

LAPORAN *PROJECT* TUGAS AKHIR

**MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT KOTA
BANJARMASIN DALAM MENANGGULANGI KEKERASAN ANAK
MELALUI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* “BERSUA ASA”
PROGRAM JELAJAHI NIRWANA BERSAMA DPPPA KOTA
BANJARMASIN**

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



Oleh:

FITHRI MUTIYA RAHMAH

NIM. 2110414320056

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANJARMASIN**

2025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT KOTA BANJARMASIN DALAM
MENANGGULANGI KEKERASAN ANAK MELALUI KAMPANYE *PUBLIC
RELATIONS* "BERSUA ASA" PROGRAM JELAJAHI NIRWANA BERSAMA
DPPA KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Fithri Mutiya Rahmah
B. NIM : 2110414320056
C. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 79.47 (A-) dalam ujian
mempertahankan Tugas Akhir Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 27, Oktober 2025.

D. Tim Penguji:


a. Ketua

Astinana Yulianti, S.S., M.I.Kom.
NIP. 198907302019032018


(.....)

b. Sekretaris

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si.
NIP. 198208212006042002


(.....)

c. Anggota

Dr. Novaria Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198611302008122002

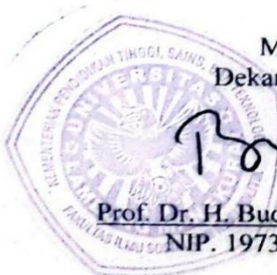

(.....)

Banjarmasin, 27 November 2025
Ketua Pembimbing



Astinana Yulianti, S.S., M.I.Kom.
NIP. 198907302019032018

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan Tugas Akhir *Public Relations* ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Banjarmasin, 27 November 2025



Fithri Mutiya Rahmah

NIM. 2110414320056

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan ridho dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan *project* tugas akhir ini. Laporan *project* tugas akhir kampanye *Public Relations* ini berjudul “Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kota Banjarmasin dalam Menanggulangi Kekerasan Anak Melalui Kampanye *Public Relations* “Bersua Asa” Program Jelajahi Nirwana Bersama DPPP Kota Banjarmasin”. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi. Dalam proses penyusunannya, penulis telah banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang berkontribusi secara akademik, teknis, maupun moral. Oleh karena itu, penulis dengan hormat dan ketulusan menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lambung Mangkurat, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Penguji penulis.
4. Ibu Astinana Yuliarti S.S., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis.
5. Ibu Dr. Novaria Maulina, S.I.Kom.,M.I.Kom. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan, saran dan kritik membangun kepada penulis demi menjadikan *project* tugas akhir kampanye PR ini dapat menjadi lebih baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan dan pengalaman sehingga penulis dapat melaksanakan *project* kampanye PR dan menyelesaikan laporan ini.
7. Mba Firda selaku staf Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP ULM serta seluruh staf FISIP ULM yang telah membantu dan memberikan arahan dalam aspek administrasi *project* tugas akhir kampanye PR hingga pada tahap laporan ini.
8. Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DPPP) Kota Banjarmasin beserta Kepala Bidang hingga seluruh Staf Bidang dan jajaran selaku

mitra kerjasama yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran dalam mendukung terlaksananya *project* kampanye PR ini dari awal hingga akhir.

9. Unit Pelaksana Teknis Daerah Perlindungan Perempuan dan Anak (UPTD PPA) Kota Banjarmasin beserta staf dan jajaran yang telah berkontribusi dalam memberikan arahan dan penunjang kebutuhan informasi pada *project* tugas akhir kampanye PR ini.
10. Komunitas Kita Korban Bullying dan Forum Anak Banjarmasin atas kontribusinya dengan turut berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan kampanye PR Bersua Asa.
11. SMPN 30 Banjarmasin beserta Staf Pendidik dan Jajaran atas kepercayaannya dalam memberikan kesempatan dan menunjang fasilitas sarana pra sarana kegiatan kampanye PR.
12. Wardah Beauty Banjarmasin, Belibuah, Fun Fun Ice Cream & Beverage, dan Istana Print yang telah menjalin hubungan *sponsorship* dan *support* dalam mendukung terlaksananya *project* tugas akhir kampanye PR.
13. Lentera Kalimantan dan Infobanjar.id selaku *media partner* yang telah membantu publisitas *projet* tugas akhir kampanye PR.
14. Rekan-rekan Mahasiswa/I Ilmu Komunikasi FISIP ULM 2021 dan 2020 yang telah mendukung dan menjadi tempat bertukar pemikiran.
15. Seluruh Tim Panitia Pelaksana Kampanye PR Bersua Asa yang telah membantu dan mendukung jalannya pelaksanaan *project* tugas akhir kampanye PR dari awal hingga akhir demi mewujudkan terlaksananya *project* kampanye PR Bersua Asa.

