

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan buku Pedoman Pelaksanaan Hari Anak Nasional oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, peringatan Hari Anak Nasional (HAN) diselenggarakan setiap tahun pada tanggal 23 Juli berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1984 yang dilaksanakan di tingkat pusat dan daerah, serta perwakilan RI di Luar Negeri. Peringatan HAN merupakan momentum penting untuk menggugah kepedulian dan partisipasi seluruh komponen bangsa Indonesia dalam menjamin pemenuhan hak anak atas hak hidup, tumbuh, berkembang, dan berpartisipasi secara wajar sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi.

Beberapa dampak negatif bagi anak antara lain kehilangan pengasuhan, mengalami kekerasan baik verbal maupun non verbal, berkurangnya kesempatan anak untuk bermain, belajar, dan berkreasi akibat diterapkannya kebijakan jaga jarak maupun belajar di rumah. Oleh karena itu, seluruh kegiatan dalam rangkaian dan acara puncak Hari Anak Nasional Tahun 2020 di disain untuk mewujudkan anak Indonesia gembira di rumah selama pandemi Covid-19.

Hari Anak Nasional adalah hari terpenuhinya hak anak Indonesia, baik untuk anak-anak yang berada di Indonesia maupun anak-anak yang berada di Luar Indonesia. Sehingga anak di Indonesia mendapatkan kesempatan yang sama dan seluas-

luasnya untuk dapat mengekspresikan diri ke dalam kegiatan positif. Setiap tahunnya peringatan Hari Anak Nasional diselenggarakan melalui berbagai kegiatan bagi anak-anak. Semua kalangan komponen bangsa baik dari pemerintah maupun swasta turut berpartisipasi dalam memperingati Hari Anak Nasional mulai dari Pusat, Provinsi, hingga seluruh Kabupaten/ Kota.

Sejak Desember 2019 hingga kini, dunia sedang menghadapi keadaan yang tidak terduga dengan munculnya *coronavirus* jenis baru dan menyebabkan mewabahnya virus corona atau sering disebut dengan (Covid-19). Kemunculannya yang pertama terdeteksi di Kota Wuhan, Tiongkok menyebabkan kegaduhan dan peningkatan kewaspadaan masyarakat di seluruh dunia termasuk Indonesia.

Seperti yang kita ketahui, dengan adanya pandemi ini banyak elemen yang harus menerima dampak kerugian dari adanya berbagai peraturan baru demi pemutusan rantai *COVID-19* seperti terjadinya PHK, meningkatnya kecemasan masyarakat karena terlalu lama dirumah saja, dan turunnya kegiatan perekonomian di tingkat mikro makro yang berdampak pada inflasi tinggi berkepanjangan, membuat mau tidak mau, pemerintah harus mulai melonggarkan kebijakan-kebijakan di atas dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang berlaku. Istilah *New normal* pun muncul seiring dengan banyaknya masyarakat yang bertanya-tanya tentang bagaimana agar bisa bertahan di masa pandemi selagi belum ditemukannya vaksin. Dalam istilah *New normal* yang telah di terapkan Pemerintah Indonesia di tengah pandemi ini, maka arti dari *New Normal* itu sendiri menurut Wiku Adisasmita selaku Ketua dari Tim Satgas Covid-19, *new normal* merupakan perubahan dari perilaku untuk tetap melakukan aktivitas seperti biasanya, namun di iringi dengan

adanya pemberlakuan sistem protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran Covid-19. Selain itu dalam jurnal Normal Baru Paka Covid-19, menurut Sigit Pamungkas selaku Dosen Politik dari Universitas Gajah Mada, *New Normal* merupakan cara hidup yang baru dalam beraktivitas dengan budaya baru ditengah pandemi yang belum selesai. Sigit mengatakan, *new normal* diperlukan agar permasalahan hidup selama masih terjadi pandemi dapat segera selesai.

Dengan kemunculan Covid-19 dan penerapan budaya baru membuat para ahli melakukan penelitian mengenai jangka waktu kebudayaan baru dapat terlaksanakan. Menurut Dr. Maxwell dalam bukunya yang berjudul *Psychobernetics* mengatakan bahwa seseorang dapat melakukan kebiasaan budaya baru membutuhkan waktu sebanyak 21 hari (Maltz, 2015). Namun, menurut Phillippa Lally bahwa seseorang membutuhkan waktu dengan perkiraan rata-rata 66 hari untuk dapat mengubah kebiasaan sehari-hari dengan kebudayaan baru. Hal ini sebagaimana penelitiannya yang telah di publikasikan dalam *European Journal of Social Psychology*.

Dalam budaya baru *New normal* ini, Tim Gugus Tugas pun telah menyiapkan jargon empat sehat lima sempurna, sama dengan yang sudah dikenal masyarakat pada umumnya namun bedanya jargon ini merujuk pada pencegahan virus Covid-19. Empat sehat lima sempurna yang dimaksud oleh Tim Gugus Tugas yaitu menggunakan masker, menjaga jarak antar satu dengan yang lainnya, memncuci atau membasuh tangan menggunakan sabun dan air mengalir, dan juga beristirahat yang cukup serta tidak panik. Dihimbau agar masyarakat mengikuti budaya baru yang diterapkan agar terhindar dari virus.

Berkaitan dengan hal tersebut, dikarenakan keluarga memiliki peran penting dalam pengaplikasian budaya baru saat ini, maka upaya Pemerintah Kota Semarang akan lebih mengedukasi kepada masyarakat Kota Semarang terutama pada anak-anak dan orangtua mengenai kebiasaan baru dalam menghadapi *new normal* yang dikemas secara baik untuk mengurangi kebosanan dan kekhawatiran anak-anak dan orang tua. Pemberian edukasi ini akan disampaikan beriringan dengan Hari Anak Nasional di Kota Semarang yang menjadi agenda rutin tahunan. Peringatan Hari Anak Nasional di Kota Semarang pada tahun ini akan berbeda dari tahun sebelumnya, karena akan diadakan secara *online* berkaitan dengan adanya budaya baru saat ini.

