

BAB II

PERENCANAAN KARYA BIDANG

Pada bab ini dijelaskan mengenai perencanaan dan persiapan yang dilakukan oleh *Public Relations Manager* dan *Administrative Manager* dalam menjalankan tugas, diantaranya yaitu perencanaan roadshow, menjalin kerja sama media partner, membuat press release, pendataan media, pendataan surat masuk dan surat keluar, menyusun surat untuk keperluan program, membuat Rancangan Anggaran Biaya (RAB) dan menyusun laporan keuangan.

2.1 Gambaran Umum

Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang merupakan lembaga pemerintah yang mengelola urusan pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak di wilayah pemerintahan kota yang dibentuk sesuai Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 3 tahun 2021. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 7 tahun 2023 tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Perempuan, DP3A Kota Semarang memiliki tugas utama dalam hal pemenuhan hak anak, perlindungan perempuan dan anak dari kekerasan dan eksploitasi, pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender serta pemberdayaan masyarakat. (JDIH Kota Semarang, 2023).

Sebagai bagian dari pelaksanaan tugasnya, DP3A Kota Semarang menghadirkan layanan PUSPAGA SEMAR (Pusat Pembelajaran Keluarga), yang merupakan unit layanan keluarga berbasis promotif dan preventif. Layanan ini merupakan implementasi dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang urusan wajib pemerintah daerah dalam bidang pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak. Meskipun termasuk dalam kategori layanan non-pelayanan dasar, PUSPAGA SEMAR memiliki peran strategis dalam memberikan pendampingan serta edukasi bagi keluarga, terutama dalam membangun pola asuh yang sehat dan menciptakan lingkungan keluarga yang harmonis serta bebas dari kekerasan (Kemen PPPA, 2021).

PUSPAGA SEMAR telah beroperasi semenjak tahun 2023, dengan visi sebagai pusat pembelajaran keluarga yang berbasis kesetaraan gender, tanpa kekerasan, serta berorientasi pada pemenuhan hak anak. Untuk mewujudkan visi tersebut, PUSPAGA SEMAR memiliki misi utama dalam membangun kehidupan keluarga di Kota Semarang yang sejahtera, penuh welas asih (belas kasih), serta berdaya dalam menghadapi tantangan kehidupan yang terus berkembang. Oleh karena itu, layanan PUSPAGA SEMAR berusaha memastikan bahwa setiap individu dalam keluarga, baik anak maupun orang tua, memiliki akses terhadap pendampingan dan edukasi sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam pelaksanaannya, PUSPAGA SEMAR memiliki beberapa jenis layanan yang dirancang untuk membantu keluarga dalam mengatasi berbagai permasalahan psikososial. Layanan tersebut meliputi konseling, yang mencakup pemberian informasi serta psikoedukasi bagi orang tua dan anak dalam menghadapi permasalahan keluarga. Selain itu, terdapat layanan konsultasi yang berfokus pada pendampingan orang tua dan anak guna membantu mereka menemukan solusi atas permasalahan yang dihadapi. Layanan penjangkauan bertujuan untuk mengurangi risiko kerentanan yang dialami oleh keluarga yang berada dalam kondisi rentan secara ekonomi, sosial, maupun psikologis. Selain itu, layanan bimbingan konseling yang mencakup pencegahan, psikoedukasi, serta sosialisasi turut diberikan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya membangun pola asuh yang positif dan lingkungan keluarga yang suportif. Untuk memberikan kemudahan akses, layanan konseling PUSPAGA SEMAR dapat dilakukan baik secara langsung (offline) maupun secara daring (online) melalui website resmi PUSPAGA.

