

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Proses pelaksanaan karya bidang

Dalam pelaksanaan kampanye “Orang Tua hebat, Anak Cerdas Emosi dan Berkarakter”, penulis terlibat dalam beberapa fungsi kehumasan yang saling berkaitan, yaitu public relations, event planner, serta pelaksanaan kampanye. Ketiga peran tersebut dilakukan untuk mendukung keberhasilan penyampaian pesan kampanye kepada orang tua murid TK ABA 51 serta meningkatkan partisipasi peserta dalam kegiatan seminar parenting yang dilaksanakan. Berikut ini merupakan tugas yang dilakukan penulis dalam pelaksanaan kegiatan yang telah berlangsung, yaitu:

4.1.1 Event Planner

Pada Pelaksanaan seminar parenting, penulis berperan sebagai event planner yang bertanggung jawab dalam proses perencanaan kegiatan. Tugas tersebut meliputi penyusunan konsep acara, penyusunan timeline, menentukan tema kegiatan, serta identifikasi kebutuhan yang diperlukan selama pelaksanaan seminar.

Dalam menjalankan peran tersebut, penulis melakukan analisis terhadap permasalahan yang ditemukan di TK ABA 51 dan merumuskan menjadi tujuan kegiatan kampanye. Selain itu, penulis menyusun rencana pelaksanaan seminar, mengelola kebutuhan logistic seperti konsumsi dan pemasangan banner, serta menentukan konsep desain media kampanye berupa, booklet, poster dan banner.

Pada hari pelaksanaan kegiatan, penulis juga memberikan pengarahan kepada relawan dan pihak sekolah terkait alur acara guna memastikan seluruh rangkaian kegiatan terlaksana sesuai dengan rencana, sehingga seminar dapat berjalan dengan baik dari awal hingga akhir acara.

4.1.2 Public relations

Dalam kegiatan public relations, penulis berperan sebagai penghubung antara pihak sekolah, narasumber, dan peserta kegiatan. Komunikasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang terjadi di lingkungan sekolah, mengkoordinasi

narasumber seminar, serta memastikan penyebaran informasi kegiatan kepada orang tua murid. Adapun tugas yang dilakukan meliputi:

- A. Menghubungi pihak TK ABA 51 untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang dihadapi anak maupun orang tua murid terkait pola asuh.
- B. Menghubungi narasumber psikolog anak melalui Yayasan binar kalbu untuk membahas materi yang akan disampaikan dalam seminar parenting.
- C. Berkoordinasi dengan komite sekolah dalam proses penyebaran undangan kepada orang tua murid sebagai peserta seminar.

4.1.3 Produksi Kampanye

Dalam pelaksanaan kampanye online, penulis memanfaatkan akun media sosial TK ABA 51 sebagai media penyebaran informasi kepada orang tua murid. Konten yang dipublikasikan berupa infografis dan carousel yang membahas pengertian pola asuh, jenis-jenis pola asuh, dampak pola asuh terhadap perkembangan anak, serta pentingnya penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age.

Penulis bertanggung jawab dalam proses penyusunan materi dan pembuatan desain konten berdasarkan hasil observasi, wawancara, serta referensi dari jurnal dan artikel yang relevan. Selain melalui media sosial, kampanye juga dilaksanakan secara offline melalui penyelenggaraan seminar parenting dan pemasangan poster sebagai media pendukung penyampaian pesan kampanye, serta pembagian booklet yang berisi materi mengenai pola asuh anak, sehingga pesan kampanye dapat dipelajari kembali oleh peserta setelah kegiatan seminar selesai dilaksanakan.

4.2 Tahap Pra Kegiatan

4.2.1 Perencanaan Program Kampanye

Setelah seluruh data berhasil dikumpulkan dan dianalisis, penulis menyusun laporan hasil riset yang kemudian dipaparkan kepada pihak TK ABA 51. Dalam pemaparan tersebut, penulis menjelaskan konsep program edukasi yang akan dilaksanakan melalui media sosial dan seminar parenting. Selain itu, penulis juga menyampaikan rancangan kegiatan yang meliputi tujuan program,

target audiens, susunan acara, kebutuhan fasilitas, mekanisme pelaksanaan kegiatan, serta narasumber yang akan mengisi seminar parenting.



Gambar 4. 1 Dokumentasi Bersama kepala sekolah dan guru TK ABA 51

Setelah memperoleh persetujuan dan perizinan dari pihak TK ABA 51, penulis melanjutkan tahap persiapan dengan menghubungi psikolog anak yang akan menjadi narasumber dalam seminar parenting. Pada tahap ini, penulis menyampaikan hasil riset yang telah dilakukan, tujuan program, target peserta, serta konsep pelaksanaan kegiatan sebagai bahan pertimbangan dan persiapan materi yang akan disampaikan dalam seminar.

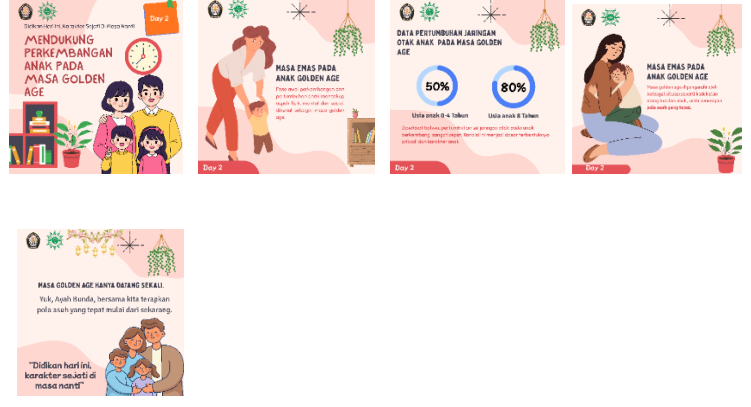


Gambar 4. 2 Kordinasi dengan pihak narahubung psikolog anak

Pelaksanaan kampanye dilakukan melalui media sosial Instagram serta media luar ruang berupa poster yang ditempel pada mading sekolah. Pemanfaatan media tersebut bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai pentingnya penerapan pola asuh yang tepat pada masa *golden age* sekaligus meningkatkan partisipasi orang tua dalam kegiatan kampanye edukasi.

Selain melalui media sosial, penulis juga memanfaatkan poster sebagai media pendukung kampanye. Poster tersebut memuat informasi mengenai perilaku yang umum terjadi pada anak, pengertian *golden age*, pentingnya penerapan pola asuh yang tepat, serta ajakan kepada orang tua murid untuk mengikuti kegiatan kampanye edukasi pola asuh dan seminar parenting.

