. Anggota  
Noviana Sari, S.IP., M.A.  
NIP. 198511072015042001

(  )

(  )

(  )

Banjarmasin, 16 Juni 2025  
Ketua Tim Penguji,

(  )

Dr. Siswanto, M.Si.  
NIP. 197610052008121002

Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM

(  )

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan BrigJend H. Hasan Basyri Banjarmasin - 70123  
Email : [fisip@ulm.ac.id](mailto:fisip@ulm.ac.id)

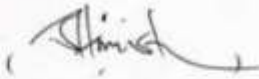
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PROGRAM KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS*

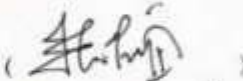
"SUNMOREAD: *SUNDAY MORE READING*" SEBAGAI GERAKAN  
LITERASI BERBASIS KOLABORASI BERSAMA PEMUDA BAKTI BANUA

- A. Nama Mahasiswa : Syifa Aprilia  
NIM : 2110414320022
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 80,00( A ) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 22 Mei 2025.
- C. Tim Penguji:

a. Ketua  
Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si  
NIP. 197610052008121002

(  )

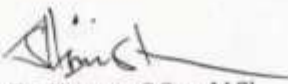
b. Sekretaris  
Dr. Yunita Setyastuti, M.Si  
NIP. 198208212006042002

(  )

c. Anggota  
Muhamad Ainani, S.IP., MA  
NIP. 198810282022031003

(  )

Banjarmasin, 16 Juni 2025  
Ketua Tim Penguji,

(  )  
Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si  
NIP. 197610052008121002

Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM

(  )  
Prof. Dr. H. Budi Suryudi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123  
Email : [fisip@ulm.ac.id](mailto:fisip@ulm.ac.id)

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**PROGRAM KAMPANYE PUBLIC RELATIONS  
"SUNMOREAD: SUNDAY MORE READING" SEBAGAI  
GERAKAN LITERASI BERBASIS KOLABORASI BERSAMA  
PEMUDA BAKTI BANUA DI KOTA BANJARMASIN**

- A. Nama Mahasiswa : Nur Syahyaa Alya Rahmah  
NIM : 2110414320088
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ( ) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 22 Mei 2025.
- C. Tim Penguji:

a. Ketua

Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si  
NIP. 195912101988111001

b. Sekretaris

Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si  
NIP. 197403132006041002

c. Anggota

Muhammad Ainani, S.IP., M.A  
NIP. 198810282022031003

Banjarmasin, 16 Juni 2025  
Ketua Tim Penguji,

Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si  
NIP. 195912101988111001

Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suyadi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001



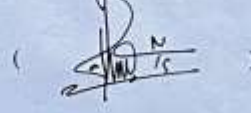
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PROGRAM KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* "SUNMOREAD: SUNDAY MORE  
READING" SEBAGAI GERAKAN LITERASI BERBASIS KOLABORASI  
BERSAMA PEMUDA BAKTI BANUA

- A. Nama Mahasiswa : Noor Mistia Fatimah  
NIM : 2110414320063
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ( ) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 22 Mei 2025.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua  
Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Ahmad, M.Si  
NIP. 195912101988111001
  - b. Sekretaris  
Dr. Fahrianoor, M.Si  
NIP. 197403132006041002
  - c. Anggota  
Noviana Sari, S.IP., M.A  
NIP. 198511072015042001

(  )

(  )

(  )

Banjarmasin, 16 Juni 2025  
Ketua Tim Penguji,



Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si  
NIP. 195912101988111001



Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001

## ABSTRAK

Noor Mistia Fatimah (2110414320063), Nur Syahyana Alya Rahmah (2110414320088), Refia Azka Nabilla (2110414220031), Syifa Aprilia (2110414320022), 2025. "Menyebarkan Eksistensi Pemuda Bakti Banua di Kota Banjarmasin Melalui Gerakan Kampanye *Public Relations* 'SUNMOREAD: *Sunday More Reading*'." Di bawah bimbingan Prof. Dr. Drs. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si. dan Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si.

Laporan proyek tugas akhir ini mengkaji pelaksanaan kampanye *Public Relations* "Sunmoread: *Sunday More Reading*" yang bertujuan untuk menyebarkan eksistensi Pemuda Bakti Banua di Kota Banjarmasin. Kampanye ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Banjarmasin, khususnya generasi muda, akan pentingnya membaca sebagai bagian dari budaya sehari-hari melalui empat rangkaian kegiatan utama: *Sunscribe of Sunmoread*, *Communitates Partner*, *Book & Look*, dan *Sunmowrite*.

Untuk menganalisis pelaksanaan kampanye, digunakan pendekatan tahapan kampanye *Public Relations*, meliputi peningkatan kesadaran (*awareness*), pemahaman (*comprehension*), perubahan sikap (*attitude*), dan tindakan (*action*). Hasil evaluasi kampanye menunjukkan bahwa *Sunscribe of Sunmoread* berhasil membangun kesadaran dan komunitas pembaca *online* melalui konten media sosial yang interaktif. *Communitates Partner* memperkuat dukungan kampanye melalui kerja sama dengan berbagai pihak. *Book & Look* dan *Sunmowrite*, melalui sesi *offline*, berhasil meningkatkan pemahaman dan perubahan sikap terhadap literasi melalui aktivitas membaca, diskusi, *talkshow*, dan penulisan kreatif.

Kampanye "Sunmoread: *Sunday More Reading*" menunjukkan perkembangan dalam memperluas jangkauan publik dari Pemuda Bakti Banua dan menginspirasi masyarakat untuk lebih gemar membaca. Namun, keberlanjutan program dan perluasan jangkauan masih menjadi tantangan. Oleh karena itu, sangat direkomendasikan sinergi antara Pemuda Bakti Banua, komunitas baca Kota Banjarmasin, dan pemerintah daerah untuk menciptakan ekosistem literasi yang berkelanjutan di Kota Banjarmasin.

