

## LAPORAN PROJECT TUGAS AKHIR

### “MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* BUSINESS & COMMUNICATION TRAINING INSTITUTE (BCTI) YAYASAN HASNUR CENTRE DI KALANGAN PEMUDA KOTA BANJARMASIN MELALUI PROGRAM KAMPANYE PR GALA BERLAGA #*NAIKINLEVELMU*”

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Aulia Azizah	2110414220020
Lutfi Zikria Ramadhan	2110414220025
Rara Qonita	2110414220027
Yaumil Mada Nurhalifah	2110414220005

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

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**BANJARMASIN**

**2025**



**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* BUSINESS & COMMUNICATION  
TRAINING INSTITUTE (BCTI) YAYASAN HASNUR CENTRE DI  
KALANGAN PEMUDA KOTA BANJARMASIN MELALUI PROGRAM  
KAMPANYE PR GALA BERLAGA #NAIKINLEVELMU**

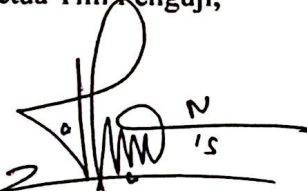
- A. Nama Mahasiswa : Aulia Azizah  
NIM : 2110414220020
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 31,33 ( A ) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 21 Mei 2025.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua  
Noviana Sari, S.IP., M.A  
NIP. 198511072015042001
  - b. Sekretaris  
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A  
NIP. 199202182019032020
  - c. Anggota  
Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si  
NIP. 199506252022031008

(  )

(  )

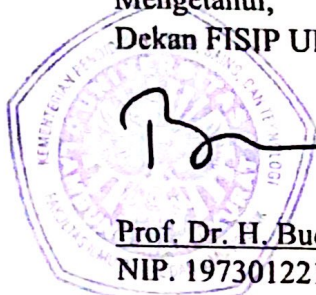
(  )

Banjarmasin, 12 Juni 2025  
Ketua Tim Penguji,



Noviana Sari, S.IP., M.A.  
NIP. 198511072015042001

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 Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

Pada hari ini Rabu Dua Puluh Satu Mei Dua Ribu Dua Puluh Lima, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2354/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 17 Mei 2025 untuk menguji Tugas Akhir :

Nama : Aulia Azizah  
NIM : 2110414220020  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Meningkatkan Brand Awareness Business & Communication Training Institute (BCTI) Yayasan Hasnur Centre di Kalangan Pemuda Kota Banjarmasin Melalui Program Kampanye PR Gala Berlaga #NaikinLevelmu

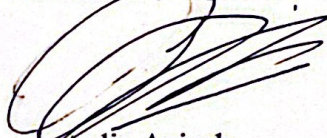
Tempat Ujian : Ruang Sidang  
Waktu Ujian : 09.00 s/d selesai  
Nilai : 81,33 (A)  
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

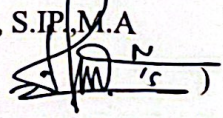

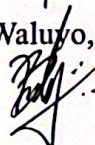
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 21 Mei 2025

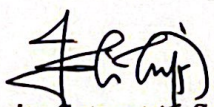
-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

  
Aulia Azizah

1. Ketua : Noviana Sari, S.IP.,M.A  
(  )
2. Sekretaris : Putri Ayu Hidayatur R.,S.Pd.,MA  
(  )
3. Anggota : Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si  
(  )

Mengetahui/membenarkan :  
a.n. D e k a n  
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,  
SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA  
UJIAN MEMPERTAHANKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Tugas Akhir Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Aulia Azizah  
NIM : 2110414220020  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Meningkatkan Brand Awareness Business & Communication Training Institute (BCTI) Yayasan Hasnur Centre di Kalangan Pemuda Kota Banjarmasin Melalui Program Kampanye PR Gala Berlaga #NaikinLevelmu

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Noviana Sari, S.IP.,M.A	85	
2.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA	82	
3.	Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si	80	
Jumlah		247	
Nilai Rata-rata		82,33	Nilai Akhir = 81,33 (A)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 21 Mei 2025

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,  
SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 2354/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Noviana Sari, S.IP.,M.A
2. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA
3. Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si

Untuk menguji Tugas Akhir mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Aulia Azizah  
NIM : 2110414220020  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Meningkatkan Brand Awareness Business & Communication Training Institute (BCTI) Yayasan Hasnur Centre di Kalangan Pemuda Kota Banjarmasin Melalui Program Kampanye PR Gala Berlaga #NaikinLevelmu

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 21 Mei 2025  
J a m : 09.00 WITA - Selesai  
T e m p a t : Ruang Sidang

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 17 Mei 2025  
Dekan,



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



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan *ridho*-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan *project* tugas akhir ini. Laporan *project* tugas akhir ini berjudul “Meningkatkan *Brand Awareness* Business & Communication Training Institute (BCTI) Yayasan Hasnur Centre di Kalangan Pemuda Kota Banjarmasin melalui Program Kampanye PR Gala Berlaga *#NaikinLevelmu*”. Laporan ini disusun sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi. Dalam proses penyusunannya, penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi baik secara akademik, teknis, maupun moral. Oleh karena itu, penulis dengan hormat dan tulus 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 Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis.
4. Ibu Dr. Sri Astuty, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Rara Qonita dan Yaumil Mada Nurhalifah.
5. Ibu Noviana Sari, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Aulia Azizah dan Lutfi Zikria Ramadhan.
6. Bapak Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si., Bapak Sarwani S.Sos., M.Med.Kom., Bapak Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si., dan Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar *project* kampanye PR ini dapat menjadi lebih baik.