Tabel 4. 1 Desain dan Bentuk Konten

Jenis Konten	Desain dan bentuk konten
Infografis	
Carousel	
Carousel	

Infografis	
Carousel	    
Poster	

Setelah pelaksanaan kampanye melalui media sosial, penulis melanjutkan kegiatan dengan menyebarkan informasi mengenai pelaksanaan seminar parenting kepada orang tua murid. Informasi tersebut memuat judul kegiatan, waktu dan tempat pelaksanaan, serta profil narasumber yang akan mengisi seminar. Penyebaran informasi dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan partisipasi dan kehadiran peserta dalam kegiatan seminar.

4.2.2 Persiapan Media Kampanye, Anggaran dan Sarana

Kegiatan seminar tidak hanya berisi pemaparan materi, tetapi juga dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab antara narasumber dan orang tua murid. Pada sesi ini, orang tua dapat menyampaikan berbagai permasalahan yang sering dihadapi dalam kehidupan sehari-hari, seperti penerapan pola asuh yang tepat, menghadapi anak yang sering tantrum, anak yang kurang mampu bersosialisasi dengan lingkungan, serta berbagai permasalahan lainnya.

Selain itu, untuk mendukung keberlanjutan kampanye, penulis juga merancang booklet yang berisi materi mengenai penerapan pola asuh yang tepat pada anak. Booklet ini dibuat agar materi yang telah disampaikan saat seminar dapat dibaca kembali oleh orang tua kapan saja. Dengan adanya booklet ini, diharapkan informasi yang diberikan tidak hanya berhenti pada saat seminar

berlangsung, tetapi juga tetap dapat dimanfaatkan dalam jangka waktu yang lebih panjang. Selain itu, Dalam pelaksanaan seminar, diperlukan berbagai perlengkapan pendukung guna menunjang kelancaran kegiatan. Perlengkapan tersebut meliputi banner kegiatan, proyektor untuk pemaparan materi, mikrofon, serta *sound system* agar materi yang disampaikan dapat di dengar dan diterima dengan jelas oleh peserta.

Tabel 4. 2 Media Pendukung kampanye

Media Pendukung	Desain dan bentuk
Booklet	 The booklet collection includes several pages with illustrations of families and children. Key titles visible are 'KAMPANYE EDUKASI POLA ASUH', 'Golden Ages', 'JENIS-JENIS POLA ASUH', 'POLA ASUH NEGLECTFUL', 'POLA ASUH DEMOKRATIS', and 'POLA ASUH YANG TERTUTUR UNTUK PERKEMBANGAN ANAK'. The pages contain text, icons, and small diagrams.
Banner Horizontal dan standing	 The banners feature vibrant illustrations of parents and children. The horizontal banner is titled 'ORANG TUA HEBAT Anak Cerdas Emosi dan Berkarakter' and 'KAMPANYE EDUKASI Seminar Pola Asuh'. The standing banner is titled 'POLA ASUH' and 'TK ABA 51'. Both banners include text about the seminar and the importance of parenting.

Pada tahap persiapan, sebagian perlengkapan diperoleh melalui pembelian dan penyewaan yang dilakukan oleh penulis selaku penanggung jawab kegiatan kampanye. Sementara itu, beberapa fasilitas pendukung lainnya disediakan oleh pihak TK ABA 51 guna mendukung kelancaran pelaksanaan program.

Seiring dengan proses persiapan kegiatan, terdapat beberapa perubahan dan penambahan perlengkapan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaksanaan seminar. Adapun rincian perubahan dan penambahan perlengkapan tersebut disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Barang perlengkapan kegiatan seminar

No	Perlengkapan	Jumlah
1.	Banner standing	1 Unit
2.	Banner Horizontal	1 Unit
3.	Speaker	1 Unit
4.	Mic	2 Unit
5.	Kursi	30 Unit
6.	Meja	2 Unit

Selain melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan perlengkapan kegiatan, penulis juga menyusun anggaran biaya sebagai bentuk transparansi dan pengelolaan keuangan selama pelaksanaan program kampanye. Penyusunan anggaran dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dana yang diperlukan serta memastikan seluruh kegiatan dapat terlaksana secara efektif dan efisien.

Sumber pendanaan kegiatan berasal dari anggaran pribadi penulis serta dukungan fasilitas dari pihak TK ABA 51. Pihak TK ABA 51 berkontribusi dalam penyediaan berbagai fasilitas pendukung, seperti tempat pelaksanaan kegiatan, kursi, meja, *sound system*, dan proyektor.

Penyusunan anggaran biaya bertujuan untuk mempermudah pengelolaan pengeluaran, mengontrol penggunaan dana, serta memastikan bahwa setiap kebutuhan kegiatan dapat terpenuhi sesuai dengan perencanaan. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa perubahan biaya antara tahap perancangan dan pelaksanaan seminar yang disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan.

Berikut merupakan tabel anggaran kegiatan seminar beserta perubahan biaya yang terjadi selama pelaksanaan kegiatan:

Tabel 4. 4 Anggaran Kegiatan

No	Keterangan Jenis Kebutuhan	Banyak Unit	Biaya	Jumlah harga
1.	Printing Poster	2 Lembar	Rp. 6.000	Rp. 12.000
	Printing Booklet	30 book	Rp. 8.000	Rp. 240.000
2.	Psikolog (Narasumber)	1 Orang	Rp. 500.000	Rp. 500.000
4.	Konsumsi Snack	30 Orang	Rp. 7.000	Rp. 210.000

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
7.	Biaya Tidak Terduga	1 paket	Rp.100.000	Rp. 100.000
	Jumlah Biaya			Rp. 1.241.000

Berdasarkan realisasi anggaran yang telah dilakukan, terdapat selisih biaya sebesar 2,21% dibandingkan dengan Rencana Anggaran Biaya (RAB) awal. Selisih tersebut disebabkan oleh adanya penyesuaian kebutuhan perlengkapan dan biaya operasional selama pelaksanaan kegiatan. Meskipun demikian, perbedaan tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditetapkan, yaitu $\pm 10\%$ dari RAB awal, sehingga indikator keberhasilan dalam aspek manajemen anggaran dinyatakan tercapai. Adapun cara menghitung RAB dengan pendapatan selisih 2,21% yaitu sebagai berikut:

$$\begin{array}{lcl}
 \text{Rab Awal: Rp1.269.000} & & \text{Persentase selisih: Selisih/ Rab awal X 100\%} \\
 \text{Realisasi: Rp1.241.000} & & 28.000 \\
 \text{Selisih: Rab Awal- Realitas= 28.000} & \frac{\text{—————}}{1.269.000} & \text{X 100\% = 2,21\%}
 \end{array}$$

4.3 Tahap kegiatan

Tahap kegiatan merupakan tahap pelaksanaan program kampanye edukasi yang telah dirancang pada fase sebelumnya. Kegiatan utama yaitu menghadirkan seminar parenting untuk memberikan edukasi kepada orang tua mengenai pola asuh yang tepat untuk anak di masa *golden age*.

