

BAB III

METODE

3.1 Profil TK ABA 51

TK ABA adalah Lembaga Pendidikan anak usia dini yang berada di bawah naungan Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kota Semarang dan telah tersebar di berbagai kecamatan. TK ABA 51 berlokasi di Kota Semarang, tepatnya di Jl. Muradi No. 85, Kembangarum, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah 50148. TK ABA 51 berdiri sejak tahun 2000 dan saat ini memiliki 94 peserta didik.

Peserta Didik di TK ABA 51 dibagi kedalam tiga kategori kelas, yaitu Kelompok Bermain (KB) dengan rentang usia 2,5–4 tahun, Kelas A usia 5–6 tahun, dan Kelas B usia 6-7 tahun. Kurikulum yang diterapkan berbasis kompetensi yang terintegrasi dengan nilai-nilai keislaman serta praktik ibadah dalam kegiatan sehari-hari.

Waktu pembelajaran di TK ABA 51 disesuaikan berdasarkan jenjang kelas. Kelas KB dilaksanakan pada pukul 07.15–09.15 dan 09.20–11.20, Kelas A pada pukul 07.30–11.00, serta Kelas B pada pukul 07.45–11.15.

TK ABA 51 memiliki fasilitas yang mendukung proses pembelajaran maupun kegiatan bermain, seperti lapangan olahraga, masjid, perpustakaan, ruang UKS, ruang komputer, ruang kelas, serta area bermain indoor dan outdoor. Dan saat ini, sekolah sudah berakreditasi B.

Visi dari TK ABA 51 adalah menjadi sekolah Islam yang Unggul, berkualitas, dan berakhlakul karimah berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Adapun misinya meliputi mengenalkan pemahaman Islam sejak dini, mengembangkan potensi peserta didik sesuai dengan kepribadian dan ajaran agama Islam, serta membantu orang tua dalam mewujudkan anak yang soleh, solehah, dan berakhlakul karimah. Tujuan dari lembaga ini adalah membentuk anak yang memiliki akhlak mulia serta kemampuan keislaman yang unggul.

Selain kegiatan pembelajaran utama, TK ABA 51 juga menyelenggarakan berbagai kegiatan tambahan, seperti baca tulis Al-Qur'an, praktik salat, salat dhuha, pengenalan bahasa Arab dan bahasa Inggris, drumband, seni lukis, komputer, serta kegiatan kepastakaan. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mengembangkan kemampuan non-akademik anak dengan tetap memadukan nilai-nilai keagamaan.

Dalam mendukung perkembangan emosional dan pembentukan karakter anak, TK ABA 51 menerapkan berbagai program pembiasaan, seperti memberi salam kepada orang tua, membaca doa sebelum memulai kegiatan, bersikap rapi dan tertib saat belajar, serta menyalurkan emosi melalui interaksi positif seperti bersalaman dengan guru, berpelukan, atau tos. Pembiasaan ini dilakukan sebagai upaya dalam membentuk karakter positif, menanamkan nilai sopan santun, serta membangun hubungan emosional yang baik antara peserta didik dan guru disekolah.

Dalam pelaksanaan kegiatan, TK ABA 51 melibatkan orang tua secara aktif melalui, outing class, manasik haji, dan perlombaan di luar sekolah. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat peran orang tua dalam mendampingi tumbuh kembang anak.

Dalam aspek Kesehatan, TK ABA 51 bekerja sama dengan puskesmas dan klinik 'Aisyiyah dalam menyelenggarakan program skrining tumbuh kembang peserta didik. Kegiatan skrining Bersama puskesmas dilaksanakan dua kali dalam satu tahun, yaitu pada semester ganjil dan genap, sedangkan pemeriksaan Bersama klinik 'Aisyiyah dilaksanakan satu kali dalam setahun. Kegiatan ini meliputi pengukuran tinggi dan berat badan, pemeriksaan buta warna, pemberian vitamin dan nutrisi, serta pemeriksaan kesehatan gigi.