**Kata kunci:** Kampanye *Public Relations*, literasi, minat baca, generasi muda, komunitas, Banjarmasin, kesadaran, pemahaman, perubahan sikap, tindakan.

## ABSTRACT

*Noor Mistia Fatimah (2110414320063), Nur Syahyana Alya Rahmah (2110414320088), Refia Azka Nabilla (2110414220031), Syifa Aprilia (2110414320022), 2025. "Disseminating the Existence of Pemuda Bakti Banua in Banjarmasin City Through Public Relations Campaign Movement 'SUNMOREAD: Sunday More Reading'." Supervised by Prof. Dr. Drs. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si. and Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si.*

*This final project report analyzes the implementation of the Public Relations campaign "Sunmoread: Sunday More Reading," which aims to expand the presence of Pemuda Bakti Banua in the city of Banjarmasin. This campaign is designed to raise public awareness—especially among the younger generation—of the importance of reading as a part of daily culture. It does so through four main activities: Sunscribe of Sunmoread, Communimates Partner, Book & Look, and Sunmowrite.*

*To evaluate the campaign's implementation, a Public Relations campaign framework is used, encompassing four key stages: awareness, comprehension, attitude change, and action. The evaluation results show that Sunscribe of Sunmoread successfully built awareness and an online reading community through interactive social media content. Communimates Partner strengthened campaign support through collaboration with various stakeholders. Meanwhile, Book & Look and Sunmowrite, through Offline sessions, effectively enhanced comprehension and promoted attitude changes toward literacy through reading activities, discussions, talk shows, and creative writing.*

*The "Sunmoread: Sunday More Reading" campaign has made significant progress in expanding Pemuda Bakti Banua's public reach and inspiring greater enthusiasm for reading. However, challenges remain in ensuring the program's sustainability and expanding its reach. Therefore, stronger synergy between Pemuda Bakti Banua, Banjarmasin reading communities, and local government is highly recommended to foster a sustainable literacy ecosystem in Banjarmasin.*

**Keywords:** *Public Relations Campaign, literacy, reading interest, young generation, community, Banjarmasin, awareness, comprehension, attitude change, action.*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatu,*

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah, dan inayah-Nya. Berkat kasih sayang dan pertolongan-Nya, kami akhirnya dapat menyelesaikan Proyek Tugas Akhir Kampanye *Public Relations* “**SUNMOREAD: Sunday More Reading**” dengan laporan yang berjudul: “**Menyebarkan Eksistensi Pemuda Bakti Banua di Kota Banjarmasin Melalui Gerakan Kampanye *Public Relations* ‘SUNMOREAD: Sunday More Reading’**”

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat. Penyusunan laporan ini tentunya bukanlah suatu proses yang mudah. Dibutuhkan ketekunan, kesabaran, serta dedikasi yang tinggi dalam menyusun perencanaan konsep, menganalisis, dan merangkai hasilnya ke dalam bentuk proyek serta tulisan. Namun demikian, proses ini menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi kami, karena selain menambah wawasan akademik, juga memperkuat kemampuan berpikir kritis

dan kreatif dalam menyikapi fenomena komunikasi yang terjadi di masyarakat, khususnya dalam praktik *Public Relations* berbasis komunitas.

Dalam perjalanan panjang penyusunan laporan ini, kami menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari dukungan dan kontribusi dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kami ingin menyampaikan berterima kasih kepada:

1. **Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si.**, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat, yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam kelancaran proses pendidikan selama penulis menempuh studi.
2. **Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, atas segala fasilitas dan kebijakan yang mendukung kelancaran proses akademik.
3. **Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si.**, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP ULM, yang telah memberikan arahan, semangat, dan dukungan moral selama masa perkuliahan hingga penyusunan laporan ini.
4. **Prof. Dr. Drs. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si.** dan **Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si.**, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengoreksi, serta memberikan masukan yang konstruktif

selama proses penulisan laporan ini. Bimbingan beliau menjadi pijakan penting dalam mengarahkan fokus penelitian ini.

5. Seluruh **dosen Ilmu Komunikasi FISIP ULM**, yang telah dengan tulus membagikan ilmu, wawasan, dan inspirasi yang sangat berharga selama proses perkuliahan, yang menjadi landasan pemikiran dalam penulisan laporan ini.
6. **Mitra kegiatan, Pemuda Bakti Banua**, yang telah membuka ruang kerja sama dan menjadi subjek penting dalam penelitian ini. Partisipasi aktif mereka dalam program kampanye ‘SUNMOREAD’ menjadi aspek vital dalam kelengkapan data dan pencapaian tujuan kampanye.
7. Berbagai **komunitas literasi** yang turut mendukung dan berkontribusi dalam program kampanye ini, antara lain: Kampung Buku, Read Aloud, Katuju Baca, Literasi Banua, Kawan Baca, Gembel (Gemar Belajar), dan Sekolah Rakyat. Semangat mereka dalam menumbuhkan budaya membaca di tengah masyarakat sangat menginspirasi dan memperkaya konteks penelitian ini.
8. **Pihak sponsor**, baik yang memberikan bantuan dalam bentuk materi maupun nonmateri, yang telah menjadi bagian penting dalam menyukseskan kegiatan kampanye ini.

9. **Teman-teman seperjuangan Angkatan 2021 Ilmu Komunikasi FISIP**

**ULM**, yang telah menjadi sumber semangat, tempat berbagi keluh kesah, dan teman diskusi yang menyenangkan selama masa studi hingga selesainya laporan ini.

10. Apresiasi dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada **tim**

**SUNMOREAD** selaku penggarap utama kampanye ini atas dedikasi, kerja keras, dan semangat kolaboratif yang luar biasa dalam merancang, menjalankan, hingga mengevaluasi setiap rangkaian kegiatan kampanye. Tanpa kontribusi, kreativitas, dan komitmen dari seluruh tim, konsep kampanye ini tidak akan dapat terwujud dengan maksimal. Semoga kerja sama ini menjadi pengalaman yang berharga dan memberi dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan budaya literasi di Kota Banjarmasin.