Seminar dilaksanakan secara tatap muka di TK ABA 51 yang berlokasi di Jl. Muradi No. 85, Kembangarum, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah. Kegiatan ini diselenggarakan pada hari Jumat, 22 Mei 2026 pukul 08.00–10.00 WIB dengan melibatkan orang tua murid TK ABA 51 sebagai peserta utama.

Seminar sebagai media utama dalam pelaksanaan kampanye edukasi yang berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah antara narasumber dan orang tua sebagai peserta. Melalui penyampaian materi mengenai pentingnya penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age, pengaruh pola asuh terhadap emosional dan karkater anak, serta sesi diskusi dan tanya jawab, pesan-pesan kampanye dapat disampaikan secara interaktif sehingga mendukung peningkatan pemahaman orang tua terhadap permasalahan pola asuh.

Pelaksanaan seminar berjalan sesuai dengan susunan acara yang telah direncanakan. Adapun rincian kegiatan seminar disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Rundown Kegiatan seminar

No	Keterangan	Waktu	Durasi
1.	Persiapan	07.30	30'
2.	Pembukaan	08.00	10'
3.	Pengisian Pre-test	08.10	10'
4.	Sambutan Kepala Sekolah TK ABA 51	08.20	10'
5.	Sambutan Penanggung Jawab	08.30	10'
6.	Materi Sosialisasi	08.40	45'
7.	Tanyaa Jawab dan diskusi	09.35	15'
8.	Pengisian Post-Test	09.50	10'
9.	Dokumentasi	10.00	5'
10.	Pembagian Booklat	10.05	5'
11.	Penutupan	10.10	5'

Pelaksanaan seminar secara umum berlangsung sesuai dengan rancangan yang telah disusun pada tahap perencanaan. Namun, terdapat beberapa penyesuaian waktu selama pelaksanaan kegiatan, seperti pengunduran jadwal pengisian pre-test dan sesi materi. Penyesuaian tersebut dilakukan untuk menyesuaikan kesiapan peserta dan kondisi di lapangan, sehingga keseluruhan rangkaian kegiatan berakhir pada pukul 10.15 WIB.

Kegiatan seminar diawali dengan sesi pembukaan (*opening ceremony*). Pada sesi ini, sambutan pertama disampaikan oleh Ibu Yuni selaku Kepala Sekolah TK ABA 51. Selanjutnya, sambutan kedua disampaikan oleh Maylinda Zahrotul sebagai penanggung jawab kegiatan seminar edukasi. Pembukaan kegiatan diawali dengan salam pembuka, penyampaian penghormatan kepada pihak sekolah, serta harapan agar kegiatan seminar dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi peserta.

Seminar diselenggarakan di aula TK ABA 51 dan diikuti oleh orang tua murid sebagai peserta utama. Sebelum kegiatan berlangsung, peserta diwajibkan mengisi *pre-test* untuk mengukur tingkat pengetahuan awal mengenai penerapan pola asuh pada anak. Setelah itu, peserta mengikuti rangkaian acara sesuai dengan susunan kegiatan yang telah ditetapkan.

Setelah sesi pembukaan, kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh narasumber, yaitu Raras Sinta P., M.Psi., Psikolog. Materi diawali dengan penjelasan mengenai masa *golden age* sebagai fase penting dalam perkembangan anak, yaitu masa ketika anak memiliki kemampuan yang tinggi dalam menyerap informasi dan pengalaman dari lingkungan sekitarnya.

Selanjutnya, narasumber menjelaskan pentingnya penerapan pola asuh yang tepat pada anak, termasuk jenis-jenis pola asuh serta dampaknya terhadap perkembangan emosional dan karakter anak. Setiap pola asuh memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat memberikan pengaruh berbeda terhadap perkembangan anak. Dengan demikian, orang tua perlu menyesuaikan pola asuh yang diterapkan dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing anak.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab mengenai berbagai permasalahan yang sering dihadapi orang tua dalam mengasuh anak, seperti cara menghadapi anak dengan karakter yang berbeda serta menentukan pendekatan pengasuhan yang sesuai. Melalui sesi ini, narasumber memberikan solusi dan masukan atas berbagai kendala yang dialami peserta sehingga orang tua memperoleh pengetahuan dan pemahaman baru mengenai parenting.

Melalui kegiatan ini, diharapkan orang tua mampu menjalin komunikasi yang baik dengan anak, memberikan pengasuhan yang sesuai dengan kebutuhan perkembangan anak,

serta memperkuat hubungan antara orang tua dan anak. Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat penyesuaian konsep seminar yang dilakukan sesuai kebutuhan dan kondisi di lapangan. Adapun perubahan konsep tersebut yaitu:

Tabel 4. 6 Perubahan konsep

Perubahan	Rancangan Awal	Hasil
Waktu kegiatan	Pelaksanaan kampanye dilaksanakan selama 2 minggu.	Kampanye dilaksanakan selama 1 minggu, karena keterbatasan waktu.
Pelaksanaan seminar	Dilaksanakan offline dengan menyebarkan brosur dan flayer.	Kampanye dilaksanakan secara online dengan memanfaatkan sosial media Instagram.



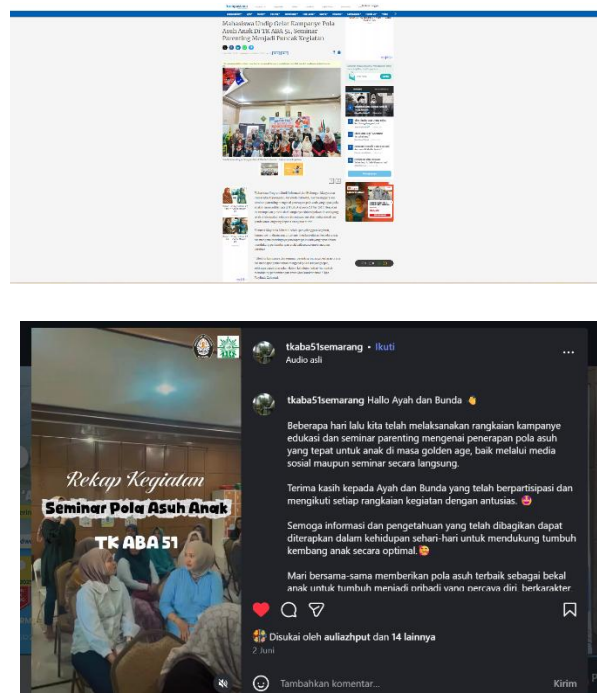


Gambar 4. 3 Dokumentasi Kegiatan seminar

4.4 Publikasi dan dokumentasi

Publikasi dan dokumentasi dilakukan sebagai bukti bahwa kegiatan seminar telah dilaksanakan dengan baik. Dokumentasi berupa foto diambil menggunakan kamera dan *handphone*, yang nantinya digunakan untuk menyusun laporan Tugas Akhir serta diserahkan kepada pihak TK ABA 51 sebagai laporan pelaksanaan kampanye pola asuh anak. Selain foto, ada juga publikasi berupa *video recap* rangkuman kegiatan yang diunggah ke media sosial Instagram TK ABA 51.

