

PROJECT PUBLIC RELATIONS

**LUMINARIA NUSANTARA : MERAYAKAN KEBUDAYAAN
MELALUI TARI**

PROGRAM KEGIATAN : *CAMPAIGN SOCIAL MEDIA*



Oleh:

Ni Nyoman Saraswati

(2110414320050)

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
KOTA BANJARMASIN, KALIMANTAN SELATAN**

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LUMINARIA NUSANTARA : MERAYAKAN KEBUDAYAAN MELALUI TARI
PROGRAM KEGIATAN : *CAMPAIGN SOCIAL MEDIA*

- A. Nama Mahasiswa : Ni Nyoman Saraswati
NIM : 2110414320050
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai **80.07 (A)** dalam ujian mempertahankan tugas akhir tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 22 Oktober 2025.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Astinana Yulianti, S.S., M.IKOM
NIP. 198907302019032018
 - b. Sekretaris
Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si
NIP. 199506252022031008
 - c. Anggota
Dr. Yuanita Setyastuti, M.SI
NIP. 198208212006042002

()
()
()

Banjarmasin, 28 Januari 2026
Ketua Tim Penguji,



Astinana Yulianti, S.S., M.IKOM
NIP. 198907302019032018



Mengetahui,
Dekan FISIP ULM

Dr. Bambang Wahsyah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001

ABSTRAK

Ni Nyoman Saraswati (2110414320050), “PROJECT PUBLIC RELATIONS LUMINARIA NUSANTARA : MERAYAKAN KEBUDAYAAN MELALUI TARI PROGRAM KEGIATAN : CAMPAIGN SOCIAL MEDIA”. Dibawah bimbingan Ibu Astinana Yulianti.

Tujuan (*goals*) *campaign social media* adalah **Membangun dan Memperkuat *Brand Image*** serta **Menyebarkan Publikasi Event Kebudayaan Luminaria Nusantara**. Potensi berkembangnya budaya asing dapat membawa pengaruh negatif bagi eksistensi tari tradisional Indonesia. Oleh karena itu, untuk menjaga warisan budaya khususnya tari-tarian Nusantara, diselenggarakanlah se-rangkaian *event* kebudayaan dengan tema “Luminaria Nusantara: Merayakan Kebudayaan Melalui Tari”.

Alur program kegiatan *Campaign Social Media* dimulai dari **pra-event** yaitu menetapkan taktik media, taktik pesan, *contentpillar* serta *timeline* kegiatan. Tahap **event** yaitu memulai pelaksanaan *campaign* untuk keseluruhan program kegiatan Luminaria Nusantara dengan *platform* sosial media Instagram @luminarianusantara sesuai dengan pilar konten yang sudah ditetapkan. Tahap **pasca-event** yaitu mengevaluasi keberhasilan *campaign* menggunakan rekap dasbor professional Instagram, analisis Brand24 untuk analisis jangkauan hastag #merayakankebudayaanmelaluitari dan Slice.id untuk melihat *engagement rate* yang dihasilkan selama masa *campaign*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *campaign social media* mengalami peningkatan *engagement rate*, jumlah pengikut baru, serta interaksi positif dari audiens target. Hal ini menjadi indikator bahwa *campaign social media* Luminaria Nusantara tidak hanya berhasil dalam aspek *brand awareness*, tetapi juga berhasil dalam membangun kanal digital yang peduli terhadap pelestarian tari nusantara. Capaian ini menjadi indikator positif bahwa *campaign social media* mampu membangun koneksi yang lebih luas dengan masyarakat. Selain itu, dapat membuka peluang kolaborasi lebih lanjut dengan komunitas budaya, institusi pendidikan dan pemerintahan di masa mendatang.

Kata kunci: Luminaria, *campaign*, PR, tari, kebudayaan, *awareness*.

ABSTRACT

Ni Nyoman Saraswati (2110414320050) “PUBLIC RELATIONS PROJECT LUMINARIA NUSANTARA: CELEBRATING CULTURE THROUGH DANCE PROGRAM ACTIVITY : SOCIAL MEDIA CAMPAIGN” Supervised by Ms. Astinana Yulianti.

The goal of the social media campaign is to build and strengthen the brand image while disseminating publicity for the cultural event Luminaria Nusantara. The growing influence of foreign cultures may pose a threat to the existence of traditional Indonesian dance. Therefore, to preserve cultural heritage especially the archipelago’s traditional dances a series of cultural events was organized under the theme “Luminaria Nusantara: Celebrating Culture Through Dance.”