Peringatan Hari Anak Nasional (HAN) diartikan sebagai bentuk rasa peduli dari seluruh elemen masyarakat di Indonesia terhadap hak anak agar berkembang sesuai dengan yang diinginkan, dan juga mendorong keluarga Indonesia untuk menjadi elemen pertama dan yang utama dalam memberikan perlindungan kepada anak-anak, sehingga dapat menghasilkan generasi untuk menjadi penerus bangsa. Diharapkan dengan diadakan peringatan HAN pemerintah dan seluruh elemen masyarakat dapat bersama-sama untuk meningkatkan rasa peduli dalam menghormati, menjamin akan hak-hak anak tanpa adanya diskriminasi, menghargai, dan juga memastikan dan melakukan yang terbaik untuk tumbuh kembangnya. Hari Anak Nasional juga dapat diperingati untuk terus mengoptimalkan rasa peduli terhadap bangsa Indonesia, dari segi pemerintah, lalu segi orang tua, lingkungan keluarga dan masyarakat guna memenuhi hak dan

perlindungan anak Indonesia agar anak optimal dalam tumbuh kembangnya. Sehingga anak, menjadi generasi penerus bangsa yang berkualitas tinggi.

HAN Tingkat Kota Semarang tahun sebelumnya dilaksanakan pada 20 Agustus 2019 dengan tema “Milenial Hebat di Era Digital”. Tema tersebut memiliki makna bahwa orangtua berperan penting dalam melakukan pengawasan terhadap anak-anak ketika menggunakan media digital mereka, agar tidak terjebak dalam pengaruh yang negatif. Tidak hanya orangtua, anak-anak pun diharapkan dapat memanfaatkan kapasitas mereka dalam menggunakan gawai dengan bijak di era digital. Peringatan tersebut berlangsung di Taman Indonesia Kaya dan dihadiri oleh Wakil Walikota Semarang, Ketua DPRD Semarang, Ketua TP PKK Semarang, Forkompinda Semarang, Tamu undangan, dan para peserta anak-anak yang tampil dalam peringatan HAN tersebut. Acara tersebut dimulai pukul 08.00 WIB dengan berbagai macam kegiatan di dalamnya seperti, Penyerahan Pelopor Ruang Bermain Ramah Anak (RBRA) Taman Bumirejo, Penyerahan Penghargaan Sekolah Ramah Anak (SRA), Penyerahan Penghargaan Lomba HAN 2019, Gerakan Minum Susu Bersama, Penyerahan Penghargaan Evaluasi Kota Layak Anak (KLA) Kategori Nindya, dan ditutup dengan penampilan pentas seni oleh anak-anak. Sebelum acara ini diadakan pemerintah Kota Semarang juga mengadakan talkshow yang masih termasuk dalam rangkaian peringatan HAN Kota Semarang tahun 2019. Talkshow sendiri berlangsung di beberapa stasiun radio maupun televisi.

Dalam menyelenggarakan Hari Anak Nasional 2020 oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang (DP3A) sebagai panitia pelaksana berkolaborasi dengan Dinas Sosial Kota Semarang untuk menyukseskan

Hari Anak Nasional di Kota Semarang saat pandemi ini. DP3A sendiri merupakan salah satu unsur pelaksana urusan pemerintahan Kota Semarang bidang Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. DP3A terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang No. 14 Tahun 2016 dimana sebelumnya yang merupakan sebuah lembaga yang memiliki wewenang penuh dalam melakukan perlindungan hukum terhadap seluruh pihak perempuan dan anak merupakan Badan Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan dan Keluarga Berencana (sumber: <http://dp3a.semarangkota.go.id/>).

Hari Anak Nasional tahun ini akan diselenggarakan secara *online*, dikarenakan adanya kondisi yang pada saat ini sedang mengalami pandemi Covid-19. Dengan adanya kebijakan Pemerintah yang mengencarkan Budaya Baru, kami ingin memberikan informasi mengenai Budaya Baru (*New normal*) kepada anak-anak dan orang tua melalui Hari Anak Nasional yang akan diselenggarakan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Dinas Sosial Kota Semarang. Tema yang diambil pada tahun ini adalah Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru. Dimana diharapkan dengan dilaksanakannya HAN 2020 Kota Semarang dapat memberikan edukasi kepada anak-anak dan orang tua mengenai budaya baru yang harus selalu diterapkan seperti menggunakan masker, mencuci tangan, berperilaku hidup bersih dan sehat dan dapat memberikan wadah kreatifitas dan perkembangan untuk anak-anak saat masih mewabahnya virus covid-19 dan walau di rumah saja. Karena kreatifitas anak harus selalu dikembangkan dan di asah saat anak-anak selalu berada di rumah agar anak-anak tidak bosan saat harus di rumah saja.

Dalam pelaksanaannya, pemerintah Kota Semarang sendiri memiliki target keberhasilan dalam mengadakan Peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 ini. Target tersebut antara lain, masyarakat luas semakin paham tentang makna peringatan Hari Anak Nasional, meningkatnya edukasi dan literasi masyarakat terkait hak anak, dan meningkatkan keterlibatan jejaring organisasi atau lembaga masyarakat (*stakeholder*).

Data dari Komisioner Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) Bidang Pendidikan, berdasarkan hasil survei yang telah dilaksanakan dari 200.000 orangtua murid, sebanyak 80 persen menolak untuk melakukan kegiatan sekolah secara tatap muka saat tahun ajaran baru. Namun unikny ketika 9.800 murid mengisi survey, sebanyak 80 persen setuju untuk melakukan kegiatan sekolah secara tatap muka saat tahun ajaran baru, hal ini bertolak belakang dengan hasil survey kepada orang tua murid. Alasan banyaknya murid yang memilih ingin tetap sekolah saat tahun ajaran baru diduga karena mereka merasa bosan di rumah. Dapat disimpulkan dari hasil survei tersebut bahwa kegiatan belajar di rumah tidak selalu dirasa menyenangkan untuk murid.