Dengan segala keterbatasan yang ada, kami menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik, saran, maupun masukan yang membangun sangat kami harapkan sebagai bagian dari proses pembelajaran berkelanjutan. Semoga laporan ini dapat menjadi pijakan awal untuk penelitian lebih lanjut serta mendukung perkembangan ilmu komunikasi ke arah yang lebih progresif, aplikatif, dan berdampak bagi masyarakat luas.

Akhir kata, kami berharap semoga laporan ini tidak hanya menjadi bentuk pemenuhan tugas akademik semata, tetapi juga dapat memberikan kontribusi nyata bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang sedang menempuh proses pembelajaran. Semoga laporan ini dapat menjadi salah satu referensi yang relevan dan bermanfaat bagi mereka yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai peran strategis komunikasi, khususnya dalam ranah *Public Relations* berbasis komunitas, dalam upaya mendorong tumbuhnya kesadaran literasi di masyarakat.

**Banjarmasin, 01 Mei 2025**

Penulis

Noor Mistia Fatimah

Nur Syahyana Alya Rahmah

Syifa Aprilia

Refia Azka Nabilla

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I – PENDAHULUAN</b> .....	2
1.1. Latar Belakang Masalah .....	2
1.2. Tujuan Kegiatan .....	9
1.3. Manfaat Kegiatan .....	10
1.4. Tinjauan Konseptual dan Tinjauan Teoritis .....	12
1.4.1. Komunikasi .....	12
1.4.1.1 Definisi Komunikasi .....	12
1.4.1.2 Proses Komunikasi .....	13
1.4.1.3 Fungsi dan Tujuan Komunikasi .....	15
1.4.2. <i>Public Relations</i> .....	18
1.4.2.1 Definisi <i>Public Relations</i> .....	18
1.4.2.2 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i> .....	19
1.4.2.3 Tujuan dan Fungsi <i>Public Relations</i> .....	20
1.4.2.4 Proses <i>Public Relations</i> .....	21
1.4.3. Kampanye <i>Public Relations</i> .....	23
1.4.3.1 Definisi Kampanye <i>Public Relations</i> .....	23
1.4.3.2 Tujuan dan Fungsi <i>Public Relations</i> .....	24
1.4.3.3 Jenis Kampanye .....	25
1.4.3.4 Teknik Kampanye <i>Public Relations</i> .....	26
1.4.3.5 Tahapan Kampanye <i>Public Relations</i> .....	28
1.4.3.6 Saluran Kampanye <i>Public Relations</i> .....	29
1.4.3.7 Strategi Kampanye <i>Public Relations</i> .....	30
1.4.4. Komunikasi Massa .....	31
1.4.4.1 Pengertian Komunikasi Massa .....	31
1.4.4.2 Komponen-Komponen Komunikasi Massa .....	33
1.4.4.3 Karakteristik Komunikasi Massa .....	36
1.4.4.4 Fungsi Komunikasi Massa .....	38
1.4.5. <i>New Media</i> .....	40
1.4.5.1 Definisi <i>New Media</i> .....	40
1.4.5.2 Karakteristik <i>New Media</i> .....	42

1.4.5.3 Peran <i>New Media</i> dalam Komunikasi Modern .....	44
1.4.5.4 Pengaruh <i>New Media</i> terhadap Masyarakat dan Budaya .....	47
<b>BAB II - TAHAPAN KEGIATAN <i>PROJECT PUBLIC RELATIONS</i> DAN GAMBARAN UMUM MITRA</b> .....	50
2.1. Tahapan <i>Project Public Relations</i> .....	50
2.1.1 Gambaran Program .....	50
2.1.2 Analisis Situasi .....	54
2.1.3 Tujuan .....	55
2.1.4 Kegiatan .....	56
2.1.4.1 <i>Sunscribe of Sunmoread</i> .....	56
2.1.4.1.1 Publik .....	56
2.1.4.1.2 Pesan .....	57
2.1.4.1.3 Strategi .....	61
2.1.4.1.4 Taktik .....	62
2.1.4.1.5 Skala Waktu .....	80
2.1.4.1.6 Sumber Daya .....	80
2.1.4.1.7 <i>Monitoring</i> .....	81
2.1.4.2 <i>Communimates Partner</i> .....	82
2.1.4.2.1 Publik .....	86
2.1.4.2.2 Pesan .....	87
2.1.4.2.3 Strategi .....	88
2.1.4.2.4 Taktik .....	89
2.1.4.2.5 Skala Waktu .....	92
2.1.4.2.6 Sumber Daya .....	94
2.1.4.2.7 <i>Monitoring</i> .....	95
2.1.4.3 <i>Book &amp; Look</i> .....	96
2.1.4.3.1 Publik .....	96
2.1.4.3.2 Pesan .....	97
2.1.4.3.3 Strategi .....	98
2.1.4.3.4 Taktik .....	98
2.1.4.3.5 Skala Waktu .....	99
2.1.4.3.6 Sumber Daya .....	99
2.1.4.3.7 <i>Monitoring</i> .....	100
2.1.4.4 <i>Sunmowrite</i> .....	101
2.1.4.4.1 Publik .....	101
2.1.4.4.2 Pesan .....	102
2.1.4.4.3 Strategi .....	103
2.1.4.4.4 Taktik .....	104
2.1.4.4.5 Skala Waktu .....	105
2.1.4.4.6 Sumber Daya .....	106