Sebagai bentuk publikasi eksternal, penulis juga menyusun *press release* yang diunggah ke media berita digital. *Press release* tersebut ditulis sebagai bukti konkret bahwa mahasiswa Informasi dan Humas, Universitas Diponegoro telah melaksanakan kegiatan kampanye edukasi. Melalui seminar *parenting* sebagai puncak acara, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan orang tua di TK ABA 51 mengenai penerapan pola asuh yang tepat pada masa *golden age*, terutama dalam mendukung perkembangan emosional dan pembentukan karakter anak.



Gambar 4. 4 Publikasi kegiatan seminar dalam Instagram Tk ABA 51 dan Kompasiana.com

<https://www.kompasiana.com/mayyliza/6a1d28c834777c62c668f434/mahasiswa-undip-gelar-kampanye-pola-asuh-anak-di-tk-aba-51-seminar-parenting-menjadi-puncak-kegiatan>

4.5 Pasca kegiatan

Setelah pelaksanaan rangkaian kegiatan kampanye berupa “Seminar Edukasi Pola Asuh” yang diselenggarakan pada 22 Mei 2026, terdapat beberapa catatan penting yang dapat menjadi bahan evaluasi dalam pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang. Kehadiran kegiatan ini menunjukkan adanya dampak positif serta antusiasme yang tinggi dari orang tua terhadap penerapan pola asuh yang tepat bagi anak. Adapun hasil evaluasi dari ketidaksesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 7 Evaluasi Kegiatan

No	Hasil Evaluasi Kegiatan
1.	Pada tahap perencanaan, penulis dan pihak TK ABA 51 sepakat bahwa kampanye akan dilaksanakan selama dua minggu di awal bulan Mei, sebelum pelaksanaan acara <i>akhirussanah</i> (penutupan akhir tahun ajaran). Namun, dikarenakan terdapat beberapa kendala teknis, kampanye baru dapat dilaksanakan seminggu sebelum acara <i>akhirussanah</i> . Akibatnya, seluruh rangkaian kampanye dan acara puncak berupa seminar <i>parenting</i> harus dipadatkan dalam waktu satu minggu tersebut.
2.	Pada tahap perencanaan, penulis menargetkan kegiatan ini dihadiri oleh setengah dari total keseluruhan orang tua siswa. Namun, pihak TK ABA 51 menyatakan belum bisa menyanggupi target tersebut karena keterbatasan kapasitas aula sekolah yang kurang memadai. Oleh karena itu, kedua belah pihak sepakat bahwa audiens seminar dibatasi hanya untuk perwakilan orang tua dari kelas KB, A, dan B.
3.	Pelaksanaan seminar mengalami kemunduran dari susunan acara yang telah ditetapkan akibat keterlambatan narasumber. Berdasarkan kesepakatan awal, narasumber seharusnya hadir 15 menit sebelum acara dimulai, tetapi realisasinya melebihi waktu yang disepakati. Selain itu, sesi <i>ice breaking</i> yang awalnya sudah direncanakan bersama narasumber terpaksa ditiadakan, sehingga agenda seminar hanya berfokus pada pemaparan materi serta diskusi tanya jawab.

Hasil evaluasi tersebut dapat dijadikan acuan serta bahan pertimbangan bagi penulis dalam merancang kegiatan serupa di masa yang akan datang. Di samping adanya evaluasi teknis, penulis mendapatkan apresiasi dan ucapan terima kasih dari pihak TK ABA 51 karena telah menggelar kegiatan yang bermanfaat bagi orang tua murid. Acara seminar ini dinilai memberikan dampak positif dalam membantu orang tua memahami pola asuh yang tepat untuk anak.

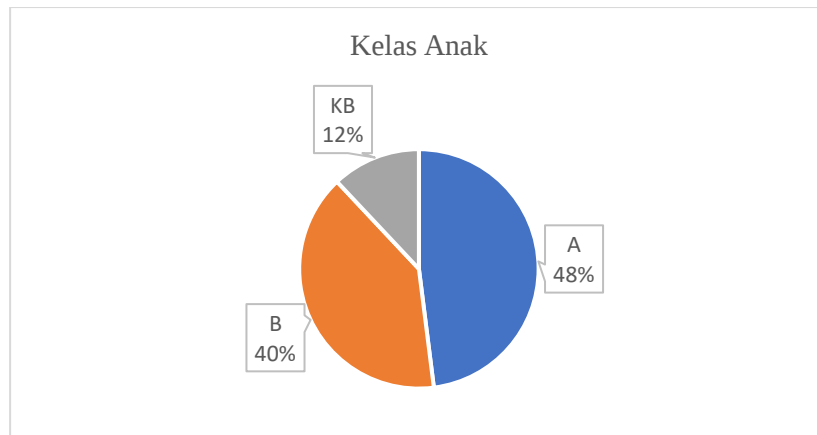
Selain itu, seminar ini sekaligus membantu pihak TK ABA 51 dalam meningkatkan citra positif sebagai sekolah yang mengedepankan pembentukan karakter anak. Pihak guru dan kepala sekolah pun menyampaikan harapan agar kegiatan kampanye edukasi seperti ini dapat terus dilaksanakan secara berkelanjutan, serta menjadi contoh bagi sekolah dalam membuat program kerja sama yang bermanfaat bagi orang tua, anak-anak, maupun pihak sekolah sendiri.

4.6 Analisis Data Survey keberhasilan kegiatan

Sesuai dengan tujuan project tugas akhir, yaitu meningkatkan pengetahuan orang tua mengenai penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age, penulis melakukan evaluasi melalui penyebaran kuesioner pre-test dan post-test. Project tugas akhir ini berjudul “Kampanye Edukasi Peningkatan Pengetahuan Orang Tua TK ABA 51 Terhadap Pola Asuh Tepat Pada Masa Golden Age”

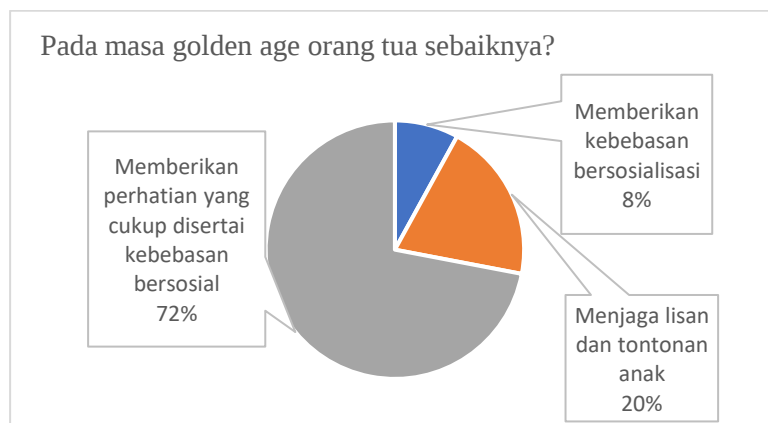
Pre-test dilakukan sebelum kegiatan seminar dimulai untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal orang tua mengenai pola asuh anak. Sementara itu, post-test dilakukan setelah kegiatan seminar selesai untuk mengetahui perubahan tingkat pengetahuan peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan. Penyebaran pre-test dan post-test dilaksanakan pada Jumat, 22 Mei 2026, dengan jumlah responden sebanyak 25 Orang tua murid TK ABA 51.