7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP ULM yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan sehingga penulis dapat melaksanakan *project* kampanye PR dan menyelesaikan laporan ini.
8. Seluruh staf FISIP ULM dan Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu dan membimbing dalam hal administrasi.
9. Kak M. Zain Mahbuby, B. Eng. (Hons), Kak Dita Amalia Mahmudah, S.Pi, Kak Nisrina Nuraini, S.M., M. Aryandika, S.Pd., Shanaya Maulida, Fety Fatimah, dan seluruh staf Business & Communication Training Institute yang telah menjadi mitra kolaboratif yang mendukung penuh *project* ini.
10. Yayasan Hasnur Centre, Ionix Service, Hasnur Group, Borneo Store, PT. Paragon, The New You Institute, Digitaliz, Ruforia, dan Krest Frame yang menjadi *sponsor* dan *support* yang mendukung pelaksanaan *project* ini.
11. Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Banjarmasin dan seluruh penyiar yang membantu terlaksananya *project* ini.
12. Seluruh panitia pelaksana Hari Berlaga yang telah membantu jalannya acara dari awal sampai akhir.

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

Banjarmasin, 14 Mei 2025  
Penulis,

Aulia Azizah  
Lutfi Zikria Ramadhan  
Rara Qonita  
Yaumil Mada Nurhalifah

## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim.*

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, kesehatan, dan kesempatan yang telah diberikan sehingga Proyek Tugas Akhir “Gala Berlaga” sebagai Kampanye *Public Relations* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* BCTI di Kalangan Pemuda Banjarmasin dapat diselesaikan dengan bantuan berbagai pihak. Tugas akhir ini kami dedikasikan untuk mereka yang selalu menemani kami,

1. Dengan penuh rasa syukur, **Aulia Azizah** ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mama, Abah, dan Diding yang selalu jadi rumah paling hangat, lewat doa, dukungan dan menjadi kekuatan utama dalam setiap langkah penulis. Kepada Naya, Dhea, Alya, dan Wahyu terima kasih telah menjadi sumber semangat dan tawa. Teman-teman yang telah membantu dan mendukung dengan sepenuh hati dalam pelaksanaan Gala Berlaga. Dan terakhir, untuk diri sendiri, terima kasih telah bertahan, terus belajar, dan tidak menyerah sampai di titik ini.
2. Kepada kedua orang tua **Rara Qonita**, Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan dan mendidik saya untuk selalu kuat di atas kedua kaki saya sendiri. Kepada Kakak dan Adik serta seluruh kerabat yang memberikan dukungan emosional dan moral dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Beribu terima kasih dan doa juga saya ucapkan kepada Sobat INTR-O, teman-teman magang, U.D.I.N, dan Nasywa Nur Amalia yang dukungan dan harapannya menjadi muasal semangat saya selalu bermula, ada, dan berlipat ganda.
3. Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua **Yaumil Mada Nurhalifah** tercinta atas restu, doa, dan dukungan Mamah dan Papah yang tanpa henti, baik secara moril dan finansial, serta atas keikhlasan dalam mengizinkan rumahnya sebagai ruang aman bagi kami dalam berprogress mengerjakan tugas akhir ini. Kepada kedua kakak saya, atas segala bantuan, dukungan tenaga. Terima

kasih juga untuk sahabat-sahabat dekatku: Nasywa N, Dwi, Ica, Nasywa A, Utin, dan Desita serta teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan.

4. **Lutfi Zikria Ramadhan** mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Almarhum Bapak. Harapannya, di mana pun Bapak berada, dapat merasa bangga dan bahagia karena penulis telah berhasil menyelesaikan studi. Terima kasih juga kepada Ibu, Ulung, dan Mbahti yang meski tak selalu menemani, namun selalu menjadi tempat paling nyaman untuk pulang dan berbagi cerita. Tak lupa, rasa terima kasih yang mendalam ditujukan kepada teman-teman terdekat seperti Ka Alya, Wahyu, Dhea, Naya, Furqon, serta semua teman-teman terdekat yang telah berperan penting dalam menyukseskan kampanye Gala Berlaga.

Akhir kata, Semoga segala bentuk dukungan, doa, cinta, dan kebaikan yang telah mengiringi perjalanan kami dalam menyelesaikan tugas akhir ini menjadi ladang pahala dan keberkahan bagi semuanya. Laporan ini kami persembahkan sebagai bentuk rasa syukur atas setiap proses, pelajaran, dan perjuangan yang telah dilewati bersama.