2.1.4.4.7 <i>Monitoring</i>	108
2.1.5 Evaluasi	108
2.1.6 <i>Review</i>	109
2.2. Gambaran Umum Mitra	109
<b>BAB III - HASIL KEGIATAN <i>PROJECT PUBLIC RELATIONS</i></b>	114
3.1. Pelaksanaan kegiatan <i>Public Relations</i>	114
3.1.1 <i>Sunscribe of Sunmoread</i>	114
3.1.1.1 Publik	115
3.1.1.2 Pesan	116
3.1.1.3 Strategi	122
3.1.1.4 Taktik	128
3.1.1.5 Skala Waktu	187
3.1.1.6 Sumber Daya	193
3.1.1.7 <i>Monitoring</i>	196
3.1.2 <i>Communitates Partner</i>	216
3.1.2.1 Publik	216
3.1.2.2 Pesan	217
3.1.2.3 Strategi	224
3.1.2.4 Taktik	225
3.1.2.5 Skala Waktu	244
3.1.2.6 Sumber Daya	247
3.1.2.7 <i>Monitoring</i>	249
3.1.3 <i>Book &amp; Look</i>	259
3.1.3.1 Publik	260
3.1.3.2 Pesan	261
3.1.3.3 Strategi	263
3.1.3.4 Taktik	266
3.1.3.5 Skala Waktu	270
3.1.3.6 Sumber Daya	272
3.1.3.7 <i>Monitoring</i>	274
3.1.4 <i>Sunmowrite</i>	278
3.1.4.1 Publik	278
3.1.4.2 Pesan	279
3.1.4.3 Strategi	284
3.1.4.4 Taktik	286
3.1.4.5 Skala Waktu	295
3.1.4.6 Sumber Daya	297
3.1.4.7 <i>Monitoring</i>	298
3.1.5 Evaluasi	302
3.2. Pembahasan	307

3.2.1 Sunmoread Membangun <i>Awareness</i> .....	308
3.2.1.1 <i>Sunscribe of sunmoread</i> .....	308
3.2.1.2 <i>Communitates Partner</i> .....	311
3.2.2 Sunmoread Membangun Pemahaman .....	313
3.2.2.1 <i>Sunscribe of sunmoread</i> .....	313
3.2.2.2 <i>Communitates Partner</i> .....	315
3.2.3 Sunmoread Mempengaruhi Sikap .....	317
3.2.3.1 <i>Book &amp; Look</i> .....	317
3.2.3.2 <i>Sunmowrite</i> .....	319
3.2.4 Sunmoread Mendorong Tindakan .....	320
3.2.4.1 <i>Book &amp; Look</i> .....	320
3.2.4.2 <i>Sunmowrite</i> .....	321
<b>BAB IV - KESIMPULAN</b> .....	323
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	326
<b>LAMPIRAN</b> .....	332

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Sunmoread: <i>Sunday More Reading</i> .....	53
Gambar 2. Profil Akun Instagram @sundaymorereading .....	64
Gambar 3. <i>Color Palette</i> Instagram @sundaymorereading .....	65
Gambar 4. Contoh Fitur <i>Add Yours</i> (1).....	67
Gambar 5. Contoh Fitur <i>Add Yours</i> (2).....	67
Gambar 6. Contoh Fitur <i>Question Box</i> (1).....	68
Gambar 7. Contoh Fitur <i>Re-Post</i> .....	68
Gambar 8. Contoh Fitur <i>Question Box</i> (2) .....	69
Gambar 9. Contoh Konten <i>Reels Entertain</i> .....	69
Gambar 10. Contoh <i>Pilar Inspire</i> (1) .....	70
Gambar 11. Contoh <i>Pilar Inspire</i> (2) .....	70
Gambar 12. Contoh <i>Content Feeds</i> (1).....	71
Gambar 13. Contoh <i>Content Feeds</i> (2) .....	71
Gambar 14. Contoh <i>Content Instagram Story</i> (1) .....	72
Gambar 15. Contoh <i>Content Instagram Story</i> (2) .....	72
Gambar 16. Contoh <i>Pilar Convince</i> (1) .....	73
Gambar 17. Contoh <i>Pilar Convince</i> (2) .....	73
Gambar 18. Contoh <i>Pilar Convince</i> (3) .....	74
Gambar 19. Profil Akun TikTok @sunmoread .....	75
Gambar 20. Contoh <i>Pilar TikTok: Entertain</i> .....	77
Gambar 21. Contoh <i>Pilar TikTok: Inspire</i> .....	78
Gambar 22. Contoh <i>Pilar TikTok: Convince</i> .....	78
Gambar 23. Contoh <i>Pilar TikTok: Educate</i> .....	79
Gambar 24. <i>Paid Media Sunscribe of Sunmoread</i> .....	124
Gambar 25. <i>Earned Media Sunscribe of Sunmoread</i> .....	126
Gambar 26 <i>Shared Media Sunscribe of Sunmoread</i> .....	127
Gambar 27. <i>Owned Media Sunscribe of Sunmoread</i> .....	127
Gambar 28. Akun Instagram @sundaymorereading.....	129
Gambar 29. <i>Content guide</i> Instagram @sundaymorereading .....	130
Gambar 30. <i>Content plan</i> Instagram @sundaymorereading .....	130
Gambar 31. Hasil konten <i>entertain</i> di Instagram <i>Story</i> .....	132
Gambar 32. Hasil konten <i>entertain</i> di Instagram <i>Reels</i> .....	132
Gambar 33. Hasil konten <i>entertain</i> di Instagram <i>Story</i> .....	133
Gambar 34. Hasil konten <i>inspire</i> di Instagram <i>Story</i> .....	136
Gambar 35. Hasil konten <i>inspire</i> di Instagram <i>Story</i> .....	137
Gambar 36. Hasil konten <i>inspire</i> di Instagram <i>Reels</i> .....	137
Gambar 37. Hasil konten <i>educate</i> di Instagram <i>Story</i> .....	137
Gambar 38. Hasil konten <i>educate</i> di Instagram <i>Story</i> .....	138
Gambar 39. Hasil konten <i>educate</i> di Instagram <i>Feeds</i> .....	138
Gambar 40. Hasil konten <i>educate</i> di Instagram <i>Reels</i> .....	139
Gambar 41. Hasil konten <i>convince</i> di Instagram <i>Reels</i> .....	139
Gambar 42. Hasil konten <i>convince</i> di Instagram <i>Story</i> .....	140