Semoga Allah SWT. Selalu memberikan ridho dan karunia-Nya atas dukungan serta bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam pelaksanaan dan memiliki kekurangan saat pra hingga pasca pelaksanaan serta pada penyusunan laporan *project* tugas akhir ini. Akhir kata, semoga penyusunan laporan *project* tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis maupun pembaca.

Banjarmasin, 13 Oktober 2025

Penulis,

Fithri Mutiya Rahmah

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala limpahan rahmat, karunia, Kesehatan dan kesempatan yang telah diberikan sehingga *projet* tugas akhir “Bersua Asa” sebagai kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan partisipasi masyarakat menanggulangi fenomena tindakan kekerasan anak di lingkungan Kota Banjarmasin dapat diselesaikan dengan baik melalui dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Tugas akhir ini penulis dedikasikan untuk semua pihak yang selalu menemani penulis,

Dengan penuh rasa syukur, Fithri Mutiya Rahmah selaku penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada Mama, Papa, dan Ading Yara karena telah menjadi rumah hangat yang selalu penulis rindukan, berkat segala doa yang selalu dilangitkan, dukungan moril dan materil serta segala cinta yang menjadi kekuatan dalam setiap langkah penulis. Kepada sobat Manusia Sibuk (MaBuk), yaitu Astuti Handayani, Tamara Desita, serta untuk Hikmah Norahmadayanti terima kasih senantiasa hadir mengalirkan segala energi positif hingga menjadi tempat paling berarti, nyaman dan hangat dari suka duka selama proses perjalanan akademik serta menjadi salah satu alasan bertahan hingga berada di titik ini bagi penulis. Kepada Anak Maniez, yaitu Mayang Puspita, Putri Amalia Sholeha, dan Noorjannah yang senantiasa memberikan semangat, dukungan moril serta selalu berjuang membersamai perjalanan panjang selama masa studi penulis. Kepada Sobat Bincang dan rekan-rekan Magang MSIB Pradata terima kasih atas segala doa, dukungan, dan bantuan yang tulus sepenuh hati. Kepada teman-teman lain yang telah mendukung dan membantu sepenuh hati dalam menuntaskan pelaksanaan *project* kampanye PR Bersua Asa. Dan kepada diri sendiri, terima kasih telah bertahan, belajar, selalu berjuang, dan kuat berpijak di kaki sendiri hingga berada di titik ini serta dapat menuntaskan perjalanan akademik demi gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.).

Akhir kata, semoga segala bentuk dukungan, doa, cinta, dan kebaikan yang telah mengiringi perjalanan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini menjadi limpahan pahala dan keberkahan bagi semua pihak. Laporan ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa Syukur atas setiap proses, pelajaran dan pengalaman serta perjuangan yang telah dilewati.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

ABSTRAK

Fithri Mutiya Rahmah 2110414320056. Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kota Banjarmasin dalam Menanggulangi Kekerasan Anak Melalui Kampanye *Public Relations* “Bersua Asa” Program Jelajahi Nirwana Bersama DPPPA Kota Banjarmasin. Di bawah bimbingan Astinana Yuliarti.

Bersua Asa merupakan kampanye *Public Relations* (PR) dalam meningkatkan partisipasi masyarakat melalui pengetahuan, pemahaman, dan sikap terhadap fenomena masalah kekerasan anak yang dilatarbelakangi oleh tingkat fluktuasi grafik data kekerasan anak serta kondisi kehidupan masyarakat Kota Banjarmasin yang mencerminkan kondisi fenomena “gunung es” yaitu angka kasus kekerasan anak yang telah tercatat hanya berdasarkan yang terlapor, namun belum menyatakan angka kekerasan anak secara faktual. Jelajahi Nirwana bertujuan untuk meningkatkan keberanian dan keterlibatan siswa dalam melaporkan tindak kekerasan anak yang terjadi di lingkungan pendidikan melalui layanan publik DPPPA Kota Banjarmasin.

Project Tugas Akhir kampanye PR menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data menggunakan skala Likert (*Likert Scale*) pada kuisioner. Analisis kampanye dilakukan berdasarkan dua belas tahapan perencanaan kampanye PR oleh konsep pemikiran Anne Gregory, meliputi: Analisis situasi, tujuan, objektif, pemangku kepentingan dan khalayak tujuan, pesan, strategi, taktik, skala waktu, sumber daya, pemantauan, evaluasi, dan tinjauan.

Hasil *project tugas akhir* ini menunjukkan bahwa setiap program secara menyeluruh telah menjangkau tahapan kampanye strategis: Media sosial membentuk kesadaran awal, Jelajahi Nirwana meningkatkan pengetahuan tindakan kekerasan dalam menanggulangi fenomena kekerasan anak. Kampanye PR belum berhasil mencapai tujuan partisipasi publik karena berdasarkan implementasi dan analisis data yang dilakukan pada *Pre-test* dan *Post-test*, kampanye PR hanya mencapai peningkatan pengetahuan dan pemahaman dengan perbedaan nilai rerata sebesar -2,438 melalui hasil Uji T dengan teknik uji *paired sample T-Test*.