Berdasarkan visi dan misi yang dijalankan, TK ABA 51 telah meraih berbagai prestasi di bidang akademik dan non-akademik, di antaranya Juara 1 Lomba Komputer di Yayasan Al Azhar Semarang Barat, Juara 1 Praktik Salat di SD Muhammadiyah 7, Juara 1 dan Juara 2 Lomba Hafalan TK ABA se-Kota Semarang, Juara 2 Lomba Menggambar Apotek 24 Suratmo, Juara 2 Lomba Komputer di Yayasan Al Azhar Semarang Barat, Juara 2 dan Juara 3 Lomba Mewarnai TK ABA se-Kota Semarang, Juara Umum Lomba Anak Saleh di SD Muhammadiyah 7, serta Juara Umum Drumband IGABA Kota Semarang.

Terlibatnya orang tua diberbagai kegiatan sekolah adalah bentuk komitmen dalam membangun dan menjalin Kerjasama antara sekolah dengan orang tua. Kerjasama tersebut dilakukan untuk mendukung perkembangan anak secara optimal. Komitmen tersebut menjadi salah satu dasar dalam pelaksanaan program. Kampanye edukasi mengenai penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age.

3.2 Analisis Target Audience

Berikut ini analisis target audience kampanye “Kampanye Edukasi Pola Asuh” yaitu:

a. Demografis

- 1.) Usia: 30-40 tahun
- 2.) Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- 3.) Status: Orang tua TK ABA 51
- 4.) Pekerjaan: Pegawai swasta, wirausaha, tenaga kesehatan, guru, dan profesi lainnya.

b. Psikografis

- 1.) Terbatasnya pemahaman orang tua TK ABA 51 mengenai penerapan pola asuh yang tepat dalam mendukung perkembangan emosional dan pembentukan karakter anak pada masa golden age.
- 2.) Orang tua TK ABA 51 yang memiliki motivasi tinggi untuk belajar pola asuh yang efektif untuk mendukung perkembangan anak secara optimal.

c. Perilaku

- 1.) Masih terdapat Orang tua siswa TK ABA 51 yang belum memiliki kedekatan emosional secara optimal dengan anak sehingga belum sepenuhnya memahami perkembangan anak.
- 2.) Masih terdapat orang tua yang belum secara optimal memperhatikan perkembangan perilaku dan interaksi sosial anak di lingkungan sekolah.

Oleh karena itu, kampanye edukasi dipilih sebagai pendekatan yang tepat dalam menyampaikan informasi mengenai pola asuh. Kampanye ini bertujuan untuk penyampaian pesan secara bertahap, terstruktur, dan fleksibel, sehingga dapat menyesuaikan dengan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh orang tua. Selain itu, perbedaan latar belakang usia, pekerjaan, dan pendidikan menjadi dasar dalam merancang pesan kampanye agar lebih mudah dipahami, relevan, serta tepat sasaran bagi target audiens.

3.3 Metode Pelaksanaan

3.3.1 Pra Kampanye

Tahap awal dilakukan dengan menghubungi pihak TK ABA 51, menyerahkan surat izin, dan melakukan wawancara untuk memperoleh informasi terkait kebutuhan dan permasalahan yang ada di sekolah.

Setelah melakukan wawancara, diperoleh permasalahan mengenai kurangnya pengetahuan orang tua mengenai penerapan pola asuh yang tepat kepada anak.

Untuk memperkuat data, dilakukan survei lanjutan melalui penyebaran kepada orang tua murid sebagai target audience kegiatan. Setelah survei selesai dilakukan, penulis Bersama pihak sekolah berdiskusi mengenai konsep dasar kegiatan, latar belakang acara, tujuan, dan manfaat yang diharapkan, bentuk kegiatan, serta media yang digunakan. Hasil diskusi tersebut menghasilkan inovasi berupa kampanye edukasi mengenai pola asuh yang tepat pada masa golden age yang dikombinasikan dengan seminar parenting Bersama psikolog anak.

Selanjutnya, menyusun konsep kampanye yang meliputi pembuatan poster, infografis, carousel post, booklet, serta seminar parenting. Konsep tersebut kemudian dipresentasikan dan didiskusikan Bersama pihak sekolah untuk memperoleh persetujuan serta menghindari terjadinya miskomunikasi selama pelaksanaan kegiatan.