Gambar 43. Hasil konten <i>convince</i> di Instagram <i>Story</i> .....	140
Gambar 44. Hasil konten <i>convince</i> di Instagram <i>Story + Feeds</i> .....	141
Gambar 45. Hasil konten <i>convince</i> di Instagram <i>Feeds</i> .....	141
Gambar 46. Tampilan konten di Instagram @sundaymorereading .....	147
Gambar 47. Ajakan Penggunaan <i>Template PR Stunt</i> pada Instagram @sundaymorereading .....	148
Gambar 48. Kolase penggunaan <i>template PR Stunt</i> oleh beberapa akun audiens ....	148
.....	148
Gambar 49. Penggunaan <i>User-Generated Content (UGC) Invitation Strategy</i> ...	150
Gambar 50. Bukti Penggunaan <i>User-Generated Content (UGC) Invitation Strategy</i> .....	150
.....	150
Gambar 51. Kolase perbincangan interaktif di <i>Direct Message</i> Instagram oleh beberapa akun audiens .....	151
Gambar 52. Sunmoread mengenalkan <i>Sunmoread's Streaks</i> kepada audiens....	153
Gambar 53. Audiens Sunmoread mulai interaktif untuk mengikuti <i>Sunmoread's Streaks</i> .....	154
Gambar 54. Audiens Sunmoread mendapatkan <i>reward</i> setelah mengikuti <i>Sunmoread's Streaks</i> .....	155
Gambar 55. Tampilan situs <i>Sunday More Reading</i> .....	156
Gambar 56. Kolaborasi media publikasi bersama LPM INTR-O .....	158
Gambar 57. Kolaborasi media publikasi bersama UKM SSD .....	158
Gambar 58. Kolaborasi media publikasi bersama Banua Litera Fair .....	159
Gambar 59. Kolaborasi media publikasi bersama Radio 103.5 Sun FM .....	159
Gambar 60. Kolaborasi media publikasi bersama Wetland Square .....	160
Gambar 61. Kolaborasi media publikasi bersama TVRI Kalimantan Selatan....	160
Gambar 62. Kolaborasi media publikasi bersama RRI Pro 2 Banjarmasin .....	161
Gambar 63. Kolaborasi media publikasi bersama RRI Pro 4 Banjarmasin .....	161
Gambar 64. Kolaborasi media publikasi bersama Picnic Buddy .....	162
Gambar 65. Kolaborasi media publikasi bersama Gramedia Veteran Banjarmasin dan Semesta Buku .....	162
Gambar 66. Kolaborasi media publikasi bersama Yayasan Hasnur Centre .....	163
Gambar 67. Kolaborasi media publikasi bersama Ladies Podcast dari Kompas TV .....	163
.....	163
Gambar 68. Kolaborasi media publikasi bersama HIMAKOM FISIP ULM ....	164
Gambar 69. Kolaborasi media publikasi bersama 1815 Kopi dan Ketemu Studio....	164
.....	164
Gambar 70. <i>Insights</i> dari <i>After movie Offline session 1.0</i> Sunmoread .....	165
Gambar 71. Kolaborasi unggahan <i>After movie Offline session 2.0</i> Sunmoread bersama beberapa pihak .....	165
Gambar 72. <i>Insights</i> dari <i>After movie Offline session 2.0</i> Sunmoread .....	166
Gambar 73. Kolaborasi unggahan <i>After movie Offline session 3.0</i> Sunmoread bersama beberapa pihak .....	166
Gambar 74. <i>Insights</i> dari <i>After movie Offline session 3.0</i> Sunmoread .....	166
Gambar 75. Kolaborasi unggahan <i>flyer Offline session 1.0</i> Sunmoread bersama beberapa pihak .....	168
Gambar 76. <i>Insights</i> dari unggahan <i>flyer Offline session 1.0</i> Sunmoread .....	168

Gambar 77. Kolaborasi unggahan <i>flyer Offline session 2.0</i> Sunmoread bersama beberapa pihak .....	170
Gambar 78. <i>Insights</i> dari unggahan <i>flyer Offline session 2.0</i> Sunmoread .....	86
Gambar 79. Kolaborasi unggahan <i>flyer Offline session 3.0</i> Sunmoread bersama beberapa pihak .....	171
Gambar 80. <i>Insights</i> dari unggahan <i>flyer Offline session 3.0</i> Sunmoread .....	171
Gambar 81. Beberapa pesan inisiasi organik dari audiens di <i>Direct Message</i> Instagram Sunmoread .....	175
Gambar 82. Profil akun TikTok @sunmoread .....	176
Gambar 83. <i>Content guide</i> TikTok @sunmoread .....	177
Gambar 84. <i>Content plan</i> TikTok @sunmoread .....	177
Gambar 85. Hasil konten <i>entertain</i> di TikTok .....	179
Gambar 86. Hasil konten <i>educate</i> di TikTok .....	181
Gambar 87. Hasil konten <i>inspire</i> di TikTok .....	181
Gambar 88. Hasil konten <i>convince</i> di TikTok .....	181
Gambar 89. Tampilan konten di TikTok @sunmoread .....	183
Gambar 90. Audiens secara sukarela melakukan <i>mention</i> kepada akun TikTok @sunmoread .....	185
Gambar 91. Kolaborasi Publikasi pihak eksternal dengan akun TikTok @sunmoread .....	186
Gambar 92. <i>Engagement</i> TikTok Sunmoread sejak awal kampanye .....	197
Gambar 93. Publikasi teratas di TikTok Sunmoread .....	197
Gambar 94. Pengikut TikTok @sunmoread di bulan September 2024 .....	199
Gambar 95. Pengikut TikTok @sunmoread di bulan Mei 2025 .....	199
Gambar 96. Hasil <i>engagement rate</i> akun Instagram @sundaymorereading pada situs phlanx.com .....	201
Gambar 97. Hasil <i>insights</i> Instagram @sundaymorereading .....	203
Gambar 98. Pengikut Instagram @sundaymorereading di bulan September 2024 .....	204
Gambar 99. Pengikut Instagram @sundaymorereading di bulan Mei 2025 .....	204
Gambar 100. Hasil Kuis <i>Monitoring &amp; Evaluasi Sunmoread</i> .....	205
Gambar 101. Kolase kolaborasi publikasi dengan akun Instagram @mudabanua.id .....	207
Gambar 102. Kolaborasi publikasi dengan akun Instagram komunitas baca (Komunitas Sekolah Rakyat Kalimantan Selatan).....	208
Gambar 103. Kolaborasi publikasi dengan akun Instagram komunitas baca di Banjarmasin (Literasi Banua) .....	208
Gambar 104. Kolaborasi publikasi dengan akun Instagram komunitas baca di Banjarmasin (Read Aloud Kalimantan Selatan) .....	209
Gambar 105. Kolaborasi publikasi dengan akun Instagram komunitas baca di Banjarmasin (Komunitas Gemar Belajar) .....	209
Gambar 106. Kolaborasi publikasi dengan akun Instagram komunitas baca di Banjarmasin (Sekolah Rakyat Kalimantan Selatan) .....	210
Gambar 107. <i>Media partnership</i> dengan Wetland Square berupa konten <i>Feed</i> .....	212
Gambar 108. <i>Media partnership</i> dengan Wetland Square berupa konten <i>Reels</i> .....	212
Gambar 109. <i>Media partnership</i> dengan Presenter TVRI Kalimantan Selatan.....	213