Pengisian Post-test dilakukan setelah sesi pemaparan materi, diskusi dan tanya jawab Bersama narasumber. Hasil dari pre-test dan post-test kemudian digunakan sebagai indikator keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan.

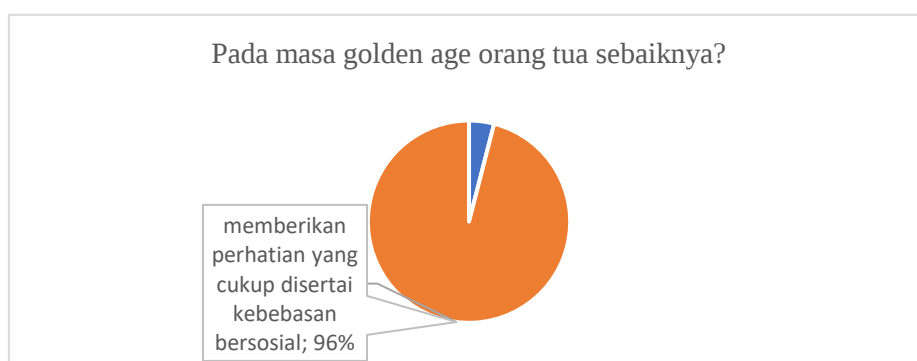


Gambar 4. 5 Kuesioner kehadiran orang tua murid TK ABA 51

Pengisian kuesioner pre-test dilakukan sebelum kegiatan seminar dimulai, dan pengisian post-test dilakukan setelah sesi tanya jawab dan diskusi Bersama. Pengisian pre-test dan post-test dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman orang tua mengenai penerapan pola asuh yang tepat untuk anak. Hasil pre- test dan post-test sebagai berikut:

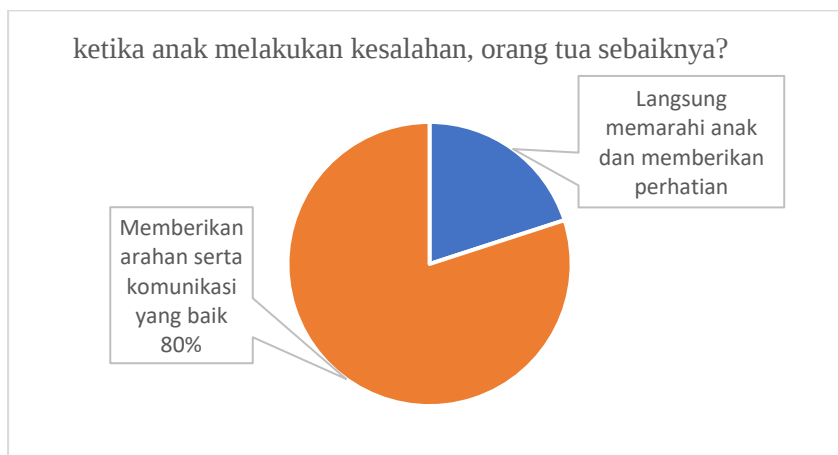


Gambar 4. 6 Kuisisioner Pre-Test “Pada Masa Golden Age Orang Tua Sebaiknya?”

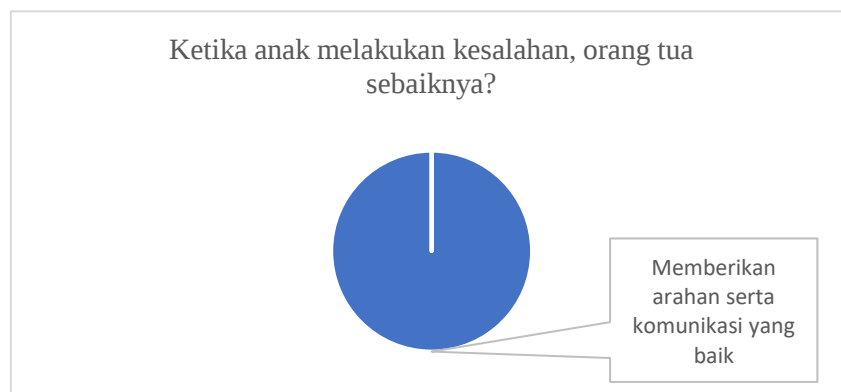


Gambar 4. 7 Kuisisioner Post-Test “Pada Masa Golden Age Orang Tua Sebaiknya?”

Hasil pre-test dan post-test kedua diagram tersebut menunjukkan hasil perubahan sebelum kegiatan dilaksanakan dan setelah kegiatan dilaksanakan. Sebelum kegiatan dimulai sebanyak 72% orang tua murid TK ABA 51 memahami bahwa masa golden age sebaiknya orang tua memberikan perhatian yang cukup disertai kebebasan bersosial. Setelah kegiatan dilaksanakan, sebanyak 96% responden menjawab bahwa pada masa golden age orang tua perlu memberikan perhatian yang cukup disertai kebebasan bersosialisasi.

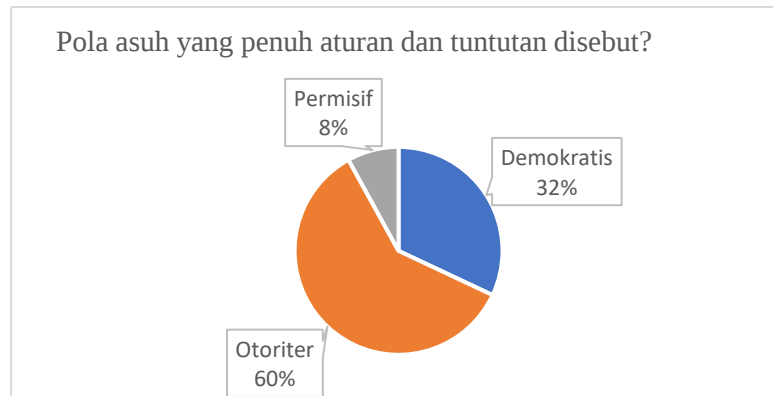


Gambar 4. 8 Kuisioner Pre-test “Ketika anak melakukan kesalahan, orang tua sebaiknya?”