Kata Kunci: Kampanye *Public Relations*, Kekerasan Anak, Partisipasi Publik, Bersua Asa, Jelajahi Nirwana.

ABSTRACT

Fithri Mutiya Rahmah 2110414320056. Increasing Participation of the Banjarmasin Community in Combating Child Abuse Through the “Bersua Asa” *Public Relations* Campaign The Jelajahi Nirwana Program with DPPPA of Banjarmasin City. Under Supervision of Astinana Yuliarti.

Bersua Asa is a *Public Relations* (PR) campaign aimed at increasing community participation through knowledge, understanding, and attitudes towards the phenomenon of child abuse, which is driven by fluctuating data on child abuse and the living conditions of the people of Banjarmasin City, reflecting the “iceberg” phenomenon, whereby the number of recorded cases of child abuse is only based on reported cases, but do not represent the actual number of child abuse cases. Jelajahi Nirwana aims to increase students' courage and involvement in reporting child abuse that occurs in educational environments through the public services of the DPPPA of Banjarmasin City.

The final project PR campaign used a descriptive quantitative method with data collection techniques using a Likert scale in the questionnaire. The campaign analysis was conducted based on Anne Gregory's twelve stages of PR campaign planning, including: situation analysis, goals, objectives, stakeholders and target audience, messages, strategies, tactics, timelines, resources, monitoring, evaluation, and review.

The results of this final project show that each program has comprehensively covered the stages of a strategic campaign: Social media raises initial awareness, while Jelajahi Nirwana increases knowledge of actions to combat child violence. The PR campaign has not succeeded in achieving its goal of public participation because, based on the implementation and data analysis conducted in the pre-test and post-test, the PR campaign only achieved an increase in knowledge and understanding with an average difference of -2.438 through the T-test results using the paired sample T-test technique.

Keywords: *Public Relations* Campaign, Child Abuse, Public Participation, Bersua Asa, Jelajahi Nirwana.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Tujuan Kegiatan.....	9
1.3 Manfaat Kegiatan.....	10
1.4 Tinjauan Konseptual dan Tinjauan Teoritis	12
BAB II ALUR KEGIATAN KAMPANYE <i>PUBLIC RELATIONS</i> DAN GAMBARAN PROGRAM.....	26
2.1. Alur Kegiatan Project Kampanye <i>Public Relations</i>	26
2.2. Analisis Situasi	31
2.3. Tujuan Umum.....	31
2.4. Objektif.....	32
2.5. Pemangku Kepentingan dan Khalayak Tujuan.....	32
2.6. Skala Waktu.....	35
2.7. Gambaran Program.....	36

2.8.	Bentuk Progam Kegiatan.....	39
2.8.1.	Jelajahi Nirwana	39
2.8.1.1.	Analisis Situasi	41
2.8.1.2.	Tujuan Umum.....	44
2.8.1.3.	Objektif.....	46
2.8.1.4.	Pemangku Kepentingan dan Khalayak Tujuan	48
2.8.1.5.	Pesan.....	51
2.8.1.6.	Strategi.....	53
2.8.1.7.	Taktik.....	55
2.8.1.8.	Skala Waktu.....	59
2.8.1.9.	Sumber Daya	60
2.8.1.10.	Pemantauan.....	63
2.8.1.11.	Evaluasi	64
2.8.1.12.	Tinjauan.....	65
2.8.2.	Rancangan Anggaran Biaya Kampanye PR Bersua Asa.....	65
2.9.	Gambaran Umum Mitra.....	66
2.9.1.	Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3PA) Kota Banjarmasin.....	66
2.9.2.	Unit Pelaksana Teknis Daerah Perlindungan Perempuan dan Anak (UPTD PPA) Kota Banjarmasin	69
BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN EVALUASI.....		71
3.1	Pelaksanaan Kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i>	71
3.2	Kampanye PR Program Jelajahi Nirwana	74
3.2.1	Analisis Situasi (<i>Analysis</i>).....	81
3.2.2	Tujuan (<i>Aims</i>)	86