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

## ABSTRAK

**Aulia Azizah 2110414220022, 2025, Lutfi Zikria Ramadhan 21104220025, 2025, Rara Qonita 2110414220027, 2025, Yaumil Mada Nurhalifah 2110414220005, 2025. Meningkatkan *Brand Awareness Business & Communication Training Institute (BCTI) Yayasan Hasnur Centre di Kalangan Pemuda Kota Banjarmasin Melalui Program Kampanye Pr Gala Berlaga #Naikinlevelmu. Di bawah bimbingan Sri Astuty dan Noviana Sari.***

Gala Berlaga merupakan kampanye *public relations* yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness Business Communication Training Institute (BCTI)* sebagai lembaga pengembangan *soft skill* di kalangan pemuda Banjarmasin. Kampanye ini dilatarbelakangi oleh rendahnya kesadaran serta pemahaman generasi muda terhadap pentingnya penguasaan *soft skill* dalam menghadapi dunia kerja. Kampanye dilaksanakan melalui lima program, yaitu Gala Berlaga On Screen, Gala Berlaga Talk, Gala Bersua, Soft Skill Checking Booth, dan Hari Berlaga sebagai program utama.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan dukungan observasi kualitatif sebagai pelengkap untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai efektivitas kampanye. Analisis dilakukan berdasarkan tahapan perencanaan kampanye *public relations* menurut Ronald D. Smith, yang meliputi *formative research, strategy, tactics, dan evaluation*.

Hasil menunjukkan bahwa setiap program telah menjangkau tahapan komunikasi yang berbeda secara efektif: media sosial membangun kesadaran awal, *talkshow* meningkatkan pemahaman, interaksi tatap muka membentuk sikap, dan asesmen serta event utama mendorong tindakan nyata peserta. Pendekatan *experiential learning* yang diterapkan pada Hari Berlaga menjadi kunci untuk memberikan pengalaman edukatif kepada khalayak. Untuk keberlanjutan program, dibutuhkan penguatan kolaborasi antara pelaksana, komunitas, dan institusi pendidikan agar upaya pengembangan *soft skill* pemuda dapat terus berlanjut.

**Kata Kunci:** Kampanye *Public Relations, Soft skill, Pemuda, Brand Awareness, Karir*

## ABSTRACT

*Aulia Azizah 2110414220022, 2025, Lutfi Zikria Ramadhan 21104220025, 2025, Rara Qonita 2110414220027, 2025, Yaumil Mada Nurhalifah 2110414220005, 2025. Enhancing Brand Awareness of the Business & Communication Training Institute (BCTI) of Hasnur Centre Foundation Among Youth in Banjarmasin Through the Public Relations Campaign Program ‘Gala Berlaga #NaikinLevelmu’. Under the supervision of Sri Astuty and Noviana Sari.*

*Gala Berlaga is a public relations campaign aimed at increasing brand awareness of the Business Communication Training Institute (BCTI) as a soft skill development institution among youth in Banjarmasin. The campaign was initiated in response to the low level of awareness and understanding among young people regarding the importance of mastering soft skill in preparing for the workforce. The campaign consisted of five key programs: Gala Berlaga On Screen, Gala Berlaga Talk, Gala Bersua, the Soft Skill Checking Booth, and the main event, Hari Berlaga.*

*This study employed a descriptive quantitative method supported by qualitative observation to provide a comprehensive overview of the campaign’s effectiveness. The analysis was guided by Ronald D. Smith’s public relations campaign planning model, which includes formative research, strategy, tactics, and evaluation.*

*The findings indicate that each program effectively addressed a different stage of communication: social media helped build initial awareness, talkshows enhanced audience understanding, face-to-face interactions fostered positive attitudes, and both the assessment booth and main event encouraged participants to take real action. The experiential learning approach implemented during Hari Berlaga played a critical role in delivering meaningful educational experiences. To ensure the sustainability of the program, stronger collaboration between campaign organizers, youth communities, and educational institutions is necessary to continue advancing soft skill development among young people.*

**Keywords:** *Public relations Campaign, Soft skill, Youth, Brand Awareness, Career*

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan .....	7
1.4 Manfaat .....	8
1.5 Tinjauan Teoretis dan Konseptual .....	8
BAB II.....	12
GAMBARAN UMUM PROGRAM DAN LANDASAN TEORI .....	12
2.1 Konsep <i>Public Relations Campaign</i> .....	12
2.2 Model Perencanaan Kampanye <i>Public Relations</i> Menurut Ronald D. Smith 13	
2.3 Gambaran Umum Program Kampanye PR Gala Berlaga .....	18
2.4 Tinjauan Program Sejenis .....	24
2.5 Kesenjangan Proyek.....	30
2.6 Implementasi Program Gala Berlaga Berdasarkan Model Smith .....	33
2.7 <i>Strategy</i> .....	41
2.8 <i>Tactics</i> .....	49
2.9 <i>Evaluation</i> .....	55
BAB III .....	60
METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Pendekatan Tugas Akhir .....	60
3.2 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan.....	61
3.3 Target Audiens .....	61
3.4 Metode Evaluasi.....	62