Hasil Survey *online* yang dilakukan oleh Komunitas Lubdaka Bali dengan responden dari golongan SD, SMP, SMA di Bali, juga menyatakan bahwa anak-anak pelajar memiliki rasa bosan saat melakukan kegiatan belajar di rumah. Hal ini disimpulkan dari pertanyaan yang diajukan oleh KPPAD Bali dengan 21.000 responden pelajar di Bali. Riset pertama yang dilakukan mengenai keadaan melakukan kegiatan belajar di rumah. Dalam hasil penelitian menyatakan bahwa sebanyak 36,9% responden mengatakan bahwa biasa saja, sebanyak 27%

menyatakan bosan belajar di rumah, sebanyak 19,7% menyatakan senang belajar di rumah, dan sebanyak 15,8% mengaku sangat membingungkan dan menegangkan belajar di rumah. Riset kedua mengenai kekerasan yang terjadi saat belajar di rumah. Dalam penelitian disebutkan bahwa sebanyak 88,9% dari responden menyatakan tidak pernah mengalami kekerasan saat belajar di rumah, sebanyak 7,7% terkadang pernah mengalami kekerasan, sebanyak 2,1% mengakui bahwa mereka pernah mengalami dan sebanyak 1,3% mengakui bahwa mereka sering mengalami kekerasan. Riset ketiga mengenai belajar dengan menggunakan sistem daring. Sebanyak 43% responden mengatakan bahwa membosankan untuk belajar secara daring, sebanyak 40% menyatakan bahwa merasa biasa saja, sebanyak 13,3% mengatakan bahwa mereka merasa senang dan sisa dari responden memberikan jawaban tidak tahu. Selain itu 77,8% responden mengaku bahwa mereka lebih menyukai untuk belajar di sekolah seperti dahulu, sebanyak 16,3% mengakui lebih menyukai kegiatan belajar di rumah, dan sisa dari responden sebanyak 5,9% memberikan jawaban tidak tahu.

KKPAD Bali juga melakukan pertanyaan esai secara kualitatif mengenai belajar dirumah dengan sistem daring. Hasil dari riset tersebut memperlihatkan bahwa sebagian besar siswa mengeluhkan akan biaya kuota internet yang harus dikeluarkan untuk belajar. Dan orang tua yang tidak bekerja juga mengeluh dan hanya dapat mengharapkan adanya bantuan biaya pendidikan berupa kuota internet gratis dari pemerintah.

Dampak negatif yang ditimbulkan dari adanya pembatasan kegiatan adalah dari segi psikologis masyarakat. Laelatus Syifa (Psikolog UNS) saat dihubungi oleh

Kompas.com pada hari Selasa 14 April 2020 mengungkapkan, keadaan dari virus covid-19 tersebut berdampak pada 3 psikologis, yaitu *uncertainty* (ketidakpastian), *crisis*, dan *loss of control* (*lepas kendali*). "Efek krisis mulai ditandai dengan datang secara tiba-tiba tanpa adanya suatu persiapan, dan akan dampak negatif yang cukup menekan," ujar Latus. Sedangkan, untuk efek ketidak pastian, akan dirasakan dengan kekhawatiran kapan kondisi saat ini akan segera berakhir dan kapan dapat kembali untuk bekerja. Untuk efek "*loss of control*", Latus mengatakan, orang akan melihat dan mendengar tanpa dapat melakukan kegiatan apapun, seperti kita akan terus bisa melihat angka jumlah kasus kematian dari pandemi ini namun kita tetap tidak dapat melakukan apa-apa selain menjaga diri kita sendiri. Menurut Latus, Hal yang dapat dikendalikan dalam keadaan di tengah pandemi, yaitu dengan aturan seperti penghargaan dan hukuman yang jelas tersebut yang bisa memberikan arahan kepada masyarakat Indonesia supaya taat akan kebijakan pemerintah yang berlaku saat ini. Jika aturan tersebut terlaksana, maka aturan tersebut akan menguntungkan untuk pihak pemerintah dan masyarakat seluruh Indonesia.

Data yang kami temukan dengan keadaan Masyarakat yang berada di Kota Semarang dalam hasil riset yang telah kami lakukan, kami menemukan bahwa dari 100 anak berusia 9 - 18 tahun yang berada di Kota Semarang sebanyak 63% dari responden kami mengatakan bahwa ia merasa "Tidak Senang" saat harus bersekolah dirumah, dan sebanyak 36% orang tua merasa bosan dan khawatir kepada anak saat harus di rumah saja.

Keluarga memiliki peran penting dalam penerapan gaya baru dikarenakan edukasi mengenai *new normal* dalam keluarga adalah langkah pertama yang harus

dilaksanakan. Dikarenakan keluarga merupakan elemen utama dalam penerapan budaya baru ini maka keluarga diharapkan dapat menjaga dan melindungi keluarganya sendiri, keluarga harus menjadi kelompok utama yang aman terhindar dari virus. Keluarga yakni anak-anak dan orangtua memiliki peran yang penting dalam mencegah penularan Covid- 19. Pola hidup sehat dan budaya baru (*New normal*) saat ini sedang gencar digerakkan oleh Pemerintah Kota Semarang kepada keluarga dan masyarakat Kota Semarang. Budaya yang telah diterapkan selama ini oleh masyarakat seperti *Work From Home*, sekolah daring, aktivitas perilaku hidup bersih dan sehat saat di rumah, serta penggunaan masker saat di luar rumah. Kegiatan ini yang harus diterapkan dan kini sudah biasa dilakukan dalam proses pencegahan penularan virus Covid-19 di Kota Semarang.

Oleh karena itu Hari Anak Nasional tahun ini yang diselenggarakan secara *online*, ingin memberikan informasi mengenai Budaya Baru (*New normal*) kepada anak-anak dan orang tua melalui Hari Anak Nasional yang akan diselenggarakan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Dinas Sosial Kota Semarang. Dengan adanya peringatan ini diharapkan Pemerintah Kota Semarang dapat memberikan wadah kreatifitas kepada anak-anak saat di rumah saja dan dapat membantu anak-anak yang terdampak COVID-19.

Pada tahun ini, kegiatan yang diadakan dalam rangkaian acara Hari Anak Nasional Kota Semarang berupa talkshow, webinar, lomba, perayaan puncak HAN, dan konser amal, dan donasi dilaksanakan via daring atau *online*.