Gambar 4. 9 Kuseioner Post-test “Ketika anak melakukan kesalahan. Orang tua sebaiknya?”

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya perubahan tingkat pengetahuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Sebelum kegiatan dimulai sebanyak 80% orang tua dari 25 orang menjawab pilihan yang tepat, terkait dengan cara orang tua dalam menangani anak Ketika melakukan kesalahan. Namun, setelah kegiatan dilaksanakan terdapat peningkatan pengetahuan orang tua mengenai cara bertindak Ketika anak melakukan kesalahan, dan sebanyak 100% orang tua TK ABA 51 telah memahami penerapan pola asuh Ketika anak melakukan kesalahan.



Gambar 4. 10 Kuisisioner Pre-Test “Pola asuh yang penuh aturan dan tuntutan disebut?”

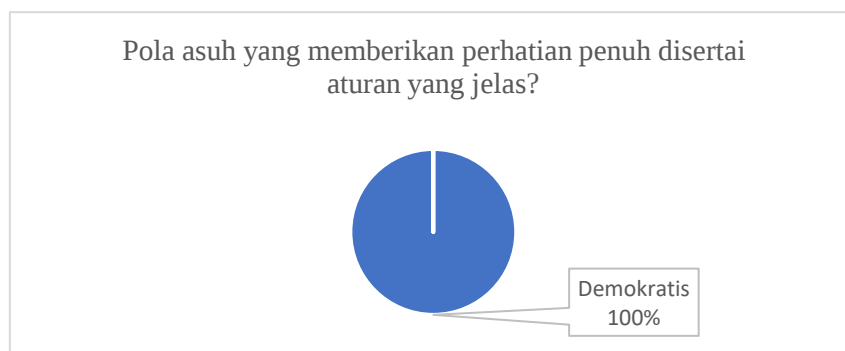


Gambar 4. 11 Kuisisioner Post-Test “Pola asuh yang penuh aturan dan tuntutan disebut?”

Pada kedua diagram tersebut menanyakan mengenai jenis pola asuh yang penuh aturan dan tuntunan. Sebelum kegiatan dimulai sebanyak 60% orang tua murid TK ABA 51 menjawab jawaban yang tepat. Dan setelah pelaksanaan kegiatan seminar dilakukan terdapat peningkatan pengetahuan mengenai jenis pola asuh sebanyak 100% menjawab jawaban yang benar. Jenis pola asuh tersebut adalah otoriter, salah satu jenis pola asuh yang sebaiknya di hindari orang tua.

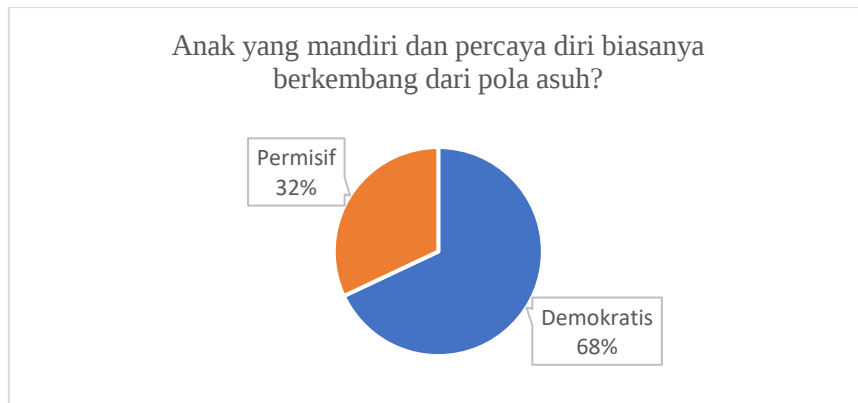


Gambar 4. 12 Kuisioner Pre-test “Pola asuh yang memberikan perhatian penuh disertai aturan yang jelas disebut?”



Gambar 4. 13 Kusioner Post-Test “Pola asuh yang memberikan perhatian penuh disertai aturan yang jelas disebut?”

Hasil pre-test dan post-test yang telah dilakukan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mengenai jenis pola asuh yang tepat untuk anak. Sebelum kegiatan dimulai sebanyak 60% orang tua TK ABA 51 tepat dalam memilih jawaban. Setelah kegiatan dilaksanakan, sebanyak 100% orang tua sudah mulai paham bahwa memberikan perhatian penuh disertai dengan aturan yang jelas termasuk jenis pola asuh demokratis.



Gambar 4. 14 Kuisioner Pre-Test “Anak yang mandiri dan percaya diri biasanya berkembang dari pola asuh?”



Gambar 4. 15 Kuisioner Post-Test “Anak yang mandiri dan percaya diri biasanya berkembang dari pola asuh?”

Kedua diagram diatas menunjukkan dampak dari pola asuh yang diterapkan kepada anak. Sebelum kegiatan berlangsung sebanyak 60% orang tua menjawab jawaban yang tepat yaitu demokratis. Setelah seminar dilaksanakan, seluruh peserta 100% mampu menjawab pertanyaan dengan benar.

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terlihat adanya peningkatan persentase jawaban benar pada seluruh indikator yang diukur. Hasil menunjukkan bahwa kegiatan seminar memberikan peningkatan pengetahuan peserta mengenai penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age.

Untuk mengetahui capaian hasil post-test secara keseluruhan, penulis menghitung rata-rata persentase jawaban benar dari setiap indikator yang digunakan. Dalam post-test terdapat lima indikator, dengan satu indikator memperoleh persentase sebesar 96% dan empat indikator lainnya memperoleh persentase sebesar 100%. Berdasarkan perhitungan tersebut, rata-rata capaian post-test peserta adalah sebagai berikut:

$$\text{Rata-rata capaian post-test} = \frac{(96 + 100 + 100 + 100 + 100)}{5} = 99,2\%$$

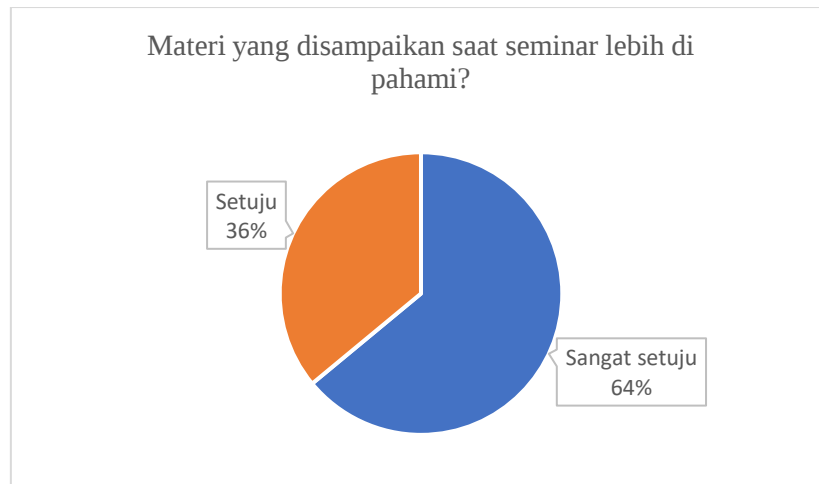
Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta mampu menjawab setiap indikator dengan benar setelah memperoleh materi seminar. Setelah mengikuti rangkaian kampanye edukasi yang berpuncak pada kegiatan seminar parenting, peserta memiliki tingkat pemahaman yang lebih baik mengenai penerapan pola asuh pada masa golden age.