BAB IV .....	69
HASIL PELAKSANAAN DAN EVALUASI.....	69
4.1    Gambaran Umum Pelaksanaan Kampanye .....	69
4.2    Program Sekunder .....	71
4.3    Hari Berlaga .....	122
4.4    Pembahasan.....	184
BAB V.....	193
PENUTUP.....	193
5.1    Kesimpulan .....	193
5.2    Saran.....	194
DAFTAR PUSTAKA .....	195
LAMPIRAN.....	199

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Visual <i>Color Palette</i> Gala Berlaga.....	20
Gambar 2.2. Visual Logo Gala Berlaga.....	22
Gambar 4.1. Akun Instagram @bcti.id.....	73
Gambar 4.2. Akun Instagram @galaberlaga.....	74
Gambar 4.3. <i>Content guide</i> kampanye Gala Berlaga.....	75
Gambar 4.4. <i>Content plan</i> kampanye Gala Berlaga.....	76
Gambar 4.5. Tampilan seluruh konten kampanye Gala Berlaga .....	77
Gambar 4.6. Template fitur <i>add yours</i> yang telah dibagikan.....	78
Gambar 4.7. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi <i>flyer</i> Gala Berlaga Talk #1 .....	79
Gambar 4.8. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi <i>flyer</i> Gala Berlaga Talk #2 .....	80
Gambar 4.9. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi <i>flyer</i> Gala Berlaga Talk #3 .....	80
Gambar 4.10. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi <i>flyer</i> Gala Berlaga Talk #4 .....	81
Gambar 4. 11. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi <i>flyer</i> Gala Berlaga Talk #5 .....	81
Gambar 4.12. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @ionix.service.....	82
Gambar 4.13. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @borneostore.official .....	83
Gambar 4.14. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @borneostore.official .....	83
Gambar 4.15. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @borneostore.official .....	84
Gambar 4.16. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @wardahbeauty_banjarmasin .....	84
Gambar 4.17. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @laniwardanaa_ .....	87
Gambar 4.18. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @jannatulmaiyyahh.....	87
Gambar 4.19. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @ikibelitung.....	88
Gambar 4.20. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @sri_annisa.a.....	88
Gambar 4.21. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @rindyusnitaputri .....	89
Gambar 4.22. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @madnorr_.....	89
Gambar 4.23. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @devinameidyfidelia .....	90

Gambar 4.24. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @komunikasiulm dan @hj.ananda .....	91
Gambar 4.25. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @komunikasiulm.....	91
Gambar 4.26. Unggahan dan <i>insight</i> kolaborasi dengan @komunikasiulm dan @lambungmangkurat.....	92
Gambar 4.27. Data tayangan instagram @galaberlaga selama kampanye .....	95
Gambar 4.28. Data interaksi instagram @galaberlaga selama kampanye.....	96
Gambar 4.29. Data pengikut instagram @galaberlaga selama kampanye.....	97
Gambar 4. 30 Data pengikut instagram @galaberlaga selama kampanye.....	98
Gambar 4. 31 Pelaksanaan Gala Berlaga Talk.....	101
Gambar 4. 32 E-Flyer Siaran Selama Lima Bulan Program Berlangsung .....	103
Gambar 4. 33 Pelaksanaan Gala Bersua .....	109
Gambar 4. 34 Atribut Booth Konsultasi .....	114
Gambar 4. 35 Pelaksanaan Soft Skill Checking Booth.....	115
Gambar 4. 36 Contoh Halaman 1 Hasil Talent Mapping & Competency Checking	117
Gambar 4.37. Rangkaian Soft Skill Session oleh Resa Sabrina .....	124
Gambar 4. 38 Sesi Expert Talk bersama Dr. Zulfikar Alimuddin .....	126
Gambar 4. 39 Talkshow Career Preparation bersama Vina Muliana.....	128
Gambar 4. 40 Sesi Mini Mock Interview bersama HR Ionix .....	130
Gambar 4.41. Grafik Frekuensi Pendaftar Hari Berlaga per Minggu .....	135
Gambar 4.42. Grafik Distribusi Rentang Usia Peserta Hari Berlaga.....	136
Gambar 4. 43 Grafik Distribusi Domisili Peserta Hari Berlaga.....	138
Gambar 4. 44 Promosi di akun Instagram @eventkalsel.....	140
Gambar 4. 45 Promosi di akun Instagram @curhatanulm .....	140
Gambar 4. 46 Insight Iklan pada Instagram @bcti.id .....	144
Gambar 4. 47 Desain Twibbon Kampanye Gala Berlaga .....	146
Gambar 4. 48 Contoh Penggunaan Twibbon .....	148
Gambar 4. 49 Sesi Giveaway di Gala Bersua .....	150
Gambar 4. 50 Giveaway Online 1 .....	151