Dalam kurun waktu April hingga November 2024, PUSPAGA SEMAR telah berhasil menangani lebih dari 100 klien, dengan berbagai latar belakang permasalahan yang mereka hadapi. Sementara itu, hingga Februari 2025, layanan ini telah melayani 13 klien, dengan target penjangkauan sebanyak 20 klien setiap bulannya. Sebagai upaya untuk meningkatkan layanan, PUSPAGA SEMAR menjalin kerjasama dengan beberapa pihak

eksternal. Salah satu bentuk kolaborasi yang telah dilakukan yaitu dengan PT Phapros, dalam menyediakan layanan konseling rutin mingguan bagi para pekerja. Selain itu, PUSPAGA SEMAR juga bekerja sama dengan Forum Anak Kota Semarang pada kegiatan kunjungan *study tour* Forum Anak Kabupaten Sleman ke Forum Anak Kota Semarang. Tidak hanya itu, PUSPAGA SEMAR pernah mengadakan kegiatan konseling di SMA Labschool Semarang sebagai bagian dari upaya preventif dalam memberikan edukasi psikososial pada remaja. Dalam operasionalnya, layanan PUSPAGA SEMAR bekerja sama psikolog serta tenaga pendidik dari Universitas PGRI Semarang untuk memastikan layanan yang diberikan berbasis keilmuan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2.2 Public Relations Manager

Public Relations (PR) memiliki peran strategis dalam keberlangsungan suatu program, terutama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, membentuk serta mempengaruhi opini publik, dan mendorong perubahan sikap maupun perilaku yang diharapkan. Selain itu, PR juga bertindak sebagai penghubung antara kepentingan organisasi dengan masyarakat melalui pendekatan komunikasi yang efektif guna menciptakan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak (Edward L. Bernays dalam (Ruslan, 2006). Tidak hanya itu, kegiatan PR juga berkontribusi dalam membangun sinergi antara fungsi pemasaran dan public relations. Menurut Ruslan (2006), PR dinilai efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dan memperkuat pengenalan merek di tengah masyarakat. Berdasarkan hal ini, promosi layanan PUSPAGA SEMAR sebagai pusat pembelajaran keluarga yang dikelola oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang juga memanfaatkan peran strategis PR untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong minat masyarakat untuk menggunakan layanan.

Dalam pelaksanaan program PR, suatu lembaga atau perusahaan biasanya menggabungkan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada publik. Pendekatan ini dikenal dengan konsep

P.E.N.C.I.L.S., yang dikemukakan oleh Thomas L. Harris dalam Nova (2009), diantaranya :

a. Publications and publicity

Public Relations bertanggung jawab dalam melakukan publikasi dan menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan organisasi melalui berbagai media, baik cetak, elektronik, maupun digital.

b. Events

PR menyelenggarakan berbagai program acara yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan organisasi serta mempererat hubungan dengan masyarakat.

c. News (Menciptakan Berita)

PR berperan dalam menghasilkan pemberitaan melalui berbagai bentuk seperti press release, newsletter, bulletin, serta liputan media untuk meningkatkan eksposur publik terhadap organisasi.

d. Community Involvement

PR menjalin hubungan baik dengan komunitas atau kelompok masyarakat tertentu melalui berbagai aktivitas sosial guna memperkuat citra dan kepercayaan publik.

e. Inform or Image

PR menyampaikan informasi dengan tujuan menarik perhatian calon konsumen serta membangun citra positif organisasi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai merek (brand value).

f. Lobbying and Negotiation

Kemampuan untuk melobi dan bernegosiasi menjadi faktor penting bagi organisasi dalam menjalin kerja sama dengan pihak eksternal guna menciptakan program yang saling menguntungkan bagi semua pihak

g. Social Responsibility

PR bertanggung jawab dalam menunjukkan kepedulian sosial organisasi terhadap masyarakat melalui berbagai kegiatan sosial, yang dapat meningkatkan citra positif organisasi di mata publik.