Gambar 110. <i>Highlight “COLLABS” berisikan portofolio media partnership</i> ..	213
Gambar 111. <i>Media partnership</i> dengan Gramedia di TikTok .....	214
Gambar 112. <i>Media partnership</i> dengan Banua Litera Fair 2024 di TikTok .....	214
Gambar 113. Proposal Kegiatan Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	226
Gambar 114. Proposal Kegiatan Sunmoread <i>Offline session 3</i> .....	226
Gambar 115. <i>Pitching</i> Proposal Kerjasama bersama <i>Deputy Diretor</i> Wetland Square .....	227
Gambar 116. Penandatanganan MOU dengan Wetland Square .....	227
Gambar 117. <i>Goodie bag</i> dan <i>Voucher</i> dari Pihak <i>Sponsorship</i> .....	227
Gambar 118. Pembagian <i>Support</i> dari Pihak <i>Sponsorship</i> .....	227
Gambar 119. Penyuluhan Kesehatan dari Pihak <i>Sponsorship</i> .....	227
Gambar 120. Penempatan Logo Sponsor Pada Kegiatan Sunmoread .....	227
Gambar 121. MoU Kerjasama Sunmoread dan Wetland Square (1) .....	228
Gambar 122. MoU Kerjasama Sunmoread dan Wetland Square (2) .....	228
Gambar 123. Data Nomor Surat dan Rincian Surat Keluar .....	228
Gambar 124. Diskusi bersama <i>Founder</i> Komunitas Katuju Baca .....	230
Gambar 125. Penandatanganan Surat Kerjasama Komunitas Read Aloud .....	230
Gambar 126. Grup Diskusi bersama Komunitas Baca “Teman Sunmoread” .....	230
Gambar 127. Peletakan Logo Komunitas Baca pada <i>Flyer</i> Kegiatan Sunmoread .....	230
Gambar 128. MOU Kerja Sama Komunitas Baca Banjarmasin (1) .....	231
Gambar 129. MOU Kerjasama Komunitas Baca Banjarmasin (2) .....	231
Gambar 130. MOU Kerjasama Komunitas Baca di Banjarmasin (3) .....	231
Gambar 131. MOU Kerjasama Komunitas Baca di Banjarmasin (4) .....	231
Gambar 132. Data Nomor Surat dan Rincian Surat Keluar .....	232
Gambar 133. Kolaborasi Sunmoread dengan Global Islamic Boarding School pada Kegiatan Banua Litera Fair 2024 .....	233
Gambar 134. Kolaborasi Sunmoread dengan UKM Sanggar Seni Demokrat pada kegiatan Berisik X .....	233
Gambar 135. Kolaborasi Sunmoread dengan Gramedia Veteran Banjarmasin pada Kegiatan Semesta Buku .....	233
Gambar 136. Data Nomor dan Rincian Surat Keluar .....	233
Gambar 137. <i>E-Flyer</i> Siaran di RRI Pro 2 Banjarmasin .....	235
Gambar 138. <i>E-Flyer</i> Ladies Podcast dari Kompas TV .....	235
Gambar 139. <i>E-Flyer</i> Siaran di SUN FM .....	235
Gambar 140. <i>E-Flyer</i> Siaran Bersama Suara Kampus .....	235
Gambar 141. <i>E-Flyer</i> Program Ngopi TVRI Kalimantan Selatan .....	236
Gambar 142. <i>E-Flyer</i> Siaran RRI Pro 4 .....	236
Gambar 143. Informasi Grup Diskusi “ <i>SunMates of Sunmoread</i> ” .....	237
Gambar 144. Dokumentasi <i>X-Banner</i> Informasi Kegiatan Sunmoread .....	237
Gambar 145. <i>Gform</i> Perekrutan Peserta Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	239
Gambar 146. <i>Gform</i> Perekrutan Peserta Sunmoread X Gramedia <i>On Semesta Buku Offline session 2</i> .....	239
Gambar 147. <i>Gform</i> Perekrutan Peserta Sunmoread <i>Offline session 3</i> Wonderead .....	239
Gambar 148. Penyebaran <i>Link Gform Feedback</i> Sunmoread <i>Offline Session 1</i> ..	241