Dalam memperingati Hari Anak Nasional di Kota Semarang, salah satu dari rangkaian kegiatan yang dilaksanakan yaitu talkshow. Kegiatan tersebut

dilaksanakan agar dalam penyampaian pengetahuan atau edukasi seputar Hari Anak Nasional dapat tersampaikan secara luas. Tema yang diambil dalam HAN Tahun ini berupa “Menjadi Hebat bersama Generasi Baru” dengan harapan anak-anak di Kota Semarang yang saat ini sedang terdampak dari adanya virus covid-19 dapat tumbuh menjadi anak-anak penerus bangsa yang berperilaku positif, berbudaya hidup sehat, membudayakan hidup bersih, bijak bermedia sosial dan kreatif dalam belajar. Program talkshow dilaksanakan atas dasar penyampaian informasinya yang sangat luas dengan *target audience* yang tidak terjangkau atau dapat dikatakan informasi yang mudah didapatkan secara menyeluruh bagi masyarakat Kota Semarang.

Ragam lomba anak merupakan salah satu kegiatan yang setiap tahunnya selalu diadakan dalam serangkaian peringatan Hari Anak Nasional termasuk di Kota Semarang sendiri. Tujuan dari lomba sendiri yakni sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan dari tema yang sudah ditetapkan untuk HAN tahun ini. Tema tersebut dipecah menjadi subtema di setiap mata lomba, sehingga peserta lomba yang notabene adalah anak-anak sebagai target primer kami mendapatkan pesan dan menyampaikan kembali pesan tersebut dalam bentuk karya lomba ke khalayak umum.

Dikarenakan adanya beberapa dampak negatif bagi anak seperti kurangnya kesempatan anak untuk bermain, belajar, dan berkreasi karena adanya penerapan jaga jarak selama pandemi. Maka dari itu Hari Anak Nasional Kota Semarang membuat suatu wadah yang dapat menjadi tempat anak-anak untuk mengekspresikan diri di Pentas Seni Daring sebagai Puncak peringatan HAN Kota

Semarang. Puncak Peringatan HAN Kota Semarang sendiri memang sudah dilaksanakan setiap tahun namun kali ini dalam bentuk daring, dari acara Pentas Seni Daring tersebut anak-anak dapat menuangkan kreatifitas dan kesempatan menunjukkan kemampuan mereka di bidang seni. Seperti penampilan tari dari Klub Merby dan beberapa sekolah di Kota Semarang, lalu ada pertunjukan menyanyi dari anak-anak sekolah dan juga dari Komunitas Difabel Kota Semarang.

Selain ketiga kegiatan yang sudah disebutkan di atas, terdapat juga program webinar. Program tersebut dilaksanakan agar penyampaian mengenai Hari Anak Nasional dan seputar budaya baru dapat diterima oleh masyarakat luas dengan berbagai narasumber yang ahli dalam bidangnya. Pesan yang disampaikan selain terkait Hari Anak Nasional, terdapat pula pesan-pesan untuk anak dan orang tua terkait hak-hak anak yang harus dipenuhi seperti mencegah kekerasan terhadap anak, mengenai pola asuh anak di saat pandemi dan lain sebagainya. Memilih program webinar dikarenakan webinar merupakan salah satu alat komunikasi yang efektif dalam memberikan materi kepada target audiens yang telah ditentukan di saat pandemi Covid-19. Dengan menggunakan narasumber yang terpercaya untuk menyampaikan pesan, diharapkan dapat membuat pesan lebih mudah tersampaikan kepada masyarakat.

Acara Hari Anak Nasional Kota Semarang juga mengadakan donasi dalam bentuk penggalangan donasi dalam acara Konser Amal dan juga akan di serahkan pada acara Penyerahan Donasi. Penggalangan donasi tersebut belum pernah dilaksanakan pada peringatan HAN Kota Semarang sebelumnya dikarenakan adanya pandemi covid-19 berdampak pada orangtua dan juga anak-anak seperti

terjadinya PHK, kecemasan masyarakat meningkat karena terlalu lama dirumah, serta turunnya perekonomian yang mana berdampak pada anak-anak. Sehingga penggalangan donasi tersebut terselenggara untuk membantu anak-anak yang terkena dampak covid-19 yang nantinya akan disalurkan melalui Dinas Sosial Kota Semarang untuk memberikan bantuan berupa barang dari hasil penggalangan donasi yang telah dilaksanakan.

1.2 Rumusan Masalah

Adanya pandemi COVID-19 berdampak pada orangtua serta anak-anak. Dampak yang terjadi pada orangtua yaitu berupa kekhawatiran saat anak di rumah saja dan dampak pada anak yaitu berupa kebosanan saat di rumah saja. Maka dari itu kami ingin mengedukasi mengenai kebijakan budaya baru (*New normal*) dan memberikan wadah kreatifitas kepada anak saat di rumah saja agar kekhawatiran tersebut dapat diminimalisir.

1.3 Tujuan

Tujuan karya bidang “SERASI 2020” ini adalah *Memberikan Komunikasi Informasi Edukasi selama pandemi kepada anak-anak tentang budaya baru agar menjadi generasi yang hebat.*

1.4 Tinjauan Pustaka

1.4.1 Persuasi

Menurut Stephen W (2009: 745) Persuasi merupakan aktivitas menciptakan, menguatkan, atau memodifikasi keyakinan seseorang, sikap, dan atau perilaku yang merupakan motivasi utama dalam mendasari komunikasi manusia dan

sumber studi komunikasi. Selama masa keemasan Yunani dari abad ke-5 hingga ke-4 SM, sekelompok guru yang dikenal sebagai sofis menginstruksikan siswa dalam seni berbicara persuasif dan menulis esai akademik yang meneliti berbagai tema dan topik yang berkaitan dengan pengaruh sosial. Aristoteles, menulis risalahnya yang terkenal, Retorika, di mana ia mendefinisikan retorika sebagai fakultas untuk menemukan sebuah cara persuasi yang ada. Menurutnya, cara seperti itu termasuk untuk membandingkan dalam kategori logika, emosi, dan kualitas dari orang yang meyakinkan. Dampak hal ini dari propaganda digunakan selama masa Perang Dunia I dan Perang Dunia II. Carl Hovland, seorang dari kelompok yang diberi tugas oleh Departemen Perang A.S. untuk mempelajari bagaimana cara menentang propaganda Nazi. Nazi adalah seorang tokoh terkemuka dalam pengembangan tradisi penelitian ini. Setelah Perang Dunia II, Hovland memimpin Program Komunikasi dan Perubahan Sikap di Universitas Yale. Tidak seperti para sarjana yang menggunakan pendekatan retorik, programnya mempelajari persuasi dengan menerapkan teknik ilmiah sosial, termasuk studi laboratorium dan ukuran statistik perubahan sikap.