Tabel 3. 1 Perencanaan konten Instagram

Jenis Konten	Isi Konten	Tanggal Upload
Infografis	Definisi pola asuh, perilaku yang sering terjadi pada anak, dan pengenalan kampanye.	18 Mei 2026
Poster	Reminder pelaksanaan kegiatan seminar.	18 Mei 2026
Carousel	Definisi masa golden age anak, data mengenai pertumbuhan otak anak.	19 Mei 2026
Carousel	Definisi pola asuh, dan tujuan penerapan pola asuh pada anak	20 Mei 2026
Infografis	Jenis-jenis pola asuh, dan tips menerapkan pola asuh tepat pada anak.	21 Mei 2026

Carousel	Dampak pola asuh positif dan negative dari setiap bentuk pola asuh.	22 Mei 2026
----------	---	-------------

3.3.1.1 Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan dalam program ini berupa kampanye edukasi pola asuh pada masa golden age yang menyasar kepada orang tua murid TK ABA 51. Tujuan kampanye ini untuk melihat efektifitas kampanye dalam meningkatkan pengetahuan orang tua siswa TK ABA 51 terhadap pentingnya penerapan pola asuh yang tepat dalam mendukung pembentukan karakter dan perkembangan emosional anak.

Kampanye ini dilaksanakan dengan menggabungkan antara media online dan offline, sehingga penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung maupun berkelanjutan melalui platform digital.

Program Kampanye ini dilaksanakan selama satu minggu, dengan melibatkan pihak sekolah TK ABA 51 sebagai perantara, dengan orang tua murid TK ABA 51 serta menggandeng psikolog anak sebagai narasumber pada kegiatan seminar. Pelaksanaan kegiatan dibagi kedalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1) Tahap Awareness

Tahap ini menjadi dasar dalam membangun pemahaman awal sekaligus membangun keterlibatan orang tua mengenai pentingnya pola asuh pada masa golden age. Informasi edukasi yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran orang tua mengenai pentingnya pola asuh pada masa golden age. Media yang digunakan meliputi:

- A. Pemasangan poster pada papan pengumuman sekolah
- B. Publikasi infografis dan konten berupa carousel mengenai pengertian golden age, pentingnya perkembangan emosional anak, jenis pola asuh dan dampak pola asuh terhadap perkembangan anak.

C. Penyampaian informasi serta reminder mengenai pelaksanaan seminar parenting.

Berdasarkan tahapan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan membangun keterlibatan orang tua terhadap pentingnya penerapan pola asuh yang tepat untuk mendukung perkembangan emosional dan karakter anak.

2) Tahap Puncak

Tahapan ini menjadi puncak dari rangkaian kampanye. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk seminar edukasi parenting secara tatap muka bersama psikolog anak. Kegiatan ini berisi:

- A. Penyampaian materi mengenai pola asuh yang tepat dalam mendukung perkembangan emosional dan pembentukan karakter anak pada masa golden age.
- B. Diskusi interaktif Bersama peserta
- C. Sesi tanya jawab dan sharing session antara orang tua dan narasumber.
- D. Distribusi booklet edukasi pola asuh sebagai media pembelajaran bagi orang tua.

Pada tahap ini memiliki tujuan untuk memperdalam pemahaman orang tua dan memberikan solusi praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

3) Tahap Reinforcement

Tahap ini dilakukan sebagai penguatan pesan kampanye setelah seminar berlangsung, melalui:

- A. Publikasi dokumentasi seminar pada media sosial.
- B. Penyebaran rangkuman materi seminar yang telah dilaksanakan.
- C. Penyebaran pesan ajakan untuk menerapkan pola asuh yang positif dan konsisten.

Pada tahap ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman serta menjaga keberlanjutan pesan edukasi yang telah disampaikan selama kampanye berlangsung.

3.3.2 Pelaksanaan kampanye

Tahap pelaksanaan kampanye berlangsung selama satu minggu. Kegiatan diawali dengan penyebaran informasi mengenai penjelasan singkat golden age dan informasi seminar parenting melalui pemasangan poster dan publikasi pada media sosial Instagram. Selanjutnya, kampanye dilaksanakan melalui publikasi konten edukatif berupa infografis dan carousel post pada akun Instagram TK ABA 51. Konten tersebut berisi informasi mengenai jenis-jenis pola asuh, dampak pola asuh, definisi pola asuh terhadap perkembangan anak, serta pentingnya penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age.