*The campaign’s activity flow consists of three stages **Pre-event stage**; Establishing media tactics, messaging strategies, content pillars, and the campaign timeline. **Event stage**; Executing the campaign across the entire Luminaria Nusantara program via the Instagram platform @luminarianusantara, aligned with the predetermined content pillars. **Post-event stage**; Evaluating the campaign’s success using Instagram’s professional dashboard recap, Brand24 for hashtag reach analysis (#merayakankebudayaanmelaluitari), and Slice.id to assess the engagement rate generated during the campaign period.*

The analysis results indicate that the social media campaign achieved increased engagement rates, gained new followers, and received positive interactions from the target audience. These outcomes signify that the Luminaria Nusantara social media campaign succeeded not only in enhancing brand awareness but also in establishing a digital channel committed to preserving traditional Indonesian dance. This achievement reflects the campaign’s potential to foster broader connections with the public and opens opportunities for future collaborations with cultural communities, educational institutions, and government bodies.

Keywords: *Luminaria, campaign, PR, dance, culture, awareness.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan ridha-Nya sehingga Proyek Tugas Akhir berjudul “Project Public Relations Luminaria Nusantara: Merayakan Kebudayaan Melalui Tari; Program Kegiatan: Campaign Social Media” dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat. Selain sebagai pemenuhan kewajiban akademik, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan seni pertunjukan, pendidikan budaya, serta strategi pelibatan generasi muda dalam pelestarian warisan bangsa.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si., selaku Rektor ULM.
2. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si., selaku Dekan FISIP ULM.
3. Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si., selaku Koordinator Prodi Ilmu Komunikasi FISIP ULM.
4. Bambang Dwi Waluyo, S.I.P., M.Si., dan Astinana Yuliarti, S.S., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP ULM.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar atas doa dan dukungan.
7. Mitra kerja Luminaria Nusantara, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalimantan Selatan.
8. Rekan mahasiswa, peserta, panitia, serta semua pihak yang terlibat dalam kegiatan.

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga karya ini bermanfaat sebagai bahan evaluasi kegiatan seni budaya dan inspirasi bagi program serupa yang berkelanjutan.

Banjarmasin, 26 Oktober 2025

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rencana Strategi Komunikasi	6
1.2.1 Tahap Pertama: <i>Project</i> Formatif.....	8
1.2.2 Tahap Kedua: Strategi.....	20
1.2.3 Tahap Ketiga: Taktik	40
1.2.4 Tahap Keempat: Evaluasi	43
1.3 Manfaat Kegiatan	50
1.4 <i>Key Message</i>	51
1.5 <i>PR Stunt</i>	52
1.6 Tinjauan Konseptual dan Tinjauan Teoritis.....	53
1.6.1 Tinjauan Konseptual	53
1.6.2 Tinjauan Teoritis	55
BAB II	65
ALUR KEGIATAN <i>PROJECT PUBLIC RELATIONS</i>	65
GAMBARAN UMUM MITRA	65
2.1 <i>Pra-Event</i>	65
2.1.1 <i>Talkshow</i> Kebudayaan (PIC: Mutia).....	65
2.1.2 Pelatihan Tari Japin Kuala (PIC: Ariane Sinta Nakalelu H.A.G)	70
2.1.3 <i>Campaign Social Media</i> (PIC: Ni Nyoman Saraswati).....	75
2.1.4 Lomba Tari Kreasi Nusantara (PIC: Cintadinda Kajoltriana).....	90
2.2 <i>Event</i>	101
2.2.1 <i>Talkshow</i> Kebudayaan	101
2.2.2 Pelatihan Tari Japin Kuala	104

2.2.3 Lomba Tari Kreasi Nusantara	105
2.3 <i>Pasca-Event</i>	107
2.3.1 <i>Talkshow</i> Kebudayaan	107
2.3.2 Pelatihan Tari Japin Kuala	110
2.3.3 <i>Campaign Social Media</i>	114
2.3.4 Lomba Tari Kreasi Nusantara	117
2.4 Gambaran Umum Mitra	119
2.4.1 Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Kalsel.....	119
2.4.2 Kontribusi Mitra Kerja.....	120
BAB III.....	122
HASIL KEGIATAN PROJECT PUBLIC RELATION	122
<i>CAMPAIGN SOCIAL MEDIA</i>.....	122
3.1 Analisis Situasi Luminaria Nusantara	123
3.2 Analisis Organisasi Luminaria Nusantara.....	126
3.3 Analisis Publik (Target Audiens) <i>Campaign Social Media</i>	127
3.4 Tujuan dan Sasaran Proyek Komunikasi	128
3.5 Pelaksanaan Kegiatan <i>Public Relation</i>	132
3.5.1 Konsep <i>Campaign Social Media</i>	132
3.5.2 Taktik Media Strategi Komunikasi	135
3.5.3 Taktik Pesan Strategi Komunikasi	152
3.6 Pembahasan.....	194
3.6.1 Dasbor Profesional Instagram @luminarianusantara.....	194
3.6.2 Brand24	207
3.6.3 Slice.id.....	217
3.6.4 Indikator Keberhasilan <i>Campaign Social Media</i>	220
3.7 <i>Media Partner</i>	225
3.8 Laporan Anggaran Biaya	228
3.8.1 Anggaran Pengeluaran Biaya <i>Campaign Social Media</i>	228
3.8.2 Anggaran Pengeluaran Biaya Keseluruhan Program Luminaria Nusantara.....	228
3.8.3 Anggaran Pemasukan Biaya Keseluruhan Program Luminaria Nusantara 230	
3.8.4 Keuntungan Program Luminaria Nusantara.....	230