Selain itu, berdasarkan hasil post-test, sebanyak 84% orang tua murid TK ABA 51 menyatakan bahwa setelah mengikuti seminar mereka lebih memahami pola asuh yang tepat untuk anak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan seminar yang dilaksanakan mampu membantu peserta dalam memahami materi mengenai penerapan pola asuh pada anak.



Gambar 4. 16 Kuesioner tingkat pemahaman orang tua terhadap seminar yang telah dilaksanakan

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan seminar, sebanyak 84% orang tua murid TK ABA 51 menyatakan sangat setuju bahwa setelah mengikuti seminar mereka lebih memahami penerapan pola asuh yang tepat pada anak, sedangkan 16% responden menyatakan setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Sebagian besar peserta merasakan peningkatan pemahaman mengenai penerapan pola asuh setelah mengikuti seminar.



Gambar 4. 17 Kuesioner tingkat pemahaman orang tua terhadap materi yang disampaikan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa materi yang disampaikan selama seminar dapat dipahami dengan baik oleh peserta. Sebanyak 64% peserta menyatakan sangat setuju bahwa materi yang disampaikan mudah dipahami, sedangkan 36% peserta menyatakan setuju. Penyampaian materi secara langsung serta adanya sesi diskusi dan tanya jawab memberikan kesempatan kepada orang tua untuk menyampaikan berbagai kendala yang dihadapi dalam penerapan pola asuh di kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, seminar parenting yang dilaksanakan dapat membantu orang tua murid TK ABA 51 dalam memahami cara yang tepat dalam menerapkan pola asuh pada anak.

Secara keseluruhan, hasil pre-test, post-test dan evaluasi peserta menunjukkan bahwa pelaksanaan kampanye edukasi yang didukung melalui seminar parenting mampu meningkatkan pemahaman orang tua mengenai penerapan pola asuh pada masa golden age. Hal tersebut ditunjukkan oleh meningkatnya persentase jawaban benar pada setiap indikator post- test, tingginya tingkat pemahaman peserta terhadap materi seminar, serta tercapainya indikator keberhasilan yang telah ditetapkan pada perencanaan.

4.7 Analisis Konten Kampanye

Tabel 4. 8 Jenis Konten Kampanye

Jenis Konten	Judul Konten	Link Konten
Infografis	“Sudahkah Cara kita Mengasuh Anak Sudah Tepat?”	https://www.instagram.com/p/DYd1ASyv_Px/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Carousel	“Mendukung Perkembangan anak Pada Masa Golden Age”	https://www.instagram.com/p/DYgumaLj4Jq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
Carousel	“ Pola Asuh yang Tepat Untuk Anak”	https://www.instagram.com/p/DYjOQhYj-Fb/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
Infografis	“ Kenali Jenis Pola Asuh Anak”	https://www.instagram.com/p/DYlZZf_PGGd/?utm_source=ig_web_copy_link
Carousel	“ Dampak Pola Asuh Pada Anak”	https://www.instagram.com/p/DYylcuej6NO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
Informasi	“Remainder Seminar Pola Asuh Anak”	https://www.instagram.com/p/DYeOFExPagE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
Video	Recap Kegiatan Seminar	https://www.instagram.com/reel/DZE4BcvvY96/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Pelaksanaan kampanye tidak hanya berjalan secara offline, tetapi terdapat kampanye online yang dilakukan dengan membuat konten di Instagram sebagai bentuk penyebaran informasi awal mengenai pola asuh yang tepat untuk anak. Bentuk dari konten yang dibuat beragam, seperti infografis, dan carousel, dengan adanya konten tersebut orang tua TK ABA 51, maupun para pengikut akun Instagram TK ABA 51 dapat mengetahui mengenai penerapan pola asuh untuk anak. Berikut ini merupakan analisis dari kampanye online yang telah dilaksanakan:

Tabel 4. 9 Analisis Kampanye Online

Jenis Konten	Waktu Upload	Like	Komen	Tujuan Konten
Infografis “Sudahkah Cara kita Mengasuh Anak Sudah Tepat?”	18 Mei 2026	24	1	Meningkatkan pengetahuan orang tua mengenai pentingnya penerapan pola asuh yang tepat bagi anak.

Informasi "Remainder Seminar Pola Asuh"	18 Mei 2026	24	0	Menginformasikan pelaksanaan seminar parenting kepada orang tua murid.
Carousel "Mendukung Perkembangan Anak pada Masa Golden Age"	19 Mei 2026	12	0	Memberikan edukasi mengenai pentingnya peran orang tua dalam mendukung perkembangan anak pada masa golden age, serta penjelasan mengenai masa golden age pada anak.
Carousel "Pola Asuh yang tepat Untuk Anak"	20 Mei 2026	13	0	Memberikan informasi mengenai pola asuh yang tepat untuk diterapkan kepada anak.
Infografis " Kenali Jenis Pola Asuh"	21 Mei 2026	10	0	Mengenalkan berbagai jenis pola asuh kepada orang tua.
Carousel "Dampak Pola Asuh pada Anak"	26 Mei 2026	12	0	Menjelaskan dampak pola asuh terhadap perkembangan dan karakter anak.
Video "Recap Kegiatan Seminar"	2 Juni	17	0	Mendokumentasikan pelaksanaan kegiatan sekaligus memperkuat pesan kampanye yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil evaluasi kampanye melalui media sosial Instagram TK ABA 51, seluruh konten edukasi yang dipublikasikan memperoleh respons positif dari audiens. Hal tersebut ditunjukkan melalui jumlah tanda suka (likes) pada setiap unggahan yang berkisar antara 10 hingga 24 likes. Mengingat bahwa sasaran utama kampanye adalah orang tua murid TK ABA 51 yang jumlahnya terbatas, capaian tersebut menunjukkan bahwa Sebagian audiens telah memberikan respon terhadap pesan yang disampaikan. Selain itu, terdapat interaksi berupa komentar pada salah satu unggahan yang menunjukkan adanya keterlibatan audiens terhadap konten kampanye yang dipublikasi.