Dalam upaya meningkatkan awareness masyarakat terhadap layanan

PUSPAGA SEMAR, *PR Manager* akan menggunakan beberapa bauran komunikasi berikut :

- a. *Publications and Publicity* yaitu penyebarluasan informasi terkait layanan PUSPAGA SEMAR melalui berbagai media komunikasi, termasuk media sosial dan publikasi digital.
- b. *Events* yaitu Partisipasi dalam event seminar “REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR” dan kegiatan JEJAK PUSPAGA SEMAR sebagai sarana sosialisasi langsung kepada masyarakat dan menjangkau target audiens remaja.
- c. *News* yaitu Pembuatan dan distribusi *press release* untuk dipublikasikan di media guna meningkatkan jangkauan informasi layanan PUSPAGA SEMAR.
- d. *Lobbying and Negotiating*, yaitu melakukan pendekatan dan negosiasi dengan berbagai pihak eksternal, termasuk media, lembaga pemerintah, sekolah dan komunitas untuk membangun kolaborasi yang mendukung program.
- e. *Inform or Image*, yaitu menyampaikan informasi mengenai layanan PUSPAGA SEMAR secara langsung melalui kegiatan roadshow sosialisasi, guna memperkuat citra positif instansi di mata publik.

2.2.1 Fasilitator Komunikasi dengan Pihak Eksternal

PR Manager bertanggung jawab menjembatani hubungan antara instansi dengan berbagai pihak eksternal guna memastikan kelancaran program roadshow sosialisasi layanan di wilayah dan sekolah. Dalam konteks ini, *PR Manager* berkoordinasi dengan pihak Kecamatan Semarang Utara dan Semarang Timur, serta enam kelurahan terpilih dan RW setempat untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu, *PR Manager* juga bertanggung jawab dalam mengurus perizinan yang diperlukan agar proses sosialisasi dapat berjalan dengan baik sesuai dengan ketentuan yang berlaku di masing-masing wilayah. Tidak hanya itu, *PR Manager* juga berperan sebagai penghubung antara Jaringan

Perlindungan Perempuan dan Anak (JPPA) di tingkat kelurahan dengan Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A). Dalam pelaksanaan kegiatan di lingkungan sekolah, *PR Manager* juga berperan sebagai *Liasion Officer*, yaitu sebagai narahubung antara tim pelaksana dengan pihak sekolah untuk mengurus perizinan dan koordinasi sistematika pelaksanaan kegiatan JEJAK PUSPAGA SEMAR. Tugas ini mencakup menjalin komunikasi formal dengan kepala sekolah maupun pihak kesiswaan guna memperoleh persetujuan serta dukungan terhadap kegiatan. Selain itu, *PR Manager* juga bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan sistem pelaksanaan kegiatan, termasuk penjadwalan kegiatan, penyiapan materi sosialisasi, serta memastikan pelaksanaan roadshow berjalan sesuai rencana dan menciptakan suasana yang kondusif dan informatif bagi siswa.

2.2.2 Sosialisasi Layanan PUSPAGA SEMAR di Wilayah Kelurahan Terpilih

PR Manager bertanggung jawab atas sosialisasi dan promosi untuk memperkenalkan layanan PUSPAGA SEMAR serta mempromosikan kegiatan "REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR". Roadshow di wilayah kelurahan dilaksanakan dengan mendatangi langsung masyarakat melalui kegiatan komunitas di wilayah kelurahan dan secara *door-to-door*. Tujuannya adalah untuk meningkatkan awareness serta memberikan edukasi mengenai Layanan PUSPAGA SEMAR sebagai layanan preventif dan promotif yang menyediakan konsultasi dan konseling gratis dengan psikolog bagi masyarakat Kota Semarang.