3.2.3	Objektif (<i>Objectives</i>)	87
3.2.4	Pemangku Kepentingan dan Khalayak Tujuan (<i>Stakeholders & Publics</i>)	91
3.2.5	Pesan (<i>Content</i>)	100
3.2.6	Strategi (<i>Strategy</i>).....	103
3.2.7	Taktik (<i>Tactics</i>)	108
3.2.8	Skala Waktu (<i>Timescales</i>)	125
3.2.9	Sumber Daya (<i>Resource</i>).....	129
3.2.10	Pemantauan (<i>Monitoring</i>).....	138
3.2.11	Evaluasi (<i>Evaluation</i>)	140
3.2.12	Tinjauan (<i>Review</i>).....	156
3.3	Kampanye <i>Public Relations</i> (PR) Bersua Asa.....	158
3.3.1	Analisis Situasi (<i>Analysis</i>).....	158
3.3.2	Tujuan (<i>Aims</i>)	161
3.3.3	Objektif (<i>Objectives</i>)	162
3.3.4	Pemangku Kepentingan dan Khalayak Tujuan (<i>Stakeholders and Publics</i>)	164
3.3.5	Pesan (<i>Content</i>)	167
3.3.6	Strategi (<i>Strategi</i>)	167
3.3.7	Taktik (<i>Tactics</i>)	171
3.3.8	Skala Waktu (<i>Timescales</i>)	179
3.3.9	Sumber Daya (<i>Resources</i>)	180
3.3.10	Pemantauan (<i>Monitoring</i>).....	189
3.3.11	Evaluasi (<i>Evaluation</i>)	198
3.3.12	Tinjauan (<i>Review</i>).....	200

BAB IV PENUTUP	201
4.1 Kesimpulan.....	201
4.2 Saran	203
DAFTAR PUSTAKA	204
LAMPIRAN.....	213

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Studi Terdahulu dalam "Analisis Kejadian Kekerasan Fisik dan Emosional dari Orang Tua terhadap Anak Sekolah Menengah Pertama Banjarmasin"	4
Gambar 1.2 Rekapitulasi Data Laporan Kekerasan terhadap Perempuan dan Anak yang ditangani UPTD PPA Kota Banjarmasin	8
Gambar 2.1 Logo Resmi Kampanye PR Bersua Asa.....	38
Gambar 2.2 Logo Bersua Asa untuk poster Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa	38
Gambar 2.3 Struktur Organisasi DPPPA Kota Banjarmasin	67
Gambar 3.1 Burning Session Sebelum Pemaparan Materi dan Diskusi Bersama Moderator.....	76
Gambar 3.2 Agenda Talk and Ask atau Sesi Pemaparan Materi dan Diskusi Bersama Narasumber	77
Gambar 3.3 Pemateri Syifa Aulia Putri, S. Psi dari Bidang Perlindungan Anak DPPPA Kota Banjarmasin	78
Gambar 3.4 Pemateri Yasmin Qurratu' Ain dari Fasilitator Forum Anak Banjarmasin.....	78
Gambar 3.5 Pemateri Reza Fahlevi dari Komunitas Kita Korban Bullying	79
Gambar 3.6 Bootcamp Session bersama Partisipan Kegiatan	79
Gambar 3.7 Sesi Focus Group Discussion (FGD) atau Diskusi Opini Berkelompok	80
Gambar 3.8 Sesi Pitching Group atau Pemaparan Hasil Diskusi Kelompok FGD	81
Gambar 3.9 Hasil Studi Terdahulu dalam Penelitian "Analisis Kejadian Kekerasan Fisik dan Emosional dari Orang Tua terhadap Anak Sekolah Menengah Pertama Banjarmasin" Tahun 2023.....	83
Gambar 3.10 Persentase Gender Siswa Laki-Laki dan Perempuan SMPN 30 Banjarmasin pada Program Jelajahi Nirwana	97
Gambar 3.11 Persentase Usia Partisipan dalam Program Jelajahi Nirwana	98
Gambar 3.12 Unggahan Kegiatan Melalui Akun Media Partner Lenterakalimantan.com di saluran Halaman Website.....	109