Konten yang dipublikasikan berisi informasi mengenai masa golden age, jenis pola asuh, serta dampak pola asuh terhadap perkembangan anak. Variasi bentuk konten berupa infografis, carousel, informasi seminar, dan video recap dipilih agar penyampaian pesan lebih menarik dan mudah dipahami oleh orang tua murid maupun pengikut akun Instagram TK ABA 51.

Penggunaan elemen visual, desain yang menarik, caption persuasif, serta penggunaan hashtag yang relevan turut mendukung penyebaran pesan kampanye. Hashtag yang digunakan dalam konten tersebut berupa **#OrangtuaHebat #PolaAsuhTepat #ParentingMasaGoldenAge #AnakCerdasdanBerkarakter**. Dengan demikian, kampanye online yang dilaksanakan melalui Instagram dapat dikatakan mampu menarik perhatian audiens dan mendukung upaya peningkatan awareness mengenai pentingnya penerapan pola asuh yang tepat pada anak di masa golden age.

Tabel 4. 10 Konten jumlah like tertinggi

Jenis Konten	Like	Link
Infografis "Sudahkah Cara Kita Mengasuh Anak Sudah Tepat?"	24	https://www.instagram.com/p/DYd1ASyv_Px/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
Reminder Seminar	24	https://www.instagram.com/p/DYeOFExPagE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Berdasarkan hasil evaluasi konten kampanye, terdapat dua konten yang memperoleh jumlah likes tertinggi, yaitu konten infografis "Sudahkah Cara Kita Mengasuh Anak Sudah Tepat?" dan konten "Reminder Seminar". Konten "Sudahkah Cara Kita Mengasuh Anak Sudah Tepat?" memperoleh respons yang tinggi karena mengangkat pertanyaan yang dekat dengan pengalaman sehari-hari orang tua dalam mengasuh anak. Sementara itu, konten "Reminder Seminar" banyak mendapatkan perhatian karena berisi informasi mengenai pelaksanaan seminar parenting yang akan diikuti oleh orang tua murid. Kedua konten tersebut masing-masing memperoleh 24 likes. Hal ini menunjukkan bahwa audiens lebih tertarik pada konten yang berkaitan langsung dengan pengalaman mereka serta informasi yang dianggap penting.

Secara keseluruhan, seluruh konten kampanye yang diunggah melalui Instagram mendapatkan respons yang cukup baik dengan jumlah likes berkisar antara 10 hingga 24 likes. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten mengenai pola asuh anak dan informasi seminar mampu menarik perhatian audiens serta membantu menyampaikan pesan kampanye kepada orang tua murid TK ABA 51.

4.8 Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan yang digunakan dalam melihat keberhasilan kampanye yaitu dengan Jumlah peserta seminar sebanyak 25 orang tua berdasarkan kuota yang diberikan oleh pihak TK ABA 51 sebagai perwakilan dari setiap kelas. Oleh karena itu, seluruh indikator keberhasilan kegiatan dihitung berdasarkan jumlah peserta undangan tersebut. Adapun pra-survei dilakukan kepada 65 orang tua dari total 97 orang tua murid sebagai analisis kebutuhan program dan tidak digunakan sebagai dasar perhitungan target kehadiran kegiatan.

Tabel 4. 11 Indikator keberhasilan

ASPEK	PENJELASAN	TARGET	REALISASI
Tim Pelaksanaan	Kehadiran dan kerja sama tim dalam pelaksanaan seminar.	Tim pelaksanaan bekerja sama sesuai jobdesk.	5 anggota pelaksana menjalankan pekerjaan sesuai dengan jobdesk.
Tingkat kehadiran peserta	Kehadiran orang tuase bagai peserta dalam kegiatan seminar.	Kehadiran peserta orang tua murid $\geq 80\%$ dari total undangan sebanyak 65 peserta.	Kehadiran 100%
Penyusunan Rundown	Persiapan susunan acara sebelum pelaksanaan kegiatan.	Rundown sudah siap H-7 sebelum acara, dan sudah di setujui oleh pihak klient.	Rundown yang sudah di siapkan telah di setujui oleh pihak klient, dan berjalan sesuai yang diharapkan.

Efektivitas seminar edukasi	Kegiatan seminar efektif dalam meningkatkan pemahaman orang tua mengenai pola asuh yang tepat pada masa golden age.	$\geq 80\%$ peserta memahami materi yang disampaikan saat seminar, terkait jenis pola asuh, dampak dari pola asuh, dan kebutuhan anak di masa golden age.	Berdasarkan hasil post-test, rata-rata 99,2% orang tua mampu menjawab pertanyaan dengan benar setelah mengikuti kegiatan seminar.
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.	Sebanyak 64% peserta menyatakan sangat setuju dan 36% peserta menyatakan setuju bahwa materi yang disampaikan saat seminar mudah dipahami..
Promosi kegiatan	Promosi kegiatan melalui media sosial, dengan mengupload poster <i>remainder</i> , dan mengupload informasi seputar pola asuh anak.	Seluruh konten di upload sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.	Poster promosi di upload pada tanggal 18 mei 2026, dengan jumlah like sebanyak 24.

Indikator keberhasilan kampanye ini merujuk pada teori indikator keberhasilan event menurut Adam et al. (2024), yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu event dipengaruhi oleh tim pelaksana, rundown atau susunan acara, kesesuaian audience, kualitas layanan, dan promosi kegiatan. Berdasarkan teori tersebut, indikator keberhasilan dalam kampanye ini disusun untuk menilai apakah pelaksanaan seminar telah berjalan sesuai perencanaan, target peserta tercapai, promosi berhasil menjangkau audience yang dituju, serta kegiatan memperoleh respons yang baik dari peserta.

4.9 Hambatan dan Tantangan

Tabel 4. 12 Hambatan dan tantangan pelaksanaan kampanye

Hambatan	Tantangan	Upaya penyelesaian
Pelaksanaan kampanye berupa dari dua minggu menjadi satu minggu karena menyesuaikan jadwal sekolah TK ABA 51.	Waktu publikasi media kampanye menjadi lebih singkat.	Menyusun ualng timeline dan memaksimalkan penyebaran media kampanye sebelum seminar.
Kapasitas ruang seminar membatasi jumlah peserta yang dapat mengikuti kegiatan secara langsung menjadi 25 orang.	Jumlah peserta seminar tidak dapat mencakup seluruh responden pra-survei yang berjumlah 65 orang.	Menetapkan peserta sebagai perwakilan dari setiap kelas sesuai kebijakan sekolah serta membagikan booklet kepada peserta agar materi edukasi dapat dipelajari Kembali dan dibagikan kepada orang tua.
Instagram sekolah sebelumnya lebih banyak digunakan sebagai media dokumentasi kegiatan	Fungsi media sosial sebagai media edukasi belum optimal.	Menyusun konten edukasi berupa infografis dan carousel mengenai pola asuh selama priode kampanye.