1.4.2 Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif merupakan salah satu teori komunikasi yang dibutuhkan untuk menggerakkan orang-orang supaya mau mengubah perilaku mereka sesuai dengan yang dikehendaki komunikator. Menurut Simon (1976) dalam Dainton dan Zelle (2004: 104) persuasi didefinisikan sebagai berikut: Persuasion is defined as “human communication that is designed to influence others by modifying their beliefs, values, or attitudes”

Dalam komunikasi persuasif, terdapat 4 teori yakni Social Judgement Theory, Narrative Paradigm, Elaboration Likelihood Model, dan Cognitive Dissonance Theory. Pada Social Judgement Theory dan Elaboration Likelihood Model menganggap bahwa apabila komunikator hendak melakukan komunikasi persuasif, target audience harus dipertimbangkan sebelum pesan disusun. Di bawah ini merupakan penjelasan dari 4 teori tersebut :

1. *Social Judgment Theory*

Berdasarkan teori ini, sikap target audience adalah hal utama karena mengirimkan pesan yang sampai pada bagian penolakan (latitude of rejection) dari si penerima pesan tidak menghasilkan persuasi yang berjalan lancar. Persuasi yang benar hanya bisa terjadi apabila pesan persuasif ada pada bagian non commitment dari si penerima (yang berarti si penerima pesan tidak punya preferensi apapun) atau ada pada bagian penerimaan yang menerima pesan.

Social Judgement Theory juga mengatakan bahwa paham mengenai target audience merupakan hal yang penting. Dalam hal ini, penerima pesan diharuskan memiliki kemampuan mengolah pesan dengan rinci dan objektif. Pertanda dari sekitar harus digunakan apabila target audience tidak terpengaruh atau pesan tidak dapat diproses oleh mereka.

2. *Elaboration likelihood model*

Pada teori ini dikatakan bahwa tahu mengenai target audience merupakan hal yang penting. Dalam hal ini, komunikator harus termotivasi dan mampu mengolah pesan secara objektif dan rinci. Ketika target audience tidak terpengaruh atau

tidak dapat memproses pesan (atau keduanya), isyarat dari sekeliling harus digunakan.

3 Cognitive Dissonance Theory

Teori *Cognitive Dissonance* ini memberikan penjelasan mengenai persuasi yang mana sebagai tanggapan / respons *postreactive* berasal dari rasa yakin serta tindakan yang tidak selaras. Seseorang akan memilih untuk menjaga keselarasan antara keyakinan dan bentuk sebuah perilaku. Hal ini menandakan bahwa pengirim pesan bisa mengambil *benefit* dari ketidaksesuaian dari penerima pesan serta dapat memberikan suatu tindakan yang mencoba untuk mengatasi kesenjangan yang mana kesenjangan tersebut antara keyakinan yang tidak selaras dengan perilaku individu.

4. Narrative Paradigm

Narrative Paradigm menurut (Dainton dan Zelle, 2004: 104-12) Merupakan pandangan dari metode komunikasi persuasi melalui penelitian yang deskriptif. Artinya, komunikasi persuasi tidak perlu memiliki proses rasional, yang mana proses dari emosional yang berpijak pada *storytelling*. Yang utama, komunikasi harus memiliki keselarasan dan logika yang masuk akal sehingga mampu mempengaruhi *target audience*.

1.4.3. Landasan Konsep Komunikasi Persuasif

Saat melakukan komunikasi persuasi, kita dapat memusatkan perhatian kita pada bagaimana cara kita mengubah atau memperkuat sikap dan kepercayaan dari target persuasi, dari penjelasan tersebut, terdapat 3 konsep yang perlu di jelaskan yakni:

1. Sikap

Menurut pendapat dari Daniel Handoko (2017: 7) Sikap yaitu suatu kebiasaan individu untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Melalui komunikasi persuasif, seorang penerima pesan bisa merubah sikap dikarenakan adanya terpaan informasi yang berasal dari seorang penyampai pesan. Sikap merupakan suatu tindakan kebiasaan untuk memberikan reaksi berupa reaksi yang menyenangkan, reaksi yang tidak menyenangkan, atau reaksi yang netral pada suatu objek. Target dari suatu perubahan sikap tersebut berupa bentuk aspek afektif (kesukaan atau juga sebuah perasaan pada suatu objek tertentu), kemudian ada kognitif (suatu keyakinan pada sebuah objek), dan ada motorik / perilaku (suatu tindakan pada objek) yang mana dengan penjelasan lebih lengkap sebagai berikut:

a. Sasaran aspek kognitif dalam komunikasi persuasif

Pada aspek kognitif, pesan berkaitan erat pada objek mengenai sebuah sikap yang disampaikan pada seseorang, untuk harus menyetujui ide atau menyamakan suatu pendapat yang dimuat dalam pesan. Sebuah proses kognitif berjalan pada saat proses komunikasi persuasif sedang terjadi, proses ini pada akhirnya seseorang bisa memutuskan pendapat bahwa ia setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek sikap.

b. Sasaran aspek afektif dalam komunikasi persuasif

Dalam proses afektif pada saat pesan persuasi yang telah disampaikan pada penerima pesan, pesan tersebut akan mempengaruhi suatu emosi dan suatu perasaan seseorang yang akan dijadikan target dari komunikasi persuasi ini,

sehingga seseorang dapat terpengaruh. *Classical* atau *respondent conditioning* adalah prinsip bahwa seorang individu akan bersikap positif pada suatu objek yang sering ditampilkan dengan rangsangan yang positif, sebaliknya pun juga begitu, seseorang akan memiliki sikap negatif pada suatu objek yang ditunjukkan bersama dengan rangsangan yang negatif.

c. Sasaran aspek motorik/perilaku dalam komunikasi persuasif

Suatu proses motorik dalam suatu persuasi adalah pesan yang bisa memberikan motivasi kita untuk berubah, yang mana dalam perilaku atau dari keyakinan. Makin penting isi (pesan) dan makin besar suatu perbedaan yang timbul antara perilaku serta keyakinan, maka makin tinggi pula besarnya ketidaknyamanan yang akan dirasakan. Perubahan sikap tersebut bisa terjadi karena apabila ada rasa keinginan dari individu untuk menghilangkan suatu keadaan ketidakcocokan atau ketidaknyamanan tersebut.