Gambar 3.13 Unggahan Kegiatan Melalui Akun Media Partner @lenterakalimantancom di Platform Instagram	109
Gambar 3.14 Unggahan Aftermovie Kegiatan Jelajahi Nirwana.....	110
Gambar 3.15 Unggahan kolaborasi akun Instagram Bersua Asa dengan @komunikasiilm, @puspagabanjarmasin, dan @dpppa.banjarmasin	110
Gambar 3.16 Unggahan Kolaborasi Akun Bersua Asa Bersama @uptdppa_banjarmasin dan @dpppa.banjarmasin.....	111
Gambar 3.17 Tampilan Media Sosial Kampanye PR Bersua Asa yang Digunakan Sebagai Media Publikasi Jelajahi Nirwana	112
Gambar 3.18 Partisipasi Forum Anak Kota Banjarmasin dalam Program Jelajahi Nirwana di SMPN 30 Banjarmasin Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa.....	122
Gambar 3.19 Partisipasi Kita Korban Bullying dalam Program Jelajahi Nirwana di SMPN 30 Banjarmasin pada Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa	123
Gambar 3.20 Kerjasama dengan SMPN 30 Banjarmasin sebagai Target Pelaksanaan Program Jelajahi Nirwana pada Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa	124
Gambar 3.21 Dukungan Materiil Sponsorship kegiatan Kampanye PR pada Program Jelajahi Nirwana.....	137
Gambar 3.22 Rumus Uji Validitas	147
Gambar 3.23 Rumus Uji Reliabilitas	149
Gambar 3.24 Nilai <i>Pre-Test Reliability Statistics</i>	151
Gambar 3.25 Nilai <i>Post-Test Reliability Statistics</i>	151
Gambar 3.26 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> pada 8 Butir Pertanyaan.....	152
Gambar 3.27 Nilai Uji Normalitas	153
Gambar 3.28 Rumus Uji <i>Paired Sample T-Test</i>	154
Gambar 3.29 Hasil Uji Paired Sample Statistic T-Test.....	155
Gambar 3.30 Hasil Uji Paired Sample T-Test	155
Gambar 3.31 Rekapitulasi Data Laporan Kekerasan terhadap Perempuan dan Anak yang ditangani UPTD PPA Kota Banjarmasin Selama Periode Januari-Oktober Tahun 2025	159

Gambar 3.32 Publikasi Poster Kegiatan Kampanye PR Melalui akun @infobanjar.id sebagai Media Partner atau Paid Media.....	168
Gambar 3.33 Publisitas Kampanye PR Melalui Portal Berita Lenterakalimantan.com Pada Saluran Halaman Website	168
Gambar 3.34 Publisitas Kampanye PR Melalui akun @lenterakalimantancom pada Platform Sosial Media Instagram.....	169
Gambar 3.35 Kolaborasi Akun pada Unggahan Sosial Media Instagram @bersuaasa bersama @komunikasiulm, @puspaga.banjarmasin, @uptdppa_banjarmasin dan @dpppa.banjarmasin.....	169
Gambar 3.36 Tampilan Akun Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa pada Platform Instagram dengan username @bersuaasa.....	170
Gambar 3.37 Tampilan Akun Sosial Media Mitra Kerjasama Kampanye PR Bersua Asa, DPPPA Kota Banjarmasin dengan username @dpppa.banjarmasin	171
Gambar 3.38 Open Booth Stand Wardah di Venue Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa dan Dukungan Berupa Produk Goodies Bag pada Audiens	183
Gambar 3.39 Spotlight produk Belibuah di Venue Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa dan Dukungan Berupa Produk Hampers Buah pada Audiens	185
Gambar 3.40 Dukungan Materil Fun Fun Ice Cream & Beverage pada Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa dan Penyerahan Voucher Belanja Produk yang Didistribusikan Kepada Audiens.....	186
Gambar 3.41 Dukungan non materil Istana Print pada Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa Berupa Potongan Harga pada Kebutuhan Media Cetak (Banner 3x2m)	188
Gambar 3.42 Tampilan Tone Warna dan Konten Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa Melalui Platform Instagram	190
Gambar 3.43 Penggunaan Color Pallette Desain Konten Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa	191
Gambar 3.44 Pemetaan Audiens Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa Berdasarkan Letak Geografis.....	192
Gambar 3.45 Pemetaan Audiens Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa Berdasarkan Demografis.....	193

Gambar 3.46 Tampilan Dashboard Profile pada Akun Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa Terhadap Pertumbuhan. Sumber: Dashboard Profile Platform Instagram dan Meta Business Suite	194
Gambar 3.47 Tampilan Hasil Tayangan Akun Pada Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa dari Periode April-Agustus 2025. Sumber: Tool Meta Business Suite	194
Gambar 3.48 Tampilan Hasil Jangkauan Akun Pada Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa dari Periode April-Agustus 2025	195
Gambar 3.49 Tampilan Hasil Interaksi Akun Pada Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa dari Periode April-Agustus 2025	196
Gambar 3.50 Tampilan Hasil Interaksi Akun Pada Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa	197
Gambar 3.51 Tampilan Hasil Interaksi dan Account Insights Pada Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa	197