Gambar 149. Pengumuman Pemenang <i>Giveaway</i> Pengisi <i>Feedback Offline Session 1</i> .....	241
Gambar 150. Penyebaran <i>Link Gform Feedback</i> Sunmoread X Gramedia at Semesta Buku <i>Offline Session 2</i> .....	241
Gambar 151. Penyebaran <i>Link Gform Feedback</i> Sunmoread <i>Offline Session 3 Wonderead</i> .....	242
Gambar 152. Penyebaran <i>Link Gform Monitoring</i> dan Evaluasi kepada Komunitas Baca Banjarmasin .....	242
Gambar 153. Dokumentasi <i>Book &amp; Look</i> selama <i>Offline session</i> Sunmoread ..	264
Gambar 154. <i>Flyer</i> berisikan informasi <i>Book &amp; Look</i> .....	265
Gambar 155. <i>Sharing and Discuss</i> dalam <i>Book &amp; Look</i> .....	267
Gambar 156. Sesi Diskusi <i>Book &amp; Look</i> .....	268
Gambar 157. <i>Corner Reading</i> dalam <i>Book &amp; Look</i> .....	269
Gambar 158. Diskusi dan pertukaran informasi di grup <i>SunMates of Sunmoread</i> .....	275
Gambar 159. Distribusi Jejak Sunmoread ke Komunitas Baca .....	289
Gambar 160. Distribusi Jejak Sunmoread ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kalimantan Selatan .....	290
Gambar 161. Distribusi Jejak Sunmoread ke Perpustakaan Universitas Lambung Mangkurat (ULM) .....	290
Gambar 162. Buku Cetak Jejak Sunmoread .....	291
Gambar 163. <i>E-Book</i> Jejak Sunmoread .....	291
Gambar 164. <i>Give Away</i> Jejak Sunmoread .....	292
Gambar 165. Kumpulan testimoni antusiasme para peserta Sunmoread .....	304
Gambar 166. Pesan WhatsApp dari perwakilan RRI Pro 4 Banjarmasin saat ditanya alasan mengundang Sunmoread .....	305
Gambar 167. Data Positif dari Responden Kuisisioner <i>G-form Monitoring &amp; Evaluasi</i> Sunmoread .....	306

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Content pillar</i> of Instagram @sundaymorereading .....	67
Tabel 2. <i>Content pillar</i> of TikTok @sunmoread .....	76
Tabel 3. Sumber Daya Operasional <i>Sunscribe of sunmoread</i> .....	81
Tabel 4. Skala Waktu <i>Communitates Partner</i> .....	92
Tabel 5. Sumber Daya Operasional <i>Communitates Partner</i> .....	95
Tabel 6. Waktu Pelaksanaan <i>Book &amp; Look</i> .....	99
Tabel 7. Sumber Daya Perlengkapan <i>Book &amp; Look</i> .....	100
Tabel 8. Sumber Daya Operasional <i>Book &amp; Look</i> .....	100
Tabel 9. Skala Waktu <i>Sunmowrite</i> .....	105
Tabel 10. Sumber Daya Perlengkapan <i>Sunmowrite</i> .....	107
Tabel 11. Sumber Daya Perlengkapan <i>Sunmowrite</i> .....	107
Tabel 12. Waktu publikasi oleh <i>Sunscribe of sunmoread</i> .....	119
Tabel 13. Konten Terpublikasi di Instagram @sundaymorereading .....	132
Tabel 14. Konten Terpublikasi di TikTok @sunmoread .....	179
Tabel 15. Realisasi skala waktu <i>Sunscribe of sunmoread</i> selama kampanye di Instagram .....	188
Tabel 16. Realisasi skala waktu <i>Sunscribe of sunmoread</i> selama kampanye di TikTok .....	191
Tabel 17. Pengeluaran biaya untuk <i>Sunscribe of sunmoread</i> .....	195
Tabel 18. Perlengkapan yang digunakan dalam <i>Sunscribe of sunmoread</i> .....	195
Tabel 19. Jumlah kehadiran peserta pada setiap <i>Offline session</i> .....	239
Tabel 20. Tampilan <i>Google form</i> Registrasi <i>Offline session</i> .....	239
Tabel 21. Indikator Pertanyaan Evaluasi <i>Communitates Partner</i> .....	242
Tabel 22. Skala Waktu <i>Communitates Partner</i> .....	244
Tabel 23. Sumber Daya Operasional <i>Communitates Partner</i> .....	248
Tabel 24. Isi <i>Form Feedback</i> dan Evaluasi Sunmoread <i>Offline Session 1</i> .....	251
Tabel 25. Isi <i>Form Feedback</i> dan Evaluasi Sunmoread <i>Offline Session 2</i> .....	254
Tabel 25. Isi <i>Form Feedback</i> dan Evaluasi Sunmoread <i>Offline Session 3</i> .....	256
Tabel 26. Skala Waktu <i>Book &amp; Look</i> .....	270
Tabel 27. Sumber Daya Perlengkapan <i>Book &amp; Look</i> .....	272
Tabel 28. Sumber Daya Operasional <i>Book &amp; Look</i> .....	273
Tabel 29. Jumlah peserta <i>Book &amp; Look</i> Sunmoread .....	274
Tabel 30. Indikator Pertanyaan Evaluasi <i>Sunmowrite</i> .....	293
Tabel 31. Skala Waktu <i>Sunmowrite</i> .....	296
Tabel 32. Sumber daya operasional <i>Sunmowrite</i> .....	297
Tabel 33. Sumber daya perlengkapan <i>Sunmowrite</i> .....	297