Selain melalui media sosial, penulis juga Menyusun booklet yang berisi materi mengenai pola asuh untuk dibagikan kepada orang tua sebagai media edukasi pendukung. Puncak kegiatan kampanye dilaksanakan melalui seminar parenting Bersama psikolog anak. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat efektivitas kampanye dalam meningkatkan pengetahuan orang tua mengenai penerapan pola asuh yang tepat.

3.3.2.1. Tema Kegiatan

Orang Tua Hebat, Anak Cerdas Emosi dan Berkarakter

3.3.2.2. Nama Kegiatan

Seminar Edukasi Pola Asuh

3.3.2.3. Tagline

Tagline “Didikan Hari ini, Karakter Sejati di Masa Nanti” bertujuan untuk mendorong orang tua agar menerapkan pola asuh yang tepat sejak dini. Frasa “Didikan Hari ini” menekankan pentingnya peran orang tua dalam memberikan pengasuhan yang optimal pada masa sekarang, sedangkan “Karakter Sejati di Masa Nanti” menggambarkan hasil jangka Panjang berupa terbentuknya karakter anak yang positif mandiri dan bertanggung jawab. Hadirnya tagline ini, diharapkan dapat

mendorong orang tua untuk menerapkan pola asuh yang tepat sebagai upaya mendukung perkembangan karakter anak di masa depan.

3.3.2.4. Tujuan Kegiatan

Berikut ini tujuan diselenggarakannya kegiatan kampanye yaitu:

- 1) Memberikan edukasi kepada orang tua mengenai pola asuh yang tepat melalui kampanye dan seminar parenting.
- 2) Meningkatkan kesadaran orang tua mengenai pentingnya peran pola asuh dalam mendukung perkembangan emosional dan pembentukan karakter anak pada masa golden age.
- 3) Mengukur efektifitas kampanye dalam meningkatkan pengetahuan orang tua TK ABA 51 mengenai penerapan pola asuh yang tepat.

3.3.2.5. Peserta

Peserta dalam kegiatan kampanye ini terdiri dari seluruh orang tua murid TK ABA 51 sebagai sasaran kampanye edukasi. Adapun untuk kegiatan seminar sebagai puncak acara, peserta yang terlibat berjumlah sekitar 25 orang yang merupakan perwakilan orang tua murid dari kelas KB, A, dan B, serta pihak komite sekolah.

3.3.2.6. Tempat pelaksanaan

TK ABA 51 Jl. Muradi No.85, Kembangarum, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah.

3.3.2.7. Waktu pelaksanaan

Kampanye: Dilaksanakan pada Senin 18 Mei 2026

Seminar: Dilaksanakan pada Jumat, 22 Mei 2026, Pukul 08.00 WIB-10.00 WIB.

3.3.2.8. Susunan Acara

Tabel 3. 2 Time perencanaan proyek

No	Keterangan	Tahapan	Tanggal	Media	Tujuan
----	------------	---------	---------	-------	--------

1.	- Pemasangan Poster di sekolah - Perkenalan Kampanye di Instagram - Postingan Konten 1: “Sudahkah cara kita mengasuh anak sudah tepat?” - Postingan Kedua “Remainder seminar pola asuh”	Tahap Awareness	18 Mei	Poster	Membangun awareness awal dan memberikan informasi mengenai pelaksanaan seminar parenting.
2.	- Postingan konten 2: “Definisi masa golden age”	Tahap awareness	19 Mei	Instagram	Memberikan edukasi dasar mengenai masa golden age.
3.	- Postingan konten 3: “Definisi pola asuh untuk anak”	Tahap awareness	20 Mei	Instagram	Memberikan informasi mengenai definisi pola asuh untuk anak.
4.	- Postingan konten 4: “Jenis- jenis pola asuh” - Postingan konten 5: “Dampak dari pola asuh anak”	Tahap awareness	21 Mei	Instagram	Memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai pola asuh dan dampak terhadap perkembangan anak.

5.	Seminar dan Pembagian Booklet	Tahap Puncak kampanye	22 Mei	Offline	Menjadi puncak kegiatan kampanye serta memberikan pendalaman materi kepada orang tua.
6.	Publikasi dokumentasi seminar dan rangkuman seminar	Tahap Reinforcement	Setelah seminar	Instagram	Memperkuat pemahaman orang tua serta menjaga keberlanjutan pesan kampanye.