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemangku Kepentingan Kampanye PR Bersua Asa.....	33
Tabel 2.2 Publik Primer Kampanye PR Bersua Asa.....	34
Tabel 2.3 Publik Primer Kampanye PR Bersua Asa.....	34
Tabel 2.4 Skala Waktu Pelaksanaan Kampanye PR Bersua Asa.....	35
Tabel 2.5 Pemangku Kepentingan Program Jelajahi Nirwana.....	49
Tabel 2.6 Publik Primer Program Jelajahi Nirwana Berdasarkan Segmentasi Demografis.....	50
Tabel 2.7 Publik Sekunder Program Jelajahi Nirwana yang Terlibat dan Tidak Terlibat Secara Langsung.....	51
Tabel 2.8 Skala Waktu Program Jelajahi Nirwana	59
Tabel 2.9 Rancangan Anggaran Biaya (RAB) Program Jelajahi Nirwana	62
Tabel 2.10 Konsep Monitoring AMEC <i>Framework</i> Program Jelajahi Nirwana ..	63
Tabel 2.11 Estimasi Rancangan Anggaran Biaya Keseluruhan Kampanye PR....	65
Tabel 3.1 Kelompok Pemangku Kepentingan (Stakeholders) Jelajahi Nirwana ..	92
Tabel 3.2 Publik Primer Jelajahi Nirwana	93
Tabel 3.3 Data Partisipasi Audiens pada Program Jelajahi Nirwana.....	95
Tabel 3.4 Publik Sekunder Jelajahi Nirwana	99
Tabel 3.5 <i>Content Pillar</i> Produksi Media Program Jelajahi Nirwana Melalui Kampanye PR Bersua Asa	113
Tabel 3.6 Pesan Utama dan Pesan Pendukung Program Jelajahi Nirwana Melalui Sosial Media Kampanye PR @bersuaasa	118
Tabel 3.7 Skala Waktu Pelaksanaan Jelajahi Nirwana	126
Tabel 3.8 <i>Rundown</i> Pelaksanaan Jelajahi Nirwana.....	127
Tabel 3.9 Susunan Panitia Pelaksana Kegiatan Jelajahi Nirwana.....	130
Tabel 3.10 Sumber Daya Manusia SMPN 30 Banjarmasin pada Jelajahi Nirwana	132
Tabel 3.11 Sumber Daya Manusia Forum Anak Banjarmasin pada Jelajahi Nirwana	132

Tabel 3.12 Sumber Daya Manusia Kita Korban Bullying pada Jelajahi Nirwana	133
Tabel 3.13 Sumber Daya Manusia DPPPA Kota Banjarmasin pada Jelajahi Nirwana	134
Tabel 3.14 Sumber Daya Operasional pada Jelajahi Nirwana.....	135
Tabel 3.15 Sumber Daya Operasional Pelaksanaan Kampanye PR Bersua Asa	136
Tabel 3.16 Sumber Daya Operasional Seluruh Program Kampanye PR Bersua Asa	137
Tabel 3.17 Konsep Monitoring AMEC Framework	138
Tabel 3.18 Indikator Pertanyaan dan Instrumen Pertanyaan pada <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i> Program Jelajahi Nirwana	145
Tabel 3.19 Hasil Uji Validitas Jelajahi Nirwana.....	148
Tabel 3.20 Hasil Uji Normalitas dalam Metode Shapiro-Wilk.....	153
Tabel 3.21 Hasil Uji <i>Paired Sample T-Test Pre</i> dan <i>Post-Test</i>	156
Tabel 3.22 Kelompok Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholders</i>) Kampanye PR Bersua Asa	164
Tabel 3.23 Publik Primer Kampanye PR Bersua Asa.....	166
Tabel 3.24 Publik Sekunder Kampanye PR Bersua Asa	166
Tabel 3.25 <i>Content Pillar</i> Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa .	172
Tabel 3.26 Implementasi Taktik Pesan pada Kampanye PR Sosial Media Melalui Akun @bersuaasa.....	175
Tabel 3.27 Skala Waktu Pelaksanaan Kampanye PR Bersua Asa.....	179
Tabel 3.28 Sumber Daya Manusia Panitia Pelaksanaan Kampanye PR Bersua Asa	181
Tabel 3.29 Sumber Daya Operasional Sosial Media Program Kampanye PR Bersua Asa	182
Tabel 3.30 Sumber Daya Operasional Pihak Sponsor (<i>Sponsorship</i>) Kampanye PR Bersua Asa	189
Tabel 3.31 <i>Engagement Rate</i> Sosial Media Instagram Kampanye PR Bersua Asa	199