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan di tiga kelurahan terpilih di Kecamatan Semarang Utara dan Semarang Timur, yang dipilih berdasarkan tingginya angka kasus Kekerasan Terhadap Anak (KTA) dan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT). Pemilihan kelurahan target dilakukan dengan berkoordinasi bersama Kasi Kesos

Kecamatan yang turut membantu mengkurasi tiga kelurahan prioritas. Setelah kelurahan ditentukan, dilakukan koordinasi jadwal kunjungan, serta penyusunan jadwal roadshow untuk memastikan kegiatan berjalan efektif bersama pihak kelurahan yang terlibat. Begitu pula dengan kegiatan roadshow sekolah, mulanya *PR Manager* bersama Event Manager membuat daftar sekolah potensial untuk dihubungi dan meminta izin terkait pelaksanaan kegiatan JEJAK PUSPAGA SEMAR. Setelah Untuk pelaksanaan sosialisasi dijadwalkan dengan rentang waktu tanggal 17 Februari sampai 30 Maret 2025, dengan target wilayah dan sekolah berikut ini.

Tabel 2.1 Daftar Wilayah Roadshow Sosialisasi Layanan

No	Kecamatan	Lokasi
1	Kec. Semarang Utara	Kelurahan Kuningan
2	Kec. Semarang Utara	Kelurahan Bandharharjo
3	Kec. Semarang Utara	Kelurahan Tanjung Mas
4	Kec. Semarang Timur	Kelurahan Kemijen
5	Kec. Semarang Timur	Kelurahan Bugangan
6	Kec. Semarang Timur	Kelurahan Rejosari

Tabel 2.2 Daftar Sekolah Potensial

No	Nama Sekolah	Lokasi
1	SMA PIKA	Jl. Imam Bonjol No 96
2	SMA N 14 Semarang	Jl. Kokrosono
3	SMA Masehi 1 PSAK	Jl Pasir Mas Raya No 1
4	SMK N 2 Semarang	Jl. Dr Cipto No.121A
5	SMK N 6 Semarang	Jl. Sidodari Barat 8
6	SMA Institut Indonesia	Jl. Maluku No. 25, Karang Tempel
7	SMK N 10 Semarang	Jl. Kokrosono No. 75
8	SMK Hasanudin	Jl. Gondomono No. 15

9	SMK Yayasan Pharmasi	Jl. Jambe No.539
10	SMA N 1 Semarang	Jl. Taman Menteri Supeno No. 1
11	SMA N 3 Semarang	Jl. Pemuda No. 149
12	SMA N 4 Semarang	Jl. Karangrejo Raya No.12A
13	SMA N 5 Semarang	Jl. Pemuda No.143 Semarang
14	SMA N 9 Semarang	Jl. Cemara Raya
15	SMA N 15 Semarang	Jl. Kedungmundu Raya No.34

Sebelum pelaksanaan, *PR Manager* menyiapkan materi promosi bersama *account executive* dan *creative* untuk menyiapkan brosur layanan PUSPAGA SEMAR dan poster seminar "REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR", yang akan dibagikan kepada masyarakat saat kegiatan sosialisasi berlangsung di wilayah kelurahan. Dalam setiap sesi sosialisasi, peserta yang hadir diwajibkan mengisi formulir daftar hadir, yang mencantumkan nama, kelurahan, dan kontak untuk sosialisasi di kelurahan. Data ini digunakan untuk mengirimkan formulir *pre test* dan post test pasca program promosi, guna mengukur efektivitas kegiatan sosialisasi serta sebagai bahan evaluasi bagi keberlanjutan program di masa mendatang.

2.2.3 Menjalin Kerja Sama dengan Media Partner

PR Manager bertanggung jawab untuk menjalin kerja sama dengan media partner untuk mengoptimalkan publikasi layanan PUSPAGA SEMAR serta mempromosikan kegiatan "REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR" secara luas melalui berbagai bentuk media baik itu media online maupun media sosial. Persiapan sebelum mengajukan kerjasama yaitu melakukan penyusunan proposal media partner yang berisi rincian program, tujuan publikasi, serta syarat dan ketentuan kerja sama (*terms & conditions*). Selanjutnya, dilakukan pendataan media partner

potensial yang relevan dengan target layanan dan audiens acara, untuk memastikan pemilihan media yang tepat. Setelah daftar media partner disusun, dilakukan negosiasi bentuk kerja sama, yang dapat berupa publikasi artikel, penyebaran poster digital seminar, maupun promosi layanan melalui media sosial dan website resmi media partner.