BAB IV	231
KESIMPULAN.....	231
LAMPIRAN.....	233
DAFTAR PUSTAKA	235

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Four phases of strategic planning (Ronald D. Smith, 2017)	7
Gambar 1. 2 PESO Framework (Asia Pacific Public Relations Journal, 2021) ..	41
Gambar 1. 3 The Meaning Making Model (Park, 2013).....	55
Gambar 2. 1 Color palette campaign Luminaria Nusantara.....	81
Gambar 2. 2 Official Instagram Luminaria Nusantara.....	81
Gambar 2. 3 Logo Luminaria Nusantara.....	82
Gambar 2. 4 Desain Konten Luminaria Nusantara	87
Gambar 2. 5 Desain Konten Luminaria Nusantara	87
Gambar 2. 7 Desain Konten Luminaria Nusantara	87
Gambar 2. 6 Desain Konten Luminaria Nusantara	87
Gambar 2. 9 Desain Konten Luminaria Nusantara	88
Gambar 2. 8 Desain Konten Luminaria Nusantara	88
Gambar 2. 10 Desain Konten Luminaria Nusantara	89
Gambar 3. 1 Artikel hard news lenterakalimantan.com (03,13,28 Agustus 2025)	136
Gambar 3. 2 Unggahan reels pada portal berita instagram @lenterakalimantancom (04,18,28 Agustus 2025)	137
Gambar 3. 3 Liputan tim panitia oleh Prima Banua TV Banjarmasin	139
Gambar 3. 4 Liputan berita Prima Banua TV Banjarmasin (30/08/2025)	139
Gambar 3. 5 Berita Digital kalimantanpost.com (11 September 2025).....	140
Gambar 3. 6 Unggahan Berita Instagram @kalimantanpost_ (10 September 2025)	140
Gambar 3. 7 Repost konten Luminaria Nusantara pada instagram @eventkalsel	141
Gambar 3. 8 Unggahan @eventbanjarmasin flyer talkshow luminaria nusantara	142
Gambar 3. 9 Unggahan @fotokalteng flyer pelatihan tari Japin Kuala	143
Gambar 3. 10 Kolaborasi konten @luminarianusantara	144
Gambar 3. 11 Kolaborasi konten flyer bintang tamu Luminaria Nusantara	145
Gambar 3. 12 Kolaborasi konten @luminarianusantara dengan @eventkalsel.	146
Gambar 3. 13 Kolaborasi konten bersama @eventborneo.....	147
Gambar 3. 14 Kolaborasi konten aftermovie Talkshow Luminaria Nusantara .	148
Gambar 3. 15 Profil Instagram @luminarianusantara	150
Gambar 3. 16 Live Event Sharing @luminarianusantara	151