Gambar 4. 51 <i>Giveaway Online 2</i> .....	152
Gambar 4. 52 <i>Giveaway Online 3</i> .....	153
Gambar 4. 53 Desain <i>Block Note</i> Gala Kit .....	157
Gambar 4. 54 Desain Stiker Gala Kit .....	159
Gambar 4. 55 Desain Pulpen Gala Kit .....	159
Gambar 4. 56 Penggunaan Logo BCTI di Backdrop .....	160
Gambar 4. 57 Tampilan Instagram @galaberlaga .....	161
Gambar 4. 58 Desain Photobooth .....	162
Gambar 4. 59 Contoh Penggunaan Photobooth oleh Undangan (Wakil Walikota Banjarmasin Hj. Ananda).....	163
Gambar 4. 60 Contoh Penggunaan Photobooth oleh Peserta.....	163
Gambar 4. 61 Penayangan Liputan Video di Saluran Televisi SCTV Lokal.....	166
Gambar 4. 62 After Movie Hari Berlaga .....	167
Gambar 4. 63 Diagram Kata Kunci Teratas dari Saran Peserta.....	177

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Provinsi Kalimantan Selatan Tahun 2024 Menurut BPS.....	2
Tabel 1.2. Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan (PDRB ADHK) Provinsi Kalimantan Selatan Tahun 2024 (dalam Miliar Rupiah) Menurut BPS.....	3
Tabel 2. 1 Data Demografi Penduduk Kota Banjarmasin BPS 2020.....	39
Tabel 2. 2 Pembagian Jobdesc Tim Gala Berlaga.....	48
Tabel 3.1. Variabel, Indikator, dan Pertanyaan Kuesioner Penelitian .....	64
Tabel 4.1. Rangkaian Program Gala Berlaga.....	70
Tabel 4. 2 jadwal upload konten siaran.....	79
Tabel 4. 3 Data KOL dalam Program Gala Berlaga .....	85
Tabel 4.4. <i>Insight</i> sebelum dan sesudah kampanye Gala Berlaga pada akun <i>@bcti.id</i> .....	93
Tabel 4.5. Topik, Narasumber, Durasi Siaran, dan Partisipasi Audiens Selama Lima Bulan Program Berlangsung .....	101
Tabel 4.6. <i>Engagement</i> berdasarkan YouTube RRI Pro 2 Banjarmasin.....	104
Tabel 4.7. Jadwal Gala Bersua.....	109
Tabel 4.8 Pelaksanaan <i>Booth</i> Konsultasi .....	116
Tabel 4.9. Rekapitulasi Hasil Talent Mapping.....	118
Tabel 4.10. Evaluasi Program Soft Skill Checking Booth.....	121
Tabel 4.11. <i>Outline</i> Soft skill Session.....	125
Tabel 4.12. Outline Materi Expert Talk .....	127
Tabel 4.13. Outline Materi Talkshow Career Preparation .....	129
Tabel 4.14. <i>Rundown</i> Mini Mock Interview .....	131
Tabel 4.15. <i>Rundown</i> Acara Hari Berlaga .....	132
Tabel 4.16. Strategi Ticketing.....	134
Tabel 4.17. Daftar Medua <i>Partner</i> Hari Berlaga .....	141

Tabel 4.18. Pelaksanaan <i>Giveaway</i> sebagai Strategi Kampanye .....	149
Tabel 4.19. Daftar Sponsor dan <i>Support</i> Hari Berlaga .....	154
Tabel 4.20. Strategi Aktivasi Pengalaman Brand BCTI .....	156
Tabel 4.21. Rekapitulasi Publikasi Press Release .....	165
Tabel 4.22. Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Pretest.....	170
Tabel 4.23. Hasil Uji Validitas Per Item Instrumen Pretest.....	170
Tabel 4.24. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pretest.....	171
Tabel 4.25. Hasil Statistik Deskriptif Total Skor Pretest dan Posttest.....	172
Tabel 4.26. Hasil Uji Normalitas Total Skor Pretest dan Posttest .....	173
Tabel 4.27. Hasil Uji Paired Sample T-Test Pre dan Post .....	174
Tabel 4.28. Ringkasan Testimoni Peserta terhadap Hari Berlaga.....	178
Tabel 4.29. Pencatatan Pendapatan.....	181
Tabel 4.30. Pencatatan Pengeluaran.....	182