2. Kepercayaan

Menurut pendapat dari Daniel Handoko (2017: 8) Kepercayaan adalah suatu rasa keyakinan akan adanya kebenaran. Kepercayaan ini akan muncul dikarenakan ada akibat dari suatu pengalaman, kemudian adanya bukti dari pihak kedua, serta dari motivasi. Kepercayaan yaitu bentuk dugaan mengenai suatu objek tertentu. Sehingga, terdapat dua arti kepercayaan adalah kepercayaan pada objek dan kepercayaan mengenai objek. Kepercayaan pada objek seperti sedang mengalami cedera. Kepercayaan mengenai objek seperti cedera yang dialami dan tidak berlangsung lama.

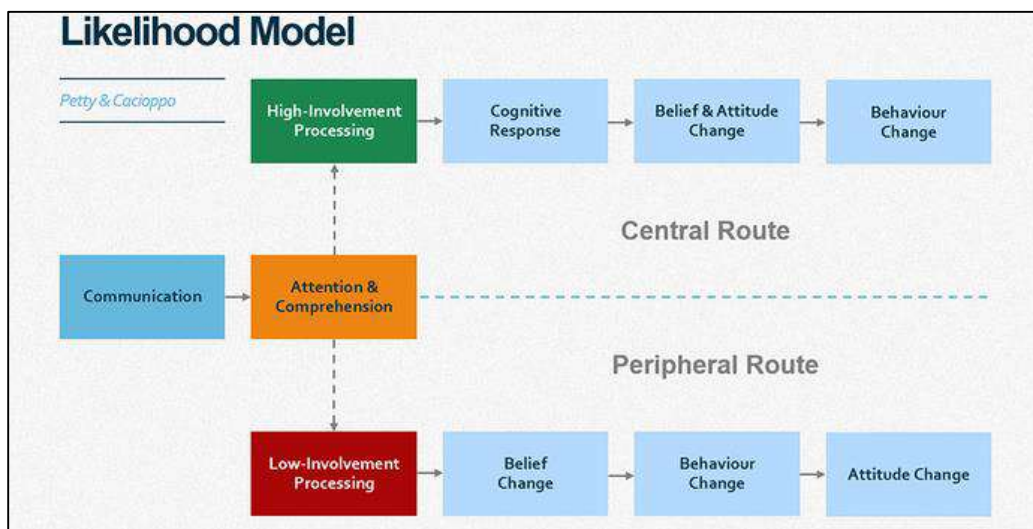
3. Perilaku

Perilaku dalam persuasi mengacu pada tindakan yang jelas atau dapat diamati. Perilaku merupakan tindakan dari sikap kita terhadap sesuatu. Seperti perilaku membuang sampah pada tempatnya merupakan salah satu tindakan yang terlihat dari orang yang memiliki sikap sadar akan kebersihan.

Dalam pengaplikasian teori di *event* kami, kami berfokus pada *Elaboration Likelihood* teori. Teori Kemungkinan Elaborasi adalah kemampuan seseorang dalam berpikir kritis tergantung kepada seberapa besar ketertarikan mereka terhadap hal yang di bicarakan atau di diskusikan.

Pada model *elaboration likelihood* ini memiliki dua rute bagaimana penerima dapat menerima pesan yang disampaikan, yaitu diantaranya adalah :

Gambar 1. 1 Likelihood Model



1. Central / Terpusat :

Bagaimana penerima secara kritis menerima pesan dengan pendapat yang rasional. Contoh kasusnya adalah seperti, pengawas lapangan golf sangat prihatin dengan kondisi rumput di lapangan golf tempat dia bekerja, maka ketika sebuah iklan produk baru keluar untuk menyemprot gulma, ia akan membayar perhatian, ia akan menganalisis isi pesan dan apa artinya untuk dia supaya rumput menjadi lebih hijau.

Di sisi lain, seorang wanita bisnis yang tinggal di lantai apartemen tidak memiliki perhatian dengan rumput itu, karena dia tidak memiliki halaman rumput. Oleh karena itu iklan semprotan gulma tidak penting baginya.

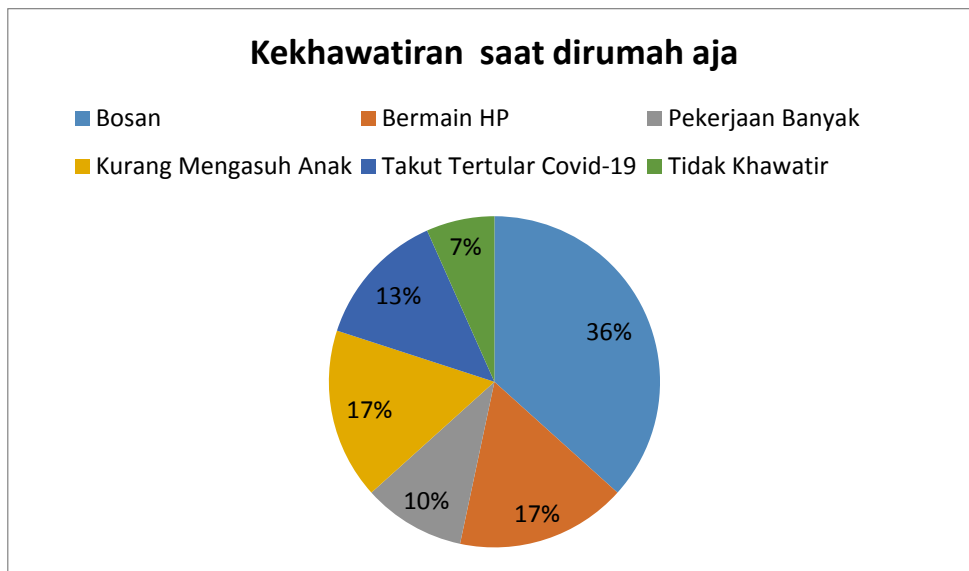
2. Peripheral :

Bagaimana penerima tidak berpikir secara kognitif untuk mengevaluasi pesan dan proses dari informasi dari pesan tersebut. Contoh kasusnya yaitu iklan mengenai kebersihan lingkungan dengan tidak membuang sampah sembarangan akan lebih diperhatikan dengan menggunakan aktris atau *public figure* tertentu.