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengajuan Kerjasama <i>Project</i> Kampanye <i>Public Relations</i> Kepada DPPPA Kota Banjarmasin	213
Lampiran 2 Surat Pernyataan Implementasi atau Implementation of Arrangement (IA).....	213
Lampiran 3 Dokumentasi Penyerahan Proposal Kerjasama Kegiatan Kampanye PR Kepada Mitra, DPPPA Kota Banjarmasin	214
Lampiran 4 Dokumentasi Pitching atau Pemaparan Rencana Konsep Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa Bersama Jajaran Kepala Bidang dan Sekretaris Dinas dari DPPPA Kota Banjarmasin	214
Lampiran 5 Dokumentasi Realisasi Program Kegiatan Jelajahi Nirwana	215
Lampiran 5.1 Dokumentasi <i>Online Meeting</i> di <i>Google Meet</i> Oleh Panitia Pelaksana Mengenai Konsep Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa	215
Lampiran 5.2 Dokumentasi <i>Offline Meeting</i> di Aula SMPN 30 Banjarmasin Oleh Panitia Pelaksana Mengenai Konsep Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa	215
Lampiran 5.3 Pengajuan Izin Pelaksanaan Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa Program Jelajahi Nirwana Kepada SMPN 30 Banjarmasin.....	216
Lampiran 5.4 Dokumentasi Registrasi Audiens Jelajahi Nirwana di SMPN 30 Banjarmasin.....	216
Lampiran 5.5 Dokumentasi Registrasi Audiens.....	217
Lampiran 5.6 Dokumentasi Kehadiran Sekretaris Dinas dan Kepala Bidang Perlindungan Khusus Anak beserta Staff DPPPA Kota Banjarmasin di Venue Kegiatan	217
Lampiran 5.7 Dokumentasi Kehadiran Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP ULM dan Kepala Sekolah SMPN 30 Banjarmasin di Venue Kegiatan	217
Lampiran 5.8 Dokumentasi Kehadiran Forum Anak Kota Banjarmasin di SMPN 30 Banjarmasin.....	218
Lampiran 5.9 Pembukaan Kegiatan Jelajahi Nirwana Oleh <i>Master of Ceremony</i> (MC) Putri Amalia Sholeha.....	218

Lampiran 5.10 Menyanyikan Lagu Indonesia Raya dan Pembacaan Doa bersama Siswa/i SMPN 30 Banjarmasin.....	218
Lampiran 5.11 Penyampaian Laporan Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa oleh Penanggung Jawab	219
Lampiran 5.12 Sambutan Kegiatan oleh Kepala Sekolah SMPN 30 Banjarmasin	219
Lampiran 5.13 Sambutan Kegiatan oleh Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP ULM, Dr. Yuanita Setyastuti, M. Si	219
Lampiran 5.14 Sambutan Kegiatan oleh Kepala Bidang Perlindungan Khusus Anak DPPPA Kota Banjarmasin, Miftah Al Hajir, S. Psi, MA.....	220
Lampiran 5.15 Sambutan Kegiatan Sekaligus Membuka dengan Resmi Kegiatan Jelajahi Nirwana oleh Sekretaris Dinas DPPPA Kota Banjarmasin, dr. Dwi Atmi Susilastuti, MM.....	220
Lampiran 5.16 Dokumentasi Bersama Kegiatan Jelajahi Nirwana dengan Seluruh Pejabat dan Audiens dari SMPN 30 Banjarmasin	220
Lampiran 5.17 <i>Burning Session</i> atau Sesi Pemanasan oleh Moderator Sairi	221
Lampiran 5.18 Penyampaian Materi Peran Layanan Publik dan Partisipasi Masyarakat oleh Syifa Aulia Putri, S. Psi Selaku Staf Bidang Perlindungan Khusus Anak DPPPA Kota Banjarmasin.....	221
Lampiran 5.19 Penyampaian Materi Kekerasan Verbal dan Non-verbal oleh Reza Selaku Fasilitator Komunitas Kita Korban Bullying	221
Lampiran 5.20 Penyampaian Materi Aman Bermedia Digital dan Tiga Dosa Besar Pendidikan oleh Yasmin Qurratu ‘Ain Selaku Fasilitator Forum Anak Kota Banjarmasin.....	222
Lampiran 5.21 Sesi Tanya Jawab Antara Audiens dan Pemateri	222
Lampiran 5.22 Sesi Pembagian Kelompok dan <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) Mengenai Paparan Materi dan Fenomena Tindakan Kekerasan Anak	222
Lampiran 5.23 Sesi <i>Bootcamp Group</i> Menjelaskan Kembali dan Membuat Rangkuman Paparan Materi dan Fenomena Tindakan Kekerasan Anak yang Didampingi oleh Fasilitator Masing-Masing Kelompok	223