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengajuan Kerjasama kepada BCTI .....	199
Lampiran 2. Dokumentasi Realisasi Program Kampanye Sosial Media .....	204
Lampiran 3. Dokumentasi Realisasi Program Gala Berlaga Talk .....	225
Lampiran 4. Dokumentasi Realisasi Program Gala Bersua .....	232
Lampiran 5. Dokumentasi Realisasi Program Soft Skill Checking Booth .....	235
Lampiran 6 . Dokumentasi Realisasi Program Hari Berlaga .....	243
Lampiran 7. Catatan Keuangan.....	262
Lampiran 8. Desain Visual.....	265
Lampiran 9. Lampiran Kuantitatif .....	266
Lampiran 1.1. Surat Permohonan Kolaborasi Project Kampanye <i>Public Relations</i> .	199
Lampiran 1.2. Surat Balasan Kolaborasi Project Kampanye <i>Public Relations</i> .....	199
Lampiran 1.3. Memorandum of Understanding (MoU) Gala Berlaga dan BCTI.....	200
Lampiran 1.4. Pertemuan dengan BCTI .....	201
Lampiran 1.5. <i>Meeting</i> dengan BCTI .....	201
Lampiran 1.6. Audiensi dengan Wakil Walikota Banjarmasin.....	201
Lampiran 1.7. Arsip Surat Keluar .....	203
Lampiran 2.1. Lampiran. Konten Reels Launching Gala Berlaga.....	204
Lampiran 2.2. Konten Reels Day Recap Gala Berlaga Talk.....	204
Lampiran 2.3. Konten Reels Gala Berlaga Talk .....	204
Lampiran 2.4. Konten Reels Day Recap Gala Berlaga Talk.....	204
Lampiran 2.5. Konten Reels Gala Berlaga Talk .....	204
Lampiran 2.6. Konten Coming Soon Hari Berlaga.....	204
Lampiran 2.7. Konten Reels Softskill Awareness .....	205
Lampiran 2.8. Konten Reels Tebak Narsum Hari Berlaga .....	205
Lampiran 2.9. Konten Reels Day Recap Gala Berlaga Talk.....	205
Lampiran 2.10. Konten Reels Tebak Narsum Hari Berlaga .....	205

Lampiran 2.11. Konten Reels Entertain .....	205
Lampiran 2.12. Konten Reels Entertain Softskill Awareness .....	205
Lampiran 2.13. Konten Reels Entertain Softskill Awareness .....	206
Lampiran 2.14. Konten Reels Day Recap Gala Berlaga Talk.....	206
Lampiran 2.15. Konten Reels Day Recap Gala Berlaga Talk.....	206
Lampiran 2.16. Konten Reels Spill Narsum Hari Berlaga.....	206
Lampiran 2.17. Konten Reels Promosi Hari Berlaga.....	206
Lampiran 2.18. Konten Reels Promosi Hari Berlaga.....	206
Lampiran 2.19. Konten Reels Promosi Hari Berlaga.....	207
Lampiran 2.20. Konten Reels Kolaborasi KOL.....	207
Lampiran 2.21. Konten Reels Promosi Hari Berlaga.....	207
Lampiran 2.22. Konten Reels Kolaborasi Sponsorship .....	207
Lampiran 2.23. Konten Reels Recap Gala Bersua.....	207
Lampiran 2.24. Konten Reels Kolaborasi Sponsorship .....	207
Lampiran 2.25. Konten Reels Kolaborasi KOL.....	208
Lampiran 2.26. Konten Reels Kolaborasi KOL.....	208
Lampiran 2.27. Konten Reels Testimoni Hari Berlaga.....	208
Lampiran 2.28. Konten Reels Kolaborasi KOL.....	208
Lampiran 2.29. Konten Reels Kolaborasi KOL.....	208
Lampiran 2.30. Konten Reels Promosi Hari Berlaga.....	208
Lampiran 2.31. Konten Reels Kolaborasi Sponsorship .....	209
Lampiran 2.32. Konten Reels Kolaborasi KOL.....	209
Lampiran 2.33. Konten Reels Day Recap Hari Berlaga .....	209
Lampiran 2.34. Konten Reels After Movie Hari Berlaga .....	209
Lampiran 2.35. Konten Feed Kolaborasi bersama RRI Gala Berlaga Talk #1 .....	209
Lampiran 2.36. Konten Feed Kolaborasi bersama RRI Gala Berlaga Talk #2.....	209
Lampiran 2.37. Konten Feed Kolaborasi bersama RRI Gala Berlaga Talk #3.....	210
Lampiran 2.38. Konten Feed Kolaborasi bersama RRI Gala Berlaga Talk #4.....	210
Lampiran 2.39. Konten Feed Kolaborasi bersama RRI Gala Berlaga Talk #5.....	210