PR Manager juga bertanggung jawab dalam pembuatan materi publikasi seperti press release, *feature news*, serta memberikan bahan promosi berupa poster digital dan caption yang akan disebarluaskan oleh media partner. Untuk memastikan efektivitas publikasi, dilakukan monitoring dan evaluasi terhadap kinerja media partner dengan mengacu pada hasil post-test program layanan. Dalam evaluasi tersebut, peserta diminta untuk menyebutkan dari media apa mereka mengetahui atau pernah menjumpai informasi terkait layanan yang disosialisasikan. Hal ini indikator untuk mengukur seberapa luas jangkauan dan efektivitas distribusi informasi oleh media partner. Hasil evaluasi ini kemudian dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kerja sama media di masa mendatang, guna memastikan publikasi yang lebih tepat sasaran dan berdampak.

Tabel 2.3 Daftar *Media Partner* untuk Kerja Sama

No	Nama Media	Jumlah followers	Range Likes	Target Audiens	Bentuk Publikasi
1	RRI Semarang	3,664	20 - 180	Masyarakat Jawa Tengah kalangan remaja dan dewasa	Publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR dan <i>press release</i> kegiatan PUSPAGA SEMAR melalui website

2	Suara Merdeka Network @suamerd eka.network	45k	15 - 200	Masyarakat Jawa Tengah khususnya pembaca berita daring dan kegiatan anak muda	Publikasi <i>press release</i> kegiatan PUSPAGA SEMAR melalui website dan instagram serta publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR
3	E-radio Semarang	1.795	10 - 80	Pendengar usia muda hingga dewasa	Promosi Layanan PUSPAGA SEMAR melalui siaran e-radio dan publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR
4	Trax Fm @traxfmsemarang	17,2k	Tidak ditampilkan	Pendengar usia muda hingga dewasa	Publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR dan promosi adlibs melalui radio
5	Swara Semarang	7,346	15 - 150	Masyarakat Semarang secara umum khususnya pada keluarga	Publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR dan promosi adlibs melalui radio
6	Tribun Jateng	293k	25 - 250	Menyasar seluruh kalangan yang berminat pada berita lokal	Publikasi <i>press release</i> kegiatan PUSPAGA SEMAR melalui website dan instagram serta publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng

					PUSPAGA SEMAR
7	BEM FISIP UNDIP	17,2k	30 - 300	Mahasiswa yang tertarik pada isu tertentu	Publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR
8	Info Event Semarang	62,4k	50 - 500	Masyarakat Kota Semarang yang tertarik pada event lokal	Publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR
9	Wadyabala Semarang	14,6k	15 - 100	Pendengar usia muda hingga dewasa	Publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR dan promosi adlibs melalui radio
10	Antara Jateng	1,910	20 - 150	Menyasar seluruh kalangan yang berminat pada berita lokal	Publikasi <i>press release</i> kegiatan PUSPAGA SEMAR melalui website dan instagram serta publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR
11	Kompas Jateng	2,4 juta	30 - 1000	Menyasar seluruh kalangan yang berminat pada berita lokal	Publikasi <i>press release</i> kegiatan PUSPAGA SEMAR melalui website dan instagram serta publikasi poster seminar REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR

2.2.4 Membuat *Press release* dan *Feature news*

Pembuatan *press release* merupakan salah satu tugas *PR Manager* yang termasuk dalam bauran *news*. Menurut Soemirat & Ardianto, *press release* adalah informasi yang disusun dalam bentuk berita oleh Public Relations dari suatu organisasi atau perusahaan, kemudian disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa untuk dipublikasikan (Khasanah, 2023).

PR Manager melakukan penyusunan *press release* tentang kegiatan yang dilakukan oleh PUSPAGA SEMAR dan penyelenggaraan seminar “REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR” yang dilaksanakan selama 2 hari dengan topik pada hari pertama yaitu “Bangun Keluarga Super, Saatnya Pahami Peran Orangtua” dengan target audiens orangtua dan calon orangtua, kemudian seminar hari kedua dengan topik “Taktik Magic, Cegah Konflik, Ciptakan Keluarga asik” dengan target audiens pelajar dan mahasiswa Kota Semarang. Selain itu, *PR Manager* juga menyusun *press release* untuk kegiatan roadshow layanan PUSPAGA SEMAR yang dilaksanakan di beberapa wilayah kelurahan dan sekolah, sebagai bagian dari upaya sosialisasi langsung kepada masyarakat.

Tidak hanya terbatas pada publikasi berbasis peristiwa (*event-based*), *PR Manager* juga menyusun *feature news* yang bersifat informatif dan *timeless*, yang membahas lebih dalam seputar layanan PUSPAGA SEMAR. *Feature news* ini mencakup informasi mengenai alur layanan PUSPAGA SEMAR, jenis program yang ditawarkan, serta detail kontak dan cara mengakses layanan. *Feature news* ini bertujuan memberikan pemahaman secara mendalam kepada masyarakat mengenai fungsi dan manfaat PUSPAGA SEMAR sebagai pusat pembelajaran keluarga. Selain itu, *PR Manager* juga menyusun *press release* yang disesuaikan untuk akun Instagram resmi PUSPAGA SEMAR.

Setelah penyusunan *press release* selesai, *PR Manager* mendistribusikan siaran pers kepada media partner yang telah

bekerja sama untuk publikasi. Publikasi *press release* dan *feature news* ini bertujuan untuk meningkatkan eksposur informasi mengenai layanan dan kegiatan PUSPAGA SEMAR, sehingga dapat menjangkau lebih banyak masyarakat, meningkatkan awareness, serta mendorong minat untuk menggunakan layanan konsultasi dan konseling gratis yang disediakan oleh DP3A Kota Semarang. Selain itu, melalui publikasi ini dapat memperkuat citra positif PUSPAGA SEMAR sebagai layanan konsultasi dan konseling gratis di bawah Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang.

2.2.5 Penyusunan Database Media Partner untuk DP3A

PR Manager juga menyusun database media partner yang dapat digunakan oleh DP3A Kota Semarang dalam mendukung publikasi layanan PUSPAGA SEMAR dan program lainnya. Penyusunan database ini dilakukan dengan mengidentifikasi media yang relevan, termasuk media cetak, online, radio, serta media digital. *PR Manager* juga melakukan komunikasi langsung dengan pihak media untuk memperoleh informasi detail terkait bentuk kerja sama yang dapat dilakukan. Database ini mencakup nama media, kontak person, jenis layanan promosi yang ditawarkan, biaya, serta persyaratan kerja sama. Dengan adanya database media partner ini, DP3A dapat lebih efektif dalam memilih media yang tepat sasaran, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempercepat penyebaran informasi mengenai layanan dan program yang dimiliki kepada masyarakat luas.

2.3 Administrative Manager

Menurut Shotts, *Administrative Manager* bertanggung jawab untuk memastikan operasional perusahaan berjalan dengan efisien terutama di bidang penganggaran, pengendalian biaya, personalia, komunikasi serta dalam hal penyimpanan dan pencarian informasi. (Shotts, 2019). *Administrative Manager* pada kegiatan promosi Layanan PUSPAGA

SEMAR merangkap fungsi sebagai sekretaris dan bendahara yang memiliki tanggung jawab utama dalam pengelolaan administrasi dan keuangan. Adapun tugas yang dilakukan yaitu mengurus surat-menyurat, mengelola perizinan, penyusunan anggaran biaya serta pembuatan laporan keuangan selama rangkaian program berlangsung.

2.3.1 Pendataan Surat Masuk dan Surat Keluar

Pada kegiatan promosi Layanan PUSPAGA SEMAR diantaranya menggunakan *social media marketing*, *event*, dan *public relations*, tentunya membutuhkan surat resmi untuk mendukung kelancaran program. Sehingga dilakukan pendataan surat masuk dan surat keluar yang bertujuan sebagai arsip dan mendukung efektivitas koordinasi antara pihak eksternal dan internal. Surat keluar terdiri dari permohonan narasumber, surat undangan, surat peminjaman sarana dan prasarana, permohonan izin roadshow dan penelitian. Sedangkan surat masuk berupa balasan ataupun persetujuan dari penerima surat terkait hal yang diajukan. Dalam pelaksanaannya, sekretaris mengajukan surat secara langsung dengan mendatangi instansi terkait ataupun mengirimkan surat secara online melalui PIC yang bersangkutan. Berikut tabel monitoring surat keluar :

Hari/Tanggal	Nomor Surat	Hal	Penerima Surat
xxx	xxx	xxx	xxx

2.3.2 Menyusun Surat untuk Rangkaian Kegiatan Promosi Layanan PUSPAGA SEMAR

Administrative Manager menyusun berbagai surat untuk keperluan seluruh program, diantaranya yaitu surat undangan yang dibuat untuk mengajukan permohonan narasumber, surat undangan menghadiri kegiatan REMBUKKAN Bareng PUSPAGA, surat sponsorship, serta surat pembuatan video CP Layanan PUSPAGA SEMAR yang ditujukan kepada DP3A. Selain itu, surat peminjaman sarana dan prasarana disusun untuk memperoleh izin penggunaan

fasilitas Aula Gedung PUSPAGA dan Dinas Sosial Kota Semarang. Penyusunan surat izin roadshow dan penelitian disusun untuk mendapatkan izin resmi dari Kecamatan Semarang Timur dan Kecamatan Semarang Utara untuk melakukan kegiatan di 3 Kelurahan terpilih dengan kasus KTA dan KDRT tertinggi yaitu Kelurahan Kuningan, Kelurahan Bandarharjo, Kelurahan Tanjungmas, Kelurahan Rejosari, Kelurahan Bugangan, dan Kelurahan Kemijen, serta izin roadshow di sekolah.

2.3.3 Membuat Rancangan Anggaran Biaya

Administrative Manager bertanggung jawab dalam menyusun dan mengelola pemasukan dan pengeluaran selama keberjalanan program. Dalam penyusunan Rancangan Anggaran Biaya (RAB), bendahara bersama *Event Manager* mendata seluruh kebutuhan yang dibutuhkan seperti *fee* pembicara, *fee* MC, konsumsi peserta, tamu undangan, pembicara dan panitia, serta berbagai kebutuhan administratif, dan logistik untuk seminar “REMBUKKAN Bareng PUSPAGA SEMAR” dan roadshow JEJAK PUSPAGA SEMAR. Selain itu, RAB juga mencakup biaya cetak materi promosi untuk kegiatan roadshow sosialisasi layanan PUSPAGA SEMAR serta biaya publikasi berita di media.

2.3.4 Menyusun Laporan Keuangan

Selama program berlangsung, bendahara bertanggung jawab untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran yang disertai dengan tanggal transaksi serta melakukan monitoring keuangan. Hal ini bertujuan untuk memastikan penggunaan dana sesuai dengan perencanaan. Pencatatan mutasi keuangan ini mencakup informasi tanggal transaksi, jenis pengeluaran, jumlah dana yang digunakan, bukti transaksi serta sisa saldo. Setelah semua rangkaian program selesai, maka dilakukan pembuatan laporan keuangan yang mencakup laporan realisasi anggaran, bukti transaksi, serta analisis selisih antara anggaran yang direncanakan dan yang terealisasi.

Laporan ini digunakan sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada DP3A dan pihak sponsor, serta dapat menjadi bahan referensi dalam penyusunan anggaran untuk program selanjutnya.