Tabel 3. 3 Rundown kegiatan seminar

No	Keterangan	Waktu	Durasi
1.	Persiapan	07.15	45'
2.	Pengisian pre-test	07.50	10'
3.	Pembukaan	08.00	10'
4.	Sambutan Kepala Sekolah TK ABA 51	08.10	10'
5.	Sambutan Penanggung Jawab	08.20	10'
6.	Materi Sosialisasi	08.30	45'
7.	Tanyaa Jawab dan diskusi	09.15	15'
8.	Pengisian post-test dan evaluasi	09.30	15'
9.	Dokumentasi	09.45	10'
10.	Pembagian Booklat	09.50	5'
11.	Penutupan	10.00	5'

3.4 Rancangan Anggaran Biaya (RAB)

Tabel 3. 4 Anggaran biaya yang di keluarkan untuk project

No	Keterangan Jenis Kebutuhan	Banyak Unit	Biaya	Jumlah harga
1.	Printing Poster	2 Lembar	Rp. 5000	Rp. 10.000

2.	Printing Booklet	30 book	Rp. 8000	Rp. 240.000
3.	Psikolog (Narasumber)	1 Orang	Rp. 500.000	Rp. 500.000
4.	Konsumsi Snack	30 Orang	Rp. 8000	Rp. 240.000
5.	Plakat untuk Narasumber	1 unit	Rp. 35.000	Rp. 35.000
6.	Printing Banner Standing	1 buah	Rp. 60.000	Rp.60.000
7.	Printing Banner Horizontal	1 buah	Rp. 84.000	Rp.84.000
8.	Biaya Tidak Terduga	1 paket	Rp.200.000	Rp. 100.000
	Jumlah Biaya			Rp. 1.269.000

3.5 Time Line Kampanye

Tabel 3. 5 Rencana kegiatan yang akan dilaksanakan

[illegible]

[illegible]

Indikator keberhasilan dalam penyelenggaraan event dapat diukur dari beberapa indikator yang berpengaruh terhadap event team, *rundown* acara, kesesuaian audience, kualitas layanan, dan promosi kegiatan (Adam et al., 2024). Adapun indikator keberhasilan dari proyek kampanye yang akan dilaksanakan yaitu:

Tabel 3. 6 Indikator Keberhasilan

Aspek	Penjelasan	Target	Cara Ukur
Tim Pelaksanaan	Kehadiran dan kerja sama tim dalam pelaksanaan seminar.	Tim pelaksanaan bekerja sama sesuai jobdesk.	Seluruh tim hadir dalam pelaksanaan kegiatan seminar.
Kehadiran peserta	Kehadiran orang tua sebagai peserta dalam kegiatan seminar.	Kehadiran orang tua murid $\geq 80\%$ dari 65 undangan	Foto dokumentasi dan daftar hadir
Penyusunan Rundown	Persiapan susunan acara sebelum pelaksanaan kegiatan.	Rundown kegiatan selesai disusun dan disetujui pihak sekolah paling lambat H-7.	Rundown disetujui oleh pihak sekolah
Efektivitas seminar edukasi	Kegiatan seminar efektif dalam meningkatkan pemahaman orang tua mengenai pola asuh yang tepat pada masa golden age.	Sebanyak $\geq 80\%$ peserta mengalami peningkatan pengetahuan mengenai pola asuh yang tepat.	Perbandingan hasil pre-test dan post-test.
Respons peserta terhadap materi	Mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap materi yang disampaikan selama kegiatan seminar.	$\geq 80\%$ peserta menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa materi seminar mudah dipahami.	Kuesioner evaluasi kepuasan peserta.
Promosi Kegiatan	Promosi kegiatan melalui media sosial, dengan mengupload poster	Seluruh konten di upload sesuai dengan	Memastikan bahwa konten promosi di upload sesuai dengan

	<i>remainder</i> , dan mengupload informasi seputar pola asuh anak.	waktu yang telah di tentukan.	tanggal yang telah di tentukan.
--	---	----------------------------------	------------------------------------