Lampiran 2.40. Konten Feed Kolaborasi bersama RRI Media Partner Hari Berlaga .....	210
Lampiran 2.41. Konten Feed Perkenalan Program .....	210
Lampiran 2.42. Konten Feed Perkenalan Program .....	210
Lampiran 2.43. Konten Feed Carousel <i>Soft skill</i> .....	210
Lampiran 2.44. Konten Feed Kolaborasi KOL <i>Soft skill</i> .....	210
Lampiran 2.45. Konten Feed Kolaborasi KOL <i>Soft skill</i> .....	211
Lampiran 2.46. Konten Feed Carousel <i>Soft skill</i> .....	211
Lampiran 2.47. Konten Feed Carousel <i>Soft skill</i> .....	211
Lampiran 2.48. Konten Feed Carousel <i>Soft skill</i> .....	211
Lampiran 2.49. Konten Feed Carousel KOL <i>Soft skill</i> .....	211
Lampiran 2.50. Konten Feed Carousel KOL <i>Soft skill</i> .....	211
Lampiran 2.51. Tampilan Konten Feed Akhir Carousel.....	211
Lampiran 2.52. Tampilan Konten Feed Akhir Carousel.....	211
Lampiran 2.53. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Sponsorship.....	212
Lampiran 2.54. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Ticketing .....	212
Lampiran 2.55. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Ticketing .....	212
Lampiran 2.56. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Give Away .....	212
Lampiran 2.57. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Give Away Khaf .....	212
Lampiran 2.58. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Give Away Wardah.....	212
Lampiran 2.59. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Spill Doorprize .....	212
Lampiran 2.60. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Spill Trainer .....	212
Lampiran 2.61. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Spill Industry Expert .....	213
Lampiran 2.62. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Spill Keynote Speaker .....	213
Lampiran 2.63. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Spill Doorprize kolaborasi sponsorship.....	213
Lampiran 2.64. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Countdown .....	213
Lampiran 2.65. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Kolaborasi Sponsor Wardah	213
Lampiran 2.66. Tampilan Konten Feed Hari Berlaga Day Recap .....	213

Lampiran 2.67. <i>Instagram story</i> Kampanye Hari Berlaga Periode Desember 2024 - April 2025 .....	224
Lampiran 3. 1 Screenshot Sebaran Jaringan Komunikasi Bulan Januari di WhatsApp .....	225
Lampiran 3. 2 Screenshot Sebaran Jaringan Komunikasi Bulan Februari di WhatsApp .....	225
Lampiran 3. 3 Screenshot Sebaran Jaringan Komunikasi Bulan Maret di WhatsApp .....	226
Lampiran 3. 4 Screenshot Sebaran Jaringan Komunikasi Bulan April di WhatsApp .....	226
Lampiran 3. 5 Screenshot Siaran di YourTube RRI Pro 2 Banjarmasin Bulan Desember.....	227
Lampiran 3. 6 Screenshot Siaran di YourTube RRI Pro 2 Banjarmasin Bulan Januari .....	227
Lampiran 3. 7 Screenshot Siaran di YourTube RRI Pro 2 Banjarmasin Bulan Februari .....	227
Lampiran 3. 8 Screenshot Siaran di YourTube RRI Pro 2 Banjarmasin Bulan Maret .....	228
Lampiran 3. 9 Screenshot Siaran di YourTube RRI Pro 2 Banjarmasin Bulan April .....	228
Lampiran 3. 10 Dokumentasi Siaran di RRI Pro 2 Banjarmasin .....	228
Lampiran 3. 11 Screenshot Jumlah Live Chat and Reactions Selama Siaran Bulan Desember.....	229
Lampiran 3. 12 Screenshot Jumlah Live Chat and Reactions Selama Siaran Bulan Januari .....	229
Lampiran 3. 13 Screenshot Jumlah Live Chat and Reactions Selama Siaran Bulan Februari .....	229
Lampiran 3. 14 Screenshot Jumlah Live Chat and Reactions Selama Siaran Bulan Maret .....	230

Lampiran 3. 15 Screenshot Jumlah Live Chat and Reactions Selama Siaran Bulan April .....	230
Lampiran 3. 16 Screenshot Tanggapan dari Beberapa Siaran yang Sudah Dilakukan .....	231
Lampiran 4. 1 Surat Permohonan Perizinan .....	232
Lampiran 4. 2 Dokumentasi Gala Bersua Wetland Square.....	233
Lampiran 4. 3 Dokumentasi Peserta Gala Bersua.....	233
Lampiran 4. 4 Dokumentasi Gala Bersua sesi tanya jawab .....	233
Lampiran 4. 5 Dokumentasi foto bersama peserta Gala Bersua .....	233
Lampiran 4. 6 Dokumentasi Gala Bersua di Ilmu Komunikasi-ULM.....	233
Lampiran 4. 7 Dokumentasi Gala Bersua di Ilmu Komunikasi-ULM.....	233
Lampiran 4. 8 Dokumentasi Gala Bersua – Politeknik Hasnur .....	234
Lampiran 4. 9 Dokumentasi Gala Bersua – Politeknik Hasnur .....	234
Lampiran 4. 10 Dokumentasi Gala Bersua – Politeknik Hasnur .....	234
Lampiran 4. 11 Dokumentasi Gala Bersua – Politeknik Hasnur .....	234
Lampiran 5. 1 Dokumentasi Soft skill Checking Booth 1 .....	235
Lampiran 5. 2 Dokumentasi Soft skill Checking Booth 3 .....	235
Lampiran 5. 3 Dokumentasi Soft skill Checking Booth 3 .....	235
Lampiran 5. 4 Dokumentasi Soft skill Checking Booth 3 .....	235
Lampiran 5. 5 Daftar Pengisian Talent Mapping.....	242
Lampiran 6. 1 Memorandum of Understanding (MoU) Vina Muliana .....	243
Lampiran 6. 2 Surat Perjanjian Kerjasama Sponsor .....	244
Lampiran 6. 3 Persiapan Panitia .....	245
Lampiran 6.4. Persiapan Operator .....	245
Lampiran 6. 5 Peserta Memasang Notes Pertanyaan .....	245
Lampiran 6. 6 Registrasi Peserta .....	245
Lampiran 6.7. Sambutan dari Mitra .....	245
Lampiran 6. 8 MC Membuka Acara .....	245
Lampiran 6.9. Sambutan Kaprodi Ilmu Komunikasi .....	246