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Flyer</i> pada <i>event</i> Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	332
Lampiran 2. <i>Flyer</i> Kolaborasi Sunmoread dengan Global Islamic School pada <i>Event</i> Banua Litera Fair 2024 .....	332
Lampiran 3. <i>Flyer</i> Kolaborasi Sunmoread dengan Gramedia Veteran Banjarmasin .....	332
Lampiran 4. <i>Flyer</i> Kolaborasi Sunmoread dengan UKM Sanggar Seni Demokrat .....	332
Lampiran 5. Dokumentasi Penandatanganan Kontrak Kerjasama dengan Koordinator Pemuda Bakti Banua .....	333
Lampiran 6. Dokumentasi Diskusi bersama <i>Founder</i> Katuju Baca .....	333
Lampiran 7. Dokumentasi <i>Pitching</i> Proposal Kerjasama bersama Deputy Director Wetland Square .....	333
Lampiran 8. Dokumentasi Penandatanganan MOU dengan Wetland Square ...	333
Lampiran 9. Dokumentasi Penandatanganan MOU Kerjasama Gramedia Veteran Banjarmasin .....	334
Lampiran 10. Dokumentasi Penandatanganan MOU bersama IM3 Banjarmasin .....	334
Lampiran 11. Dokumentasi Penandatanganan MOU dan Penerimaan <i>Support</i> dari PT Tribhakti Inspektama .....	334
Lampiran 12. Dokumentasi <i>X-Banner</i> Sunmoread di Gramedia Veteran Banjarmasin .....	334
Lampiran 13. Gambar Siaran di RRI Pro 2 Bersama Organisasi Suara Kampus .....	335
Lampiran 14. Gambar <i>Goodie bag</i> dan <i>Voucher</i> dari Sponsor di <i>event</i> Sunmoread <i>Offline</i> .....	335
Lampiran 15. Gambar Pengambilan <i>Support</i> dari 3Second .....	335
Lampiran 16. Dokumentasi Pembagian <i>Support</i> dari Sponsor di <i>event</i> Sunmoread <i>Offline session 3</i> WONDEREAD .....	335
Lampiran 17. Registrasi Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	336
Lampiran 18. Data Peserta Registrasi Ulang Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	336
Lampiran 19. Data Peserta Registrasi Ulang Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	336
Lampiran 20. Data Peserta Registrasi Ulang Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	336
Lampiran 21. Data Peserta Registrasi Ulang Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	337
Lampiran 22. Data Peserta Registrasi Ulang Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	337
Lampiran 23. Data Peserta Registrasi Ulang Sunmoread <i>Offline session 1</i> ....	337
Lampiran 24. Daftar Hadir Peserta <i>Offline session 2</i> Sunmoread X Gramedia...337	
Lampiran 25. Daftar Hadir Peserta <i>Offline session 2</i> Sunmoread X Gramedia...338	
Lampiran 26. Daftar Hadir Peserta <i>Offline session 2</i> Sunmoread X Gramedia...338	
Lampiran 27. Daftar Hadir Peserta <i>Offline session 2</i> Sunmoread X Gramedia...338	
Lampiran 28. Daftar Hadir Peserta <i>Offline session 3</i> Wonderead .....	338
Lampiran 29. <i>Draft</i> desain konten Sunmoread melalui Canva .....	338
Lampiran 30. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: <i>Add Yours</i> .....	338

Lampiran 31. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: <i>Collabs</i> .....	339
Lampiran 32. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: <i>For Your Info</i> .....	339
Lampiran 33. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: Group WA .....	339
Lampiran 34. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: Jejak Sunmoread .....	339
Lampiran 35. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: Muda Banua .....	340
Lampiran 36. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: <i>Offline session 1</i> .....	340
Lampiran 37. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: <i>Offline session 2</i> .....	340
Lampiran 38. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: <i>Offline session 3</i> .....	340
Lampiran 39. <i>Highlight</i> Instagram Sunmoread: <i>Recommendations</i> .....	341
Lampiran 40. Salah satu konten <i>Feeds</i> Instagram Sunmoread .....	341
Lampiran 41. Salah satu konten <i>Reels</i> Instagram Sunmoread .....	341
Lampiran 42. Salah satu konten <i>Story</i> Instagram Sunmoread .....	341
Lampiran 43. Salah satu konten TikTok Sunmoread .....	342
Lampiran 44. <i>Tagged Post</i> dari Instagram Sunmoread .....	342
Lampiran 45. Sunmoread <i>Website/Landing Page</i> .....	343
Lampiran 46. Proposal Kreatif Sunmoread <i>Offline session 3</i> Untuk Pihak Sponsor .....	343
Lampiran 47. Sertifikat Pengisi Acara Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	343
Lampiran 48. Sertifikat Pengisi Acara Sunmoread <i>Offline session 2</i> .....	343
Lampiran 49. Sertifikat Pengisi Acara Sunmoread <i>Offline session 3</i> .....	344
Lampiran 50. <i>Rundown</i> Sunmoread <i>Offline session 3</i> .....	344
Lampiran 51. <i>Rundown</i> Sunmoread <i>Offline session 2</i> .....	344
Lampiran 52. <i>Rundown</i> Sunmoread <i>Offline session 1</i> .....	344
Lampiran 53. Desain <i>X-Banner</i> Sunmoread .....	345
Lampiran 54. Desain <i>X-Banner</i> Sunmoread .....	345
Lampiran 55. Dokumentasi <i>Offline session 1</i> Sunmoread .....	345
Lampiran 56. Dokumentasi <i>Offline session 1</i> Sunmoread .....	345
Lampiran 57. Dokumentasi <i>Offline session 1</i> Sunmoread .....	346
Lampiran 58. Dokumentasi <i>Offline session 1</i> Sunmoread .....	346
Lampiran 59. Dokumentasi <i>Offline session 2</i> Sunmoread .....	346
Lampiran 60. Dokumentasi <i>Offline session 2</i> Sunmoread .....	346
Lampiran 61. Dokumentasi <i>Offline session 2</i> Sunmoread .....	347
Lampiran 62. Dokumentasi <i>Offline session 2</i> Sunmoread .....	347
Lampiran 63. Dokumentasi <i>Offline session 3</i> Sunmoread .....	347
Lampiran 64. Dokumentasi <i>Offline session 3</i> Sunmoread .....	347
Lampiran 65. Dokumentasi <i>Offline session 3</i> Sunmoread .....	347
Lampiran 66. Dokumentasi <i>Offline session 3</i> Sunmoread .....	347