1.5 Rancangan Project

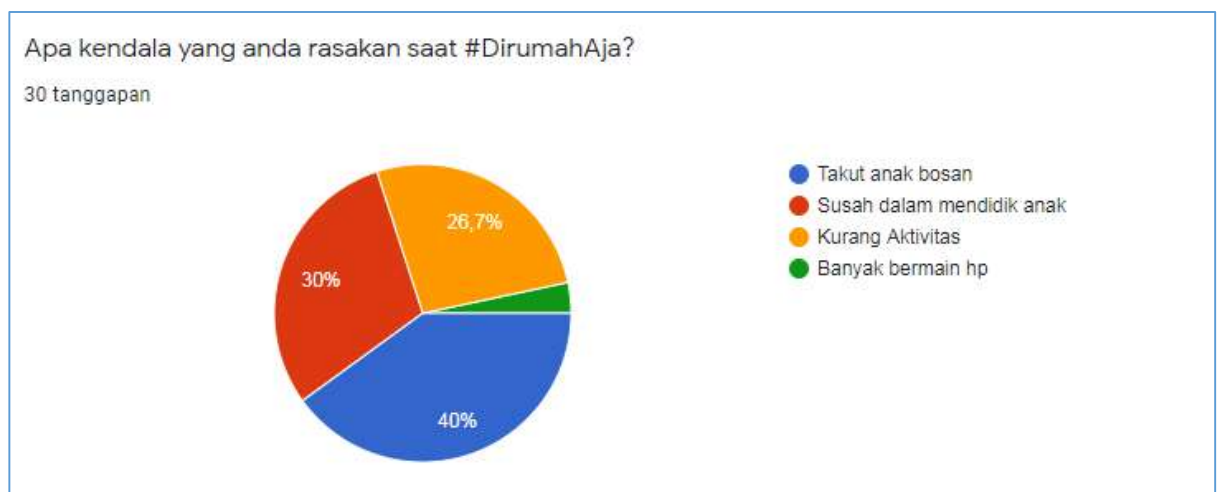
1.5.1 Hasil Riset Orang Tua

Diagram 1. 1 Kekhawatiran Orangtua saat di rumah aja



Berdasarkan hasil riset yang telah kami lakukan kepada 30 responden, Angka terbanyak Orang Tua mengatakan bahwa merasa bosan saat harus di rumah aja, dan kemudian takut jika kurang dalam mengasuh anak dan anak bermain handphone secara terus menerus.

Diagram 1. 2 Kendala Orangtua selama di rumah aja



Dari hasil riset yang kami lakukan dari 30 responden mendapatkan sebanyak 40% dari responden kami mengatakan bahwa takut jika anak bosan dan sebanyak 30% mengatakan bahwa susah dalam mendidik anak.

Diagram 1. 3 Kegiatan yang dibutuhkan Orangtua



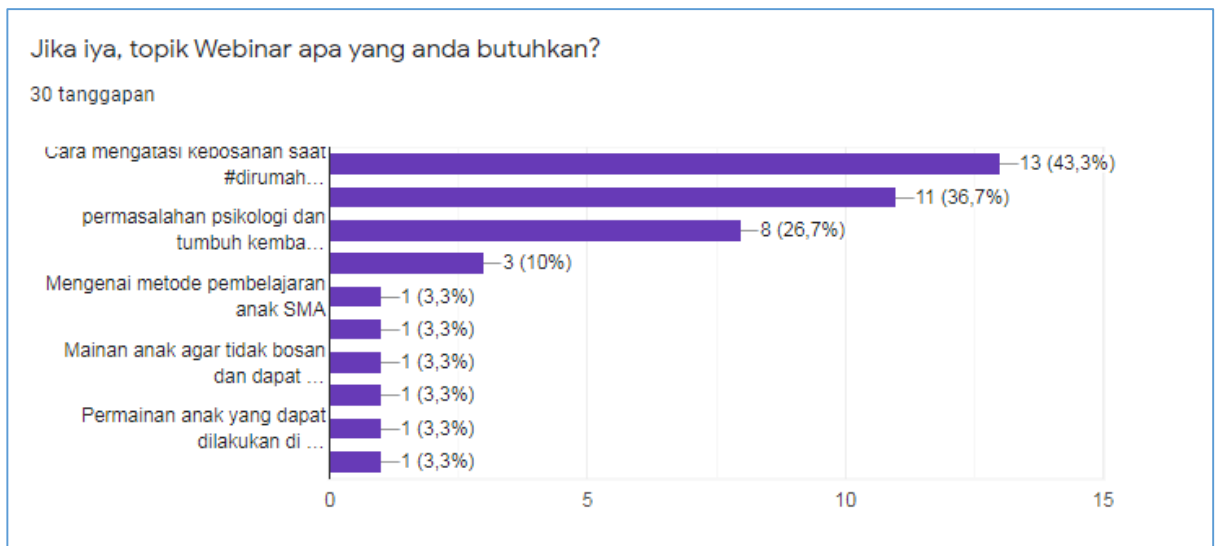
Dari hasil riset yang kami lakukan dari 30 responden mendapatkan sebanyak 43,3% dari responden kami mengatakan menginginkan acara edukatif untuk anak saat di rumah aja, sebanyak 33,3% menginginkan kegiatan aktivitas agar anak tidak bosan saat di rumah, dan sebanyak 23,3% mennginginkan kegiatan fisik yang dapat membimbing anak untuk mengahadpi pandemi.

Diagram 1. 4 Minat Orangtua terhadap Webinar



Dari hasil riset yang kami lakukan dari 30 responden mendapatkan sebanyak 90% dari responden kami mengatakan membutuhkan suatu webinar parenting dan sebanyak 10% mengatakan bahwa tidak membutuhkan webinar parenting.

Diagram 1. 5 Topik Webinar yang diminati



Dari 30 responden kami mengatakan membutuhkan topik webinar cara mengatasi kebosanan anak saat di rumah yaitu sebanyak 43,3%, sebanyak 36,7% mengenai

topic permasalahan psikologi dan tumbuh kembang anak, dan sisanya mengenai bagaimana cara membuat permainan anak saat di rumah.

Diagram 1. 6 Platform Webinar



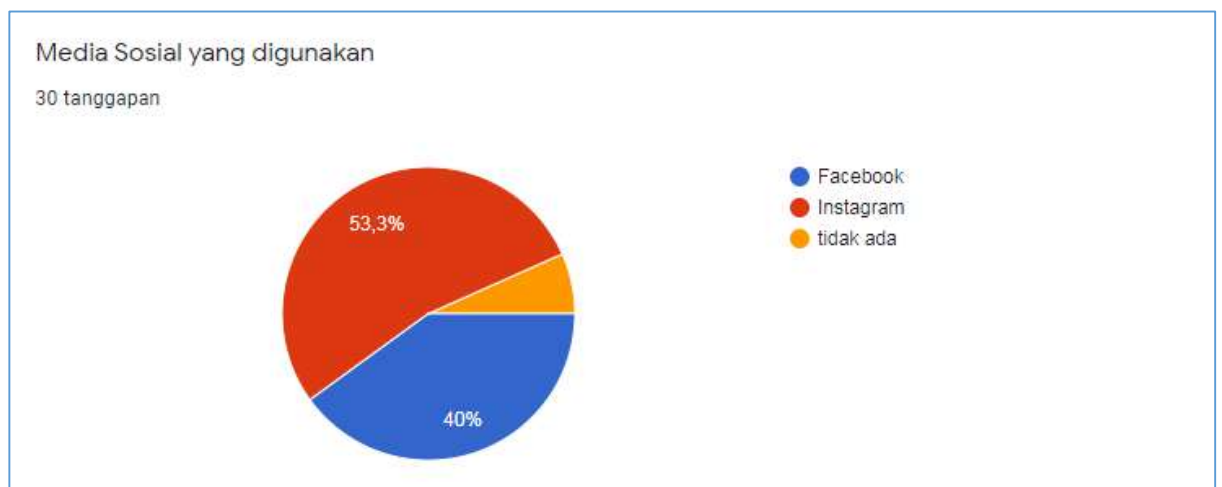
Berdasarkan hasil riset kami, sebanyak 56,7% responden yang membutuhkan acara webinar tersebut menyukai platform Zoom meeting, dan sebanyak 16,7% menyukai platform Google Meeting.

Diagram 1. 7 Kegiatan yang diminati



Berdasarkan hasil riset kami, sebanyak 50% responden menyukai semua kegiatan acara talkshow, ragam lomba anak, dan konser music. Sebanyak 30% menyukai kegiatan ragam lomba anak, dan sebanyak 16,7% menyukai kegiatan talkshow.

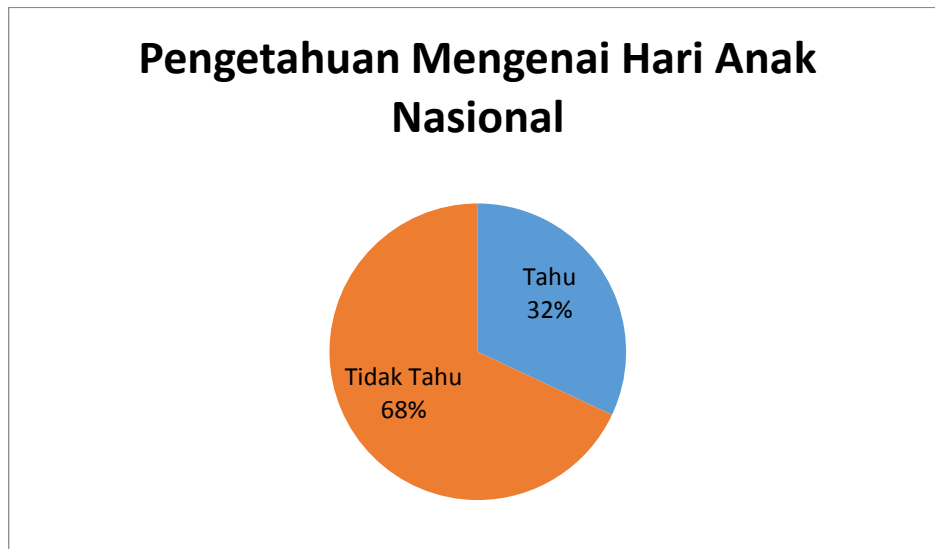
Diagram 1. 8 Media Sosial yang Digunakan



Berdasarkan hasil riset kami, sebanyak 53,3% responden menggunakan media social Instagram, dan sebanyak 40% menggunakan Facebook.

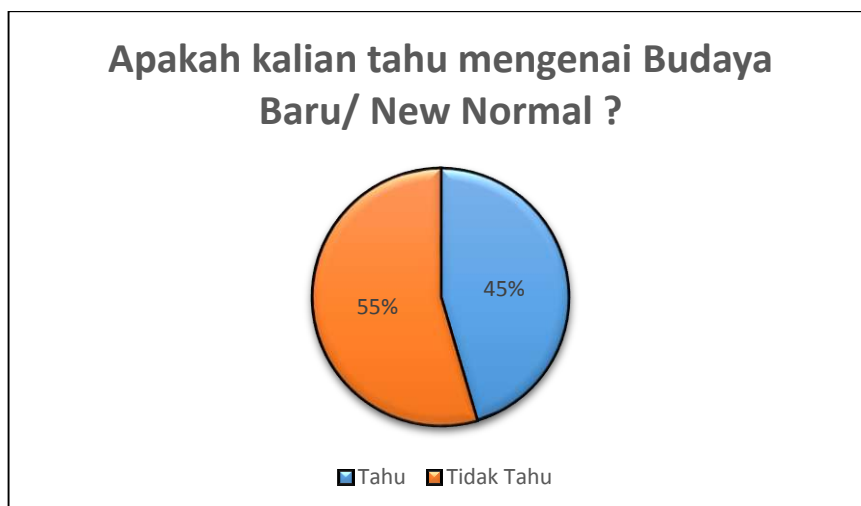
1.5.2 Hasil Riset Anak

Diagram 1. 9 Pengetahuan mengenai HAN



Sebanyak 32% responden mengetahui tentang Hari Anak Nasional dan sebanyak 68% responden tidak mengetahui tentang Hari Anak Nasional.