Lampiran 6.10. Sambutan Wakil Walikota Banjarmasin.....	246
Lampiran 6.11. Penyerahan Plakat dari Ilmu Komunikasi kepada Wakil Walikota Banjarmasin .....	246
Lampiran 6.12. Penyerahan Plakat dari BCTI kepada Wakil Walikota Banjarmasin .....	246
Lampiran 6.13. <i>Soft skill</i> Session bersama Tsaqif Ahmad Rifwanda .....	246
Lampiran 6.14. <i>Soft skill</i> Session bersama Zain Mahbuby .....	246
Lampiran 6.15. Sesi Expert Talk bersama Dr. Zulfikar Alimuddin.....	247
Lampiran 6.16. <i>Soft skill</i> Session bersama Resa Sabrina.....	247
Lampiran 6.17. Penyerahan Plakat kepada Dr. Zulfikar Alimuddin.....	247
Lampiran 6. 18. Sesi Talkshow Career Preparation bersama Vina Muliana .....	247
Lampiran 6.19. Sesi Tanya Jawab dengan Narasumber .....	247
Lampiran 6.20. Sesi Tanya Jawab dengan Narasumber .....	247
Lampiran 6.21. Penyerahan Plakat dari Ilmu Komunikasi kepada Vina Muliana....	248
Lampiran 6.22. Penyerahan Bingkisan dari Yayasan Hasnur Centre kepada Vina Muliana .....	248
Lampiran 6.23. Tim bersama Seluruh Peserta .....	248
Lampiran 6.24. Tim Gala Berlaga dan BCTI.....	249
Lampiran 6.25. Terms of References Vina Muliana.....	249
Lampiran 6.26. Terms of References Dr. Zulfikar.....	250
Lampiran 6.27. Presensi Peserta Hari Berlaga.....	254
Lampiran 6.28. Presensi Undangan Hari Berlaga .....	255
Lampiran 6.29. Daftar Panitia Hari Berlaga .....	256
Lampiran 6.30. Layout Duduk Undangan.....	257
Lampiran 6.31. Perlengkapan dan Alat.....	257
Lampiran 6.32. Liputan SCTV di Saluran Televisi .....	257
Lampiran 6.33. Liputan LPM Peristiwa di Instagram.....	258
Lampiran 6.34. Liputan Banjarmasin Post di Situs Web .....	258
Lampiran 6.35. Liputan Antara News di Situs Web .....	258

Lampiran 6.36. Press Release RRI di Situs Web .....	259
Lampiran 6.37. Liputan Wartaniaga di Situs Web.....	259
Lampiran 6.38. Press Release Prokom Sekda di Situs Web .....	259
Lampiran 6.39. Press Release Hasnur Centre di Situs Web .....	260
Lampiran 6.40. Liputan LPM Lentera Uniska di Instagram.....	260
Lampiran 6.41. Liputan LPM INTR-O FISIP ULM di Instagram.....	260
Lampiran 6.42. Pertemuan dengan Sponsor .....	261
Lampiran 7. 1 Rancangan Anggaran Biaya .....	262
Lampiran 7.2. Realisasi Anggaran Biaya.....	264
Lampiran 7.3. Realisasi Pengeluaran dan Pendapatan.....	264
Lampiran 8. 1 Backdrop Samping .....	265
Lampiran 8.2. Backdrop Layar .....	265
Lampiran 9. 1 Form Pertanyaan Pretest.....	266
Lampiran 9.2. Form Pertanyaan <i>Pretest</i> Hari Berlaga.....	267
Lampiran 9.3. Form Pertanyaan <i>Posttest</i> .....	269
Lampiran 9.4. Tabulasi Data Variabel <i>Brand awarenesss</i> (Pretest) .....	273
Lampiran 9.5. Tabulasi Data Variabel <i>Brand awarenesss</i> (Posttest).....	277
Lampiran 9.6. Hasil Uji Validitas SPSS 27 .....	278
Lampiran 9.7. Hasil Uji Reliabilitas SPSS 27 .....	279
Lampiran 9.8. Hasil Uji Deskriptif SPSS 27 .....	280
Lampiran 9.9. Hasil Uji Normalitas SPSS.....	282
Lampiran 9.10. Hasil Uji Paired Sample T-Test.....	283