Lampiran 5.24 Sesi <i>Bootcamp Group</i> dan Presentasi Hasil Diskusi Kelompok 1	223
Lampiran 5.25 Sesi <i>Bootcamp Group</i> dan Presentasi Hasil Diskusi Kelompok 2	223
Lampiran 5.26 Sesi <i>Bootcamp Group</i> dan Presentasi Hasil Diskusi Kelompok 3	224
Lampiran 5.27 Sesi <i>Bootcamp Group</i> dan Presentasi Hasil Diskusi Kelompok 4	224
Lampiran 5.28 Sesi Dokumentasi Bersama Seluruh Audiens <i>Bootcamp Jelajahi Nirwana SMPN 30 Banjarmasin</i>	224
Lampiran 5.29 Sesi Penyampaian Notes Kesan dan Pesan Kegiatan Jelajahi Nirwana oleh Audiens dari Siswa/I SMPN 30 Banjarmasin di Banner Kegiatan dengan Tema “Jejak BAswara” diiringi Closing Musical Ramah Anak	225
Lampiran 6 Realisasi Media Sosial Kampanye PR Bersua Asa	225
Lampiran 6.1 Tampilan Feeds Pengenalan Mitra Kampanye PR Bersua Asa....	226
Lampiran 6.2 Insight Feeds Pengenalan Mitra Kampanye PR Bersua Asa.....	226
Lampiran 6.3 Feeds Pengenalan Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa dan Kerjasama Mitra.....	226
Lampiran 6.4 Insights Feeds Pengenalan Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa.	227
Lampiran 6.5 Tampilan Feeds Pengenalan Kampanye PR Bersua Asa.....	227
Lampiran 6.6 Insights Feeds Pengenalan Kampanye PR Bersua Asa	227
Lampiran 6.7 Tampilan Feeds 5 Hal Penting Waspada Isu Kekerasan	228
Lampiran 6.8 Insights Unggahan Feeds 5 Hal Penting Waspada Isu Kekerasan	228
Lampiran 6.9 Tampilan Unggahan Feeds Carousel Menguak Fakta di Balik "Fantasi Sedarah"	228
Lampiran 6.10 Insights Unggahan Feeds Carousel.....	229
Lampiran 6.11 Tampilan Unggahan Feeds Poster Kegiatan Bilik Bercerita	229
Lampiran 6.12 Insights Unggahan Feeds Poster Kegiatan Bilik Bercerita.....	229
Lampiran 6.13 Tampilan Unggahan Feeds Carousel Spotlight Framing Anak pada Ryu Kintaro.....	230

Lampiran 6.14 Insights Unggahan Feeds Carousel Spotlight Framing Anak pada Ryu Kintaro.....	230
Lampiran 6.15 Tampilan Unggahan Feeds Carousel Rumah dan Peran Orang Tua Sebagai Sekolah Pertama bagi Anak.....	230
Lampiran 6.16 Insights Unggahan Feeds Carousel Rumah dan Peran Orang Tua Sebagai Sekolah Pertama bagi Anak.....	231
Lampiran 6.17 Tampilan Unggahan Reels Aftermovie Program Kegiatan Jelajahi Nirwana.....	231
Lampiran 6.18 Insights Unggahan Reels Aftermovie Jelajahi Nirwana.....	231
Lampiran 6.19 Tampilan Unggahan Reels Aftermovie Bilik Bercerita	232
Lampiran 6.20 Insights Unggahan Reels Aftermovie Bilik Bercerita	232
Lampiran 6.21 Unggahan Instastory Kegiatan Jelajahi Nirwana di Aula SMPN 30 Banjarmasin pada 22 Juli 2025	233
Lampiran 6.22 Unggahan Instastory Qoutes Of The Day (QOTD) Konten Mingguan Kampanye PR Bersua Asa.....	233
Lampiran 6.23 Unggahan Reels Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa Tentang Laporan Ke UPTD PPA Kota Banjarmasin.....	234
Lampiran 6.24 Insights Unggahan Reels Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa Tentang Laporan Ke UPTD PPA Kota Banjarmasin.....	234
Lampiran 6.25 Unggahan Reels Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa Tentang Tindakan Kekerasan dan Berani Melapor.....	234
Lampiran 6.26 Insights Unggahan Reels Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa Tentang Tindakan Kekerasan dan Berani Melapor.....	235
Lampiran 6.27 Unggahan Reels Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa Tentang Grafik Data Tindakan Kekerasan Anak di Kota Banjarmasin.....	235
Lampiran 6.28 Insights Unggahan Reels Sosial Media Kampanye PR Bersua Asa Tentang Grafik Data Tindakan Kekerasan Anak di Kota Banjarmasin.....	235
Lampiran 6.29 Tampilan Unggahan Feeds Portal Berita @Lenterakalimantancom dan Kolaborasi Akun Media Sosial Melalui Platform Instagram	236
Lampiran 6.30 Insights Unggahan Feeds Portal Berita @Lenterakalimantancom	236

Lampiran 6.31 Publikasi Artikel Berita oleh Portal Berita Lentera Kalimantan Melalui Website Lenterakalimantan.com	236
Lampiran 7 Arsip Administrasi Kegiatan Kampanye PR Bersua Asa.....	237
Lampiran 8 Daftar Audiens Kegiatan Jelajahi Nirwana dari Siswa/I SMPN 30 Banjarmasin.....	237
Lampiran 9 <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i> Program Jelajahi Nirwana.....	237
Lampiran 10 Instrumen Pertanyaan <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i> Program Jelajahi Nirwana.....	238
Lampiran 11 Hasil Jawaban Responden dan Coding <i>Pre-Test</i> Program Jelajahi Nirwana.....	238
Lampiran 12 Hasil Jawaban Responden dan Coding <i>Post-Test</i> Program Jelajahi Nirwana.....	238