Gambar 3. 17	Repost Mention @luminarianusantara.....	152
Gambar 3. 18	Official Instagram Luminaria Nusantara.....	153
Gambar 3. 19	Official Instagram Luminaria Nusantara.....	154
Gambar 3. 20	Color palette campaign Luminaria Nusantara.....	155
Gambar 3. 21	Color palette campaign Luminaria Nusantara.....	156
Gambar 3. 22	Desain Logo Campaign Social Media.....	157
Gambar 3. 23	Logo Luminaria Nusantara.....	157
Gambar 3. 24	Element of Caption @luminarianusantara	160
Gambar 3. 25	Key Message Luminaria Nusantara	185
Gambar 3. 26	Maskot PR Stunt Minari.....	188
Gambar 3. 27	Maskot PR Stunt Minara	188
Gambar 3. 28	Unggahan Instagram Maskot Minara Minari	190
Gambar 3. 29	Unggahan Instagram Maskot Minara Minari	190
Gambar 3. 30	PR Stunt Photo Booth	191
Gambar 3. 31	Dokumentasi Photobooth	191
Gambar 3. 32	Fitur Instagram Add yours	193
Gambar 3. 33	Aktivitas profil @luminarianusantara	195
Gambar 3. 34	Insight konten populer @luminarianusantara	195
Gambar 3. 35	Insight tayangan @luminarianusantara	195
Gambar 3. 36	Demografis pemirsa @luminarianusantara	197
Gambar 3. 37	Insight interaksi @luminarianusantara.....	198
Gambar 3. 38	Jumlah interaksi konten @luminarianusantara	199
Gambar 3. 39	Insight pengikut baru @luminarianusantara	200
Gambar 3. 40	Demografis pengikut @luminarianusantara.....	201
Gambar 3. 41	Rekap Dasbor Profesional @luminarianusantara bulan Juni 2025	203
Gambar 3. 42	Rekap Dasbor Profesional @luminarianusantara bulan Juli 2025	204
Gambar 3. 43	Rekap Dasbor Profesional @luminarianusantara bulan Agustus 2025	205
Gambar 3. 44	Ringkasan Grafik Penyebutan	208
Gambar 3. 45	Grafik Jangkauan Media	209
Gambar 3. 46	Ringkasan Sebutan dan Numerik	210
Gambar 3. 47	Ringkasan Sebutan Populer.....	212
Gambar 3. 48	Ringkasan Profil Publik Aktif dan Teratas	213
Gambar 3. 49	Ringkasan Situs Aktif dan Berpengaruh	214
Gambar 3. 50	Ringkasan Trend Tagar	215
Gambar 3. 51	Engagement Rate Slice.id	217
Gambar 3. 52	Ringkasan Dashboard Slice.id.....	219
Gambar 3. 53	Slideshow proyektor.....	226
Gambar 3. 54	Slideshow videotron.....	226
Gambar 3. 56	Unggahan flyer event	227

Gambar 3. 55 Credit video aftermovie.....	227
Gambar 3. 57 Xbanner media partner	227

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis SWOT Event Luminaria Nusantara	13
Tabel 1. 2 Target Audiens Event Luminaria Nusantara.....	19
Tabel 2. 1 Contentpillar Luminaria Nusantara.....	83
Tabel 2. 2 Timeline Publikasi Konten Sosial Media Luminaria Nusantara.....	85
Tabel 2. 3 Susunan Acara Talkshow Kebudayaan.....	102
Tabel 2. 4 Tabel Indikator Evaluasi Talkshow Kebudayaan	109
Tabel 2. 5 Tabel Pertanyaan Google Forms.....	110
Tabel 2. 6 Kuesioner Survei Pelatihan Tari Japin Kuala	111
Tabel 3. 1 Target Audiens Campaign Social Media	128
Tabel 3. 2 Kolaborasi Konten @luminarianusantara dengan @komunikasiulm	149
Tabel 3. 3 Element of Caption	160
Tabel 3. 4 Contentpillar Luminaria Nusantara.....	161
Tabel 3. 5 Indikator Keberhasilan Membangun dan Memperkuat Brand Image	220
Tabel 3. 6 Indikator Keberhasilan Menyebarkan Publikasi Event Kebudayaan	223
Tabel 3. 7 Anggaran Pengeluaran Campaign Social Media	228
Tabel 3. 8 Anggaran Pengeluaran Keseluruhan.....	228
Tabel 3. 9 Anggaran Pemasukan Keseluruhan	230
Tabel 3. 10 Surplus Luminaria Nusantara.....	230

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Penawaran Mitra Kerja Disdikbud Kalsel (14/05/2025)	233
Lampiran 2. Highlight Instagram @luminarianusantara: Pelatihan Tari.....	233
Lampiran 3. Highlight Instagram @luminarianusantara: Lomba Tari	233
Lampiran 4. Highlight Instagram @luminarianusantara: Talkshow.....	233
Lampiran 5. Profil Reels Instagram @luminarianusantara.....	234
Lampiran 6. Profil Tag Instagram @luminarianusantara.....	234
Lampiran 7. Profil Feeds Instagram @luminarianusantara	234
Lampiran 8. Ucapan Terimakasih pada Sponsor	234
Lampiran 9. Ucapan Terimakasih pada Media Partner.....	234
Lampiran 10. Ucapan Terimakasih pada Mitra Kerja.....	234
Lampiran 11. Foto Bersama Puncak Acara Luminaria Nusantara dengan PR Stunt (24/08/2025).....	234