

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kualitas sumber daya manusia. Menurut UNESCO (2021), pendidikan memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas individu, mengembangkan kemampuan berpikir, serta mendukung pembangunan sosial masyarakat. Pendidikan tidak hanya diperoleh melalui jalur formal di sekolah, tetapi juga dapat diperoleh melalui jalur pendidikan nonformal yang diselenggarakan di lingkungan masyarakat. Pendidikan nonformal berperan sebagai pelengkap pendidikan formal karena mampu memberikan kesempatan belajar yang lebih fleksibel sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Melalui kegiatan yang lebih kontekstual dan partisipatif, pendidikan nonformal dapat menjadi sarana bagi anak-anak untuk memperoleh pengalaman belajar tambahan di luar lingkungan sekolah formal (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2020).

Pendidikan nonformal sering diselenggarakan oleh berbagai komunitas masyarakat yang memiliki kepedulian terhadap pengembangan pendidikan anak. Menurut Mustofa dan Wahyuni (2021), pendidikan berbasis komunitas dapat menjadi sarana pembelajaran alternatif yang membantu meningkatkan kreativitas, keterampilan sosial, dan pengalaman belajar anak di lingkungan masyarakat. Menurut Coombs dalam Sudjana (2010), pendidikan nonformal merupakan pendidikan terorganisasi di luar sistem persekolahan yang bertujuan membantu masyarakat memperoleh pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman belajar sesuai kebutuhan mereka. Melalui kegiatan pendidikan nonformal, anak-anak dapat mengembangkan kreativitas, kemampuan sosial, serta keterampilan praktis yang mendukung proses tumbuh kembang mereka.

Salah satu komunitas yang bergerak di bidang pendidikan nonformal adalah Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan yang berlokasi di Kelurahan Sekayu, Kota Semarang. Komunitas ini merupakan komunitas berbasis masyarakat yang

menyediakan ruang belajar bagi anak-anak melalui berbagai kegiatan edukatif dan kreatif. Rumah Pintar Mekar Harapan hadir sebagai wadah pembelajaran alternatif yang bertujuan membantu anak-anak memperoleh pengalaman belajar yang menyenangkan di luar sekolah formal.

Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan secara rutin menyelenggarakan berbagai kegiatan edukatif bagi anak-anak. Kegiatan tersebut meliputi aktivitas literasi membaca, numerasi sederhana, permainan edukatif, kegiatan menggambar dan melukis, serta pembuatan kerajinan tangan. Selain bertujuan meningkatkan kemampuan belajar anak, kegiatan tersebut juga dirancang untuk mengembangkan kreativitas, kemampuan komunikasi, serta rasa percaya diri anak-anak melalui aktivitas yang interaktif dan menyenangkan

*(Wawancara dengan Fikri Maulana, Ketua Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan, 2026).*

Meskipun telah melaksanakan berbagai kegiatan edukatif secara rutin, informasi mengenai kegiatan di Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan masih belum diketahui sepenuhnya oleh masyarakat secara luas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyebaran informasi mengenai kegiatan komunitas masih belum optimal. Padahal, penyebaran informasi memiliki peran penting dalam memperkenalkan program komunitas kepada masyarakat sekaligus membangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya. Menurut Kriyantono (2021), komunikasi yang dilakukan secara terbuka, berkelanjutan, dan berorientasi pada kebutuhan publik merupakan salah satu upaya penting dalam membangun hubungan yang baik antara organisasi dan publiknya. Melalui penyampaian informasi yang jelas dan konsisten, organisasi dapat meningkatkan pemahaman publik terhadap program yang dijalankan. Informasi kegiatan yang tersampaikan dengan baik dapat membantu masyarakat mengetahui keberadaan komunitas, memahami tujuan kegiatan, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program yang dilaksanakan.

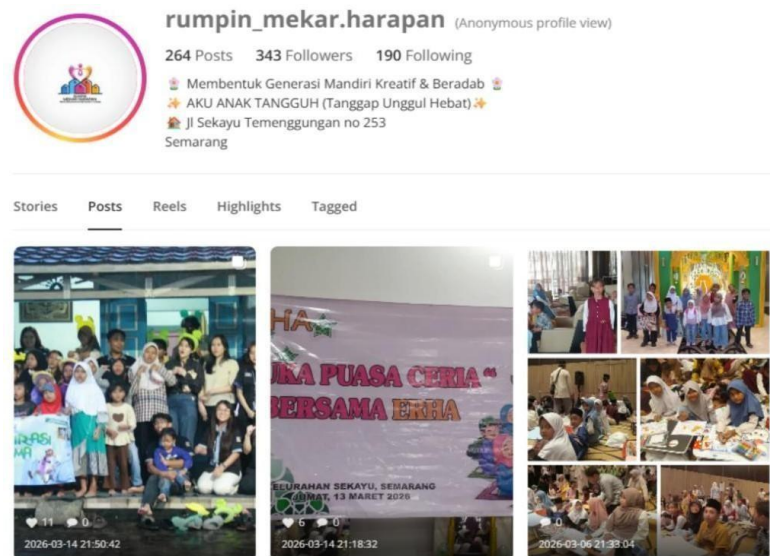
Dalam konteks komunikasi organisasi, penyampaian informasi kepada publik dapat dilakukan melalui pendekatan *public relations*. *Public relations* berperan

dalam membangun hubungan antara organisasi dengan publiknya melalui penyampaian informasi yang terencana, jelas, dan menarik. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2013), *public relations* merupakan fungsi manajemen yang bertujuan membangun serta mempertahankan hubungan baik antara organisasi dengan publik yang memengaruhi keberhasilan organisasi tersebut. Melalui kegiatan *public relations*, organisasi dapat menyampaikan pesan, membangun citra positif, serta meningkatkan perhatian dan kesadaran masyarakat terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini turut memengaruhi aktivitas *public relations*, khususnya dalam penggunaan media digital dan media sosial sebagai sarana komunikasi organisasi. Menurut Rosady Ruslan (2016), perkembangan teknologi komunikasi membuat kegiatan *public relations* tidak lagi hanya dilakukan melalui media konvensional, tetapi juga melalui media digital yang memungkinkan penyebaran informasi secara lebih cepat dan luas. Selain itu, Onong Uchjana Effendy (2017) menjelaskan bahwa perkembangan media komunikasi memberikan kemudahan bagi organisasi dalam menyampaikan pesan kepada publik secara lebih efektif dan interaktif. Pendapat tersebut juga diperkuat oleh data DataReportal (2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia terus meningkat sehingga media digital menjadi salah satu sarana komunikasi yang banyak dimanfaatkan organisasi dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan dalam kegiatan *public relations* adalah Instagram. Menurut Nasrullah (2020), Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang memudahkan pengguna dalam membagikan informasi melalui foto, video, dan konten digital secara interaktif. Menurut Tuten dan Solomon (2018), Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang efektif digunakan dalam strategi komunikasi digital karena memiliki kekuatan visual yang mampu menarik perhatian audiens dengan cepat. Konten visual seperti poster digital dan video dinilai lebih mudah dipahami serta lebih efektif dalam meningkatkan ketertarikan audiens terhadap suatu informasi.

Pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran informasi juga dilakukan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan melalui akun Instagram @rumpin\_mekar.harapan. Akun Instagram tersebut mulai aktif digunakan sejak Januari 2022 dan hingga saat ini menjadi salah satu media komunikasi utama komunitas dalam menyampaikan informasi program, dokumentasi kegiatan, serta berbagai aktivitas edukatif yang diselenggarakan. Menurut Nasrullah (2020), media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi digital untuk menyampaikan informasi dan membangun interaksi dengan audiens secara lebih luas. Berdasarkan data akun Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan per 25 April 2026, akun @rumpin\_mekar.harapan memiliki sebanyak 343 followers dan 190 following. Data tersebut menunjukkan bahwa Instagram telah digunakan sebagai salah satu media komunikasi komunitas dalam membantu menyebarkan informasi kegiatan kepada masyarakat.



Gambar 1. 1 Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan


Melalui Instagram, komunitas berupaya memperkenalkan berbagai kegiatan edukatif yang telah dilaksanakan kepada masyarakat secara lebih luas. Selain digunakan sebagai media dokumentasi kegiatan, Instagram juga dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi mengenai aktivitas komunitas agar masyarakat



dapat mengetahui keberadaan dan kegiatan yang dilaksanakan oleh Rumah Pintar Mekar Harapan.


Untuk melihat bagaimana penyebaran informasi kegiatan dilakukan melalui Instagram komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan, diperlukan analisis terhadap beberapa konten yang telah dipublikasikan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Analisis tersebut dilakukan dengan melihat performa *insight* konten berdasarkan jumlah tayangan serta respons audiens terhadap unggahan yang dipublikasikan. Selain itu, analisis konten juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana penyebaran informasi kegiatan melalui Instagram dapat membantu meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), *awareness* merupakan kemampuan audiens dalam mengenali dan mengingat suatu informasi melalui pesan komunikasi yang disampaikan secara konsisten.

Analisis dilakukan terhadap lima konten Instagram yang dipublikasikan sebelum pelaksanaan proyek Tugas Akhir. Pemilihan lima konten tersebut menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2022). Lima konten dipilih karena merupakan konten yang mewakili variasi format unggahan yang digunakan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan, yaitu reels dan feed, serta memiliki data insight yang dapat dianalisis. Selain itu, kelima konten tersebut merupakan unggahan yang dipublikasikan dalam periode sebelum pelaksanaan Creativepreneur Kids Workshop sehingga dapat menggambarkan kondisi awal performa akun Instagram komunitas. Analisis dilakukan dengan melihat jumlah tayangan (*views*), likes, comments, dan shares sebagai indikator respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan (Miles, 2019).

Tabel 1. 1 Analisis Performa Konten *Reels* Instagram Rumah Pintar Mekar Harapan

Konten	Judul	Tanggal	Analisis	Jumlah Tayangan
	<p><i>Reels</i> kegiatan belajar bersama unika</p>	<p>20 April 2025</p>	<p>Konten ini merupakan konten dengan <i>Reels</i> yang berisi tentang cuplikan kegiatan belajar dan bermain. Konten tersebut tidak dilengkapi dengan caption yang mendukung penyampaian informasi kepada audiens.</p>	<p>477</p>
	<p><i>Reels</i> keseruaan Kegiatan bersama unika</p>	<p>9 July 2025</p>	<p>Konten ini merupakan konten <i>Reels</i> yang menampilkan</p>	<p>221</p>

	<p><i>Reels</i> kegiatan EKOJAR 2025 bersama anak-anak</p>	<p>9 July 2025</p>	<p>Konten ini merupakan konten dilengkapi dengan caption</p>	<p>241</p>
	<p><i>Reels Recap</i> kegiatan volunteer bersama Sankara ID</p>	<p>17 Februari 2026</p>	<p><i>Reels</i> kegiatan Komunitas Semarang Menyapa bersama Sankara ID berisi dokumentasi suasana kegiatan dan interaksi peserta selama kegiatan berlangsung. Konten ini dibuat memperlihatkan aktivitas komunitas kepada audiens Instagram</p>	<p>318</p>

	<p><i>Reels</i> recap Interaksi belajar bersama anak-anak bersama One Day Thousand Smiles</p>	<p>17 Februari 2026</p>	<p><i>Reels</i> recap interaksi belajar bersama anak-anak bersama One Day Thousand Smiles berisi dokumentasi kegiatan belajar dan interaksi peserta selama kegiatan berlangsung.</p>	<p>380</p>
---	---	---------------------------------	--	------------

*Sumber: Observasi akun Instagram Rumah Pintar Mekar Harapan, terakhir dilihat pada 25 April 2026.*


Berdasarkan hasil observasi terhadap lima postingan *reels* terakhir akun Instagram @rumpin\_mekar.harapan, ditemukan bahwa jumlah tayangan pada setiap unggahan masih menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan. Konten *reels* kegiatan belajar bersama mahasiswa Unika yang diunggah pada 20 April 2025 memperoleh 477 tayangan, sedangkan *reels* keseruan kegiatan bersama Unika pada 9 Juli 2025 memperoleh 221 tayangan. Selain itu, *reels* kegiatan EKOJAR 2025 memperoleh 241 tayangan, *reels* recap kegiatan volunteer bersama Sankara ID memperoleh 318 tayangan, dan *reels* recap interaksi belajar bersama anak-anak bersama *One Day Thousand Smiles* memperoleh 380 tayangan.


Berdasarkan data tersebut, diperoleh rata-rata jumlah tayangan sebesar 327 tayangan per konten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyebaran informasi kegiatan melalui Instagram yang dilakukan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan masih belum konsisten dalam menjangkau audiens secara luas. Perbedaan


performa konten tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti konsep visual, jenis konten, caption, waktu unggahan, maupun ketertarikan audiens terhadap isi konten. Menurut Tuten dan Solomon (2018), kualitas visual dan relevansi konten menjadi faktor penting yang memengaruhi perhatian audiens pada media sosial. Pendapat tersebut juga diperkuat oleh Miles (2019) yang menyatakan bahwa konten video dan dokumentasi aktivitas memiliki peluang lebih besar dalam menarik perhatian pengguna Instagram. Bahwa tidak seluruh konten mampu menarik perhatian audiens dalam tingkat yang sama. Selain itu, perbedaan jumlah tayangan juga mengindikasikan bahwa *awareness* masyarakat terhadap kegiatan komunitas masih belum merata pada setiap konten yang dipublikasikan.


Selain dilihat dari jumlah tayangan, performa konten Instagram juga dapat menunjukkan sejauh mana informasi kegiatan mampu menarik perhatian audiens dan membantu meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), *awareness* merupakan kemampuan audiens dalam mengenali dan mengingat suatu informasi atau kegiatan melalui pesan komunikasi yang disampaikan secara konsisten. Dalam konteks media sosial, perhatian audiens terhadap suatu konten dapat dilihat melalui *insight* konten seperti jumlah *likes*, *comments*, dan *share* sebagai bentuk respons audiens terhadap informasi yang dipublikasikan.

Tabel 1. 2 Analisis *insight* Konten *feed* Instagram Rumah Pintar Mekar Harapan

Konten	Tanggal Posting	Judul	Analisis	Insight		
				Lik e	Commen ts	Shar e
	9 July 2025	Poster Jujur itu Baik	Poster edukatif menyampaikan pesan kejujuran secara jelas melalui headline yang mudah dipahami. Namun, elemen visual yang cukup padat dan dominasi warna abu-abu membuat daya tarik konten kurang optimal sehingga berpotensi mengurangi	6	0	0

			fokus audiens.			
	26 July 2025	Poster Membaca Lagi Yuk	Penggunaan ilustrasi yang ceria dan warna yang menarik sesuai dengan target audiens anak-anak dan remaja. Pesan ajakan untuk meningkatkan minat baca tersampaikan dengan baik, meskipun format poster statis masih memiliki keterbatasan dalam mendorong interaksi audiens.	5	0	0
	6 Maret 2026	Kegiatan Safari Dogeng Ramadhan	Dokumentasi kegiatan menampilkan interaksi peserta secara langsung	12	0	1

			<p>sehingga memberikan kesan autentik dan menunjukkan keterlibatan audiens dalam kegiatan. Visual yang menampilkan suasana kebersamaan membuat konten lebih menarik dibandingkan poster informatif.</p>			
	14 Maret 2026	Buka Puada Bersama ERHA	<p>Dokumentasi kegiatan berhasil menampilkan suasana hangat dan kebersamaan antar peserta. Konten mampu membangun citra positif komunitas</p>	6	0	0

			melalui visual yang menunjukkan interaksi sosial dan partisipasi peserta.			
	14 Maret 2026	Sesi Inspirasi Bersama ppmbfeb —	Dokumentasi kegiatan memperlihatkan keterlibatan aktif peserta dalam sesi inspirasi bersama pihak eksternal. Kehadiran audiens yang cukup ramai membuat konten terlihat lebih hidup, interaktif, dan menunjukkan antusiasme peserta terhadap kegiatan yang	11	-	2

			dilaksanakan.			
--	--	--	---------------	--	--	--

Sumber: Observasi akun Instagram Rumah Pintar Mekar Harapan, terakhir dilihat pada 25 April 2026.

Berdasarkan hasil observasi pada lima postingan *feeds* Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan, *insight* konten yang diperoleh masih tergolong rendah. Hal tersebut terlihat dari jumlah *likes*, *comments*, dan *share* pada beberapa unggahan yang masih sedikit dan belum menunjukkan respons audiens yang konsisten, beberapa konten juga masih belum didukung oleh caption yang informatif dan menarik sehingga penyampaian informasi kegiatan kepada audiens belum dilakukan secara maksimal. Padahal, *caption* memiliki peran penting dalam membantu memperjelas pesan serta menarik perhatian audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Konten dokumentasi kegiatan seperti “Safari Dongeng Ramadan” dan “Sesi Inspirasi Bersama ppmbfeb\_unika” memang memperoleh respons lebih baik dibandingkan konten poster informatif, namun secara keseluruhan interaksi audiens pada lima postingan tersebut masih relatif terbatas.

Berdasarkan data tersebut, tingkat keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan masih tergolong rendah. Dari lima unggahan yang diamati, total interaksi yang diperoleh terdiri atas 40 likes, 0 komentar, dan 3 kali dibagikan (*share*). Rata-rata setiap konten hanya memperoleh 8 likes, tanpa komentar, serta rata-rata 1 share per unggahan.

Selain itu, konten yang diunggah masih didominasi oleh poster informatif dan dokumentasi kegiatan dengan penyajian visual yang belum konsisten. Beberapa unggahan dokumentasi kegiatan memang memperoleh respons yang lebih baik dibandingkan poster statis, namun secara keseluruhan tingkat interaksi audiens masih belum optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa informasi mengenai kegiatan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan belum sepenuhnya menjangkau dan menarik perhatian audiens secara luas.

Kondisi ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi kegiatan melalui Instagram belum sepenuhnya mampu menarik perhatian audiens secara optimal. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), perhatian audiens terhadap suatu informasi dapat membantu meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan atau organisasi tertentu. Selain itu, menurut Sprout Social (2024), respons audiens terhadap konten media sosial seperti *likes*, *comments*, dan *share* dapat menunjukkan tingkat perhatian audiens terhadap informasi yang dipublikasikan. Oleh karena itu, rendahnya respons audiens pada beberapa konten Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan menunjukkan bahwa *awareness* masyarakat terhadap kegiatan komunitas masih perlu ditingkatkan melalui penyajian konten yang lebih menarik, kreatif, dan interaktif.

Instagram tidak hanya digunakan sebagai media dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai media yang dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap suatu program atau kegiatan. *awareness* merujuk pada tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh organisasi. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa *awareness* merupakan kemampuan audiens untuk mengenali dan mengingat suatu produk, kegiatan, atau organisasi melalui pesan komunikasi yang disampaikan secara berulang dan konsisten. Semakin tinggi *awareness* masyarakat terhadap suatu kegiatan, maka semakin besar pula kemungkinan kegiatan tersebut dikenal, diperhatikan, dan mendapatkan respons dari masyarakat.

Sejalan dengan hal tersebut, efektivitas penyebaran informasi melalui Instagram juga dipengaruhi oleh kesesuaian media dengan karakteristik audiens yang menjadi sasaran komunikasi. Berdasarkan data *insight* audiens Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan, mayoritas audiens akun Instagram komunitas berada pada kelompok usia muda dan sebagian besar berasal dari Kota Semarang. Karakteristik audiens tersebut menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi yang cukup besar untuk digunakan sebagai media publikasi kegiatan komunitas, khususnya kegiatan yang bersifat edukatif, kreatif, dan interaktif. Audiens usia muda cenderung

lebih tertarik pada konten visual yang menarik dan mudah dipahami seperti poster digital maupun video dokumentasi kegiatan.

#### Pemirsa ⓘ



Gambar 1. 2 Data Demografi Audiens Instagram

Sumber: *Insight* audiens Instagram Rumah Pintar Mekar Harapan, terakhir dilihat pada 25 April 2026.

Berdasarkan data rentang usia Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan, mayoritas audiens berada pada rentang usia 18–24 tahun sebesar 56,8%, diikuti usia 25–34 tahun sebesar 30,6%, usia 35–44 tahun sebesar 8,3%, serta usia 13–17 tahun sebesar 2,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aktif Instagram yang mengikuti akun komunitas didominasi oleh kelompok usia dewasa muda yang memiliki intensitas tinggi dalam berinteraksi dengan konten media sosial.. Namun demikian, rendahnya tingkat performa konten menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan masih perlu ditingkatkan agar informasi mengenai kegiatan komunitas dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat diketahui bahwa Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan telah memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi terhadap *awareness* masyarakat pada program dan kegiatan komunitas. Melalui berbagai unggahan dokumentasi kegiatan, *recap* kegiatan berupa *reels* dan juga adanya poster kegiatan, komunitas berupaya memperkenalkan aktivitas edukatif

yang dilaksanakan kepada masyarakat secara lebih luas. Namun demikian, beberapa konten yang dipublikasikan masih menunjukkan performa yang belum konsisten sehingga penyebaran informasi kegiatan kepada audiens belum dilakukan secara optimal,

Selain itu, beberapa konten juga masih belum didukung oleh konsep visual, caption, serta penyajian informasi yang menarik dan konsisten sehingga perhatian audiens terhadap konten yang dipublikasikan masih relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *awareness* masyarakat terhadap kegiatan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan masih belum maksimal karena informasi kegiatan belum sepenuhnya mampu menarik perhatian audiens secara luas dan masih perlu ditingkatkan. Menurut Ruslan (2016), strategi komunikasi yang terencana diperlukan agar penyampaian informasi organisasi dapat diterima publik secara efektif. Selain itu, Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom (2013) menjelaskan bahwa kegiatan *public relations* memerlukan media komunikasi yang mampu menarik perhatian publik secara konsisten.

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan, diketahui bahwa penyebaran informasi kegiatan belum berjalan secara optimal yang ditunjukkan oleh ketidakstabilan performa konten serta rendahnya respons audiens pada beberapa unggahan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa informasi kegiatan belum sepenuhnya menjangkau audiens secara merata, sehingga tingkat *awareness* masyarakat terhadap kegiatan yang dipublikasikan masih belum maksimal.

Ketidakefektifan dalam penyebaran informasi ini berpotensi memengaruhi keterjangkauan informasi pada kegiatan yang akan dilaksanakan. Padahal, *awareness* menjadi aspek penting dalam memastikan bahwa suatu kegiatan dapat dikenal, dipahami, dan diperhatikan oleh audiens di media sosial. Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan akan melaksanakan kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* sebagai salah satu program edukatif bagi anak-anak. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan kreativitas dan nilai kewirausahaan kepada anak sejak dini melalui aktivitas kreatif yang interaktif dan menyenangkan. *Workshop* dirancang untuk

memberikan pengalaman belajar kepada anak-anak melalui pembuatan kerajinan sederhana serta berbagai aktivitas kreatif lainnya yang dapat membantu mengembangkan kreativitas, keterampilan, dan rasa percaya diri anak. Selain memberikan nilai edukatif, kegiatan ini juga diharapkan mampu menjadi sarana positif bagi anak-anak untuk belajar secara kreatif di lingkungan masyarakat.

Pemilihan kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* dalam Tugas Akhir ini didasarkan pada kebutuhan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan untuk meningkatkan *Awareness* masyarakat terhadap kegiatan komunitas melalui media sosial Instagram. Berdasarkan hasil evaluasi performa konten sebelumnya, publikasi Instagram komunitas masih menunjukkan belum konsisten sehingga penyebaran informasi kegiatan kepada masyarakat juga belum optimal.

Fokus dalam Tugas Akhir ini terletak pada produksi media *public relations* melalui Instagram sebagai media publikasi kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*. Kegiatan *workshop* dipilih karena memiliki konsep edukatif dan kreatif yang sesuai dengan karakteristik audiens Instagram komunitas yang didominasi oleh kelompok usia muda. Selain itu, aktivitas *workshop* yang melibatkan anak-anak dalam kegiatan kreatif juga memiliki potensi untuk dikemas menjadi konten visual yang lebih menarik, interaktif, dan mudah dipahami oleh audiens media sosial. Menurut Sprout Social, konten visual dan interaktif pada media sosial memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan keterlibatan pengguna (Sprout Social, 2024).

Selain itu, berdasarkan hasil analisis lima konten Instagram sebelumnya juga, diketahui bahwa konten yang menampilkan dokumentasi kegiatan dan interaksi peserta cenderung memperoleh insight yang lebih tinggi dibandingkan konten informatif lainnya. Salah satu contohnya adalah unggahan "Sesi Inspirasi Bersama" yang memperoleh performa tertinggi di antara konten yang dianalisis. Temuan tersebut menunjukkan bahwa audiens Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan memberikan respons yang lebih baik terhadap konten yang menampilkan aktivitas secara langsung dan melibatkan interaksi antar peserta.

Kondisi ini menjadi pertimbangan dalam menentukan fokus kegiatan yang akan dipublikasikan. *Creativepreneur Kids Workshop* dipilih karena merupakan kegiatan

yang menggabungkan unsur edukasi, kreativitas, dan interaksi peserta dalam satu rangkaian aktivitas. Karakteristik tersebut memiliki potensi untuk menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan relevan dengan preferensi audiens Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Oleh karena itu, *kegiatan Creativepreneur Kids Workshop* dijadikan fokus produksi media *public relations* guna mendukung penyebaran informasi serta meningkatkan awareness masyarakat tentang kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas.

Meskipun *Creativepreneur Kids Workshop* telah ditetapkan sebagai fokus kegiatan dalam Tugas Akhir ini, keberhasilan penyampaian informasi kegiatan tersebut kepada masyarakat tidak hanya bergantung pada penyelenggaraan acara, tetapi juga pada bagaimana informasi tersebut dikomunikasikan melalui media yang tepat. Tanpa strategi penyampaian informasi yang efektif, kegiatan yang memiliki nilai edukatif dan interaktif sekalipun berpotensi tidak dikenal secara luas oleh masyarakat. Agar kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* dapat dikenal oleh masyarakat secara lebih luas, diperlukan media publikasi yang mampu menyampaikan informasi secara menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik audiens media sosial. Dalam konteks *public relations*, media publikasi memiliki peran penting dalam membangun komunikasi antara organisasi dengan publiknya melalui penyampaian informasi yang efektif. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2019), kegiatan *public relations* bertujuan untuk membangun hubungan dan menciptakan pemahaman antara organisasi dengan masyarakat melalui komunikasi yang terencana. Oleh karena itu, publikasi kegiatan melalui media sosial perlu dirancang secara strategis agar mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan penyebaran informasi kegiatan komunitas.

Dalam Tugas Akhir ini, produksi media *public relations* diwujudkan melalui pembuatan media publikasi berupa poster digital, *Video after event*, yang akan dipublikasikan melalui Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Media publikasi tersebut dirancang dengan menyesuaikan karakteristik audiens Instagram komunitas serta dikemas menggunakan konsep visual yang lebih menarik dan informatif. Produksi media dilakukan tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi kegiatan, tetapi juga sebagai upaya untuk meningkatkan interaksi audiens terhadap konten Instagram komunitas.

Melalui produksi media *public relations* tersebut, diharapkan publikasi kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* mampu meningkatkan penyebaran informasi kepada masyarakat, memperkuat keterlibatan audiens pada media sosial komunitas, serta meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* dan keberadaan Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan. Dengan meningkatnya *awareness* masyarakat, diharapkan dapat lebih dikenal oleh publik dan mampu membangun citra positif sebagai komunitas yang aktif menghadirkan kegiatan edukatif dan kreatif bagi anak-anak.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dengan permasalahan mengenai belum optimalnya pengelolaan komunikasi *public relations* melalui platform Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan yang ditandai dengan ketidakonsistenan *insight* konten, kualitas penyajian pesan yang belum maksimal, serta rendahnya respons audiens, maka terdapat kesenjangan (*gap*) dalam efektivitas penyampaian informasi kegiatan. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya tingkat *awareness* masyarakat terhadap kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop*.

Maka rumusan masalah pada proyek ini adalah bagaimana upaya untuk dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan *Creativepreneur Kids Workshop* melalui produksi media *Public relations* pada platform Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan.

## **1.3 Tujuan**

Tugas Akhir ini bertujuan meningkatkan *Creativepreneur Kids Workshop awareness* melalui produksi media *public relations* dalam Instagram Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan

## **1.4 Manfaat**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang *public relations* terkait produksi media publikasi melalui media sosial. Selain itu, Tugas Akhir ini dapat menjadi referensi bagi Tugas Akhir selanjutnya yang berkaitan dengan pemanfaatan

Instagram dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

a. Bagi Mahasiswa

Tugas Akhir ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman mahasiswa dalam merancang serta memproduksi media *public relations* melalui Instagram, khususnya dalam meningkatkan *awareness* audiens.

b. Bagi Program Studi Informasi dan Humas

Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pembelajaran dalam pengembangan kajian *public relations*, terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi dan komunikasi organisasi.

c. Bagi Klien ( Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan)

Tugas Akhir ini diharapkan dapat membantu komunitas dalam menghasilkan media publikasi yang lebih menarik dan terarah, sehingga dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kegiatan yang diselenggarakan.

d. Bagi Masyarakat

Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai kegiatan edukatif yang diselenggarakan oleh Komunitas Rumah Pintar Mekar Harapan, sehingga dapat meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan tersebut.

#### **1.5 Luaran Tugas Akhir**

Luaran utama kegiatan ini berupa Poster, Banner, dan *Video after event* , Modul sebagai strategi penyebaran informasi untuk meningkatkan *awareness* masyarakat melalui *Creativepreneur Kids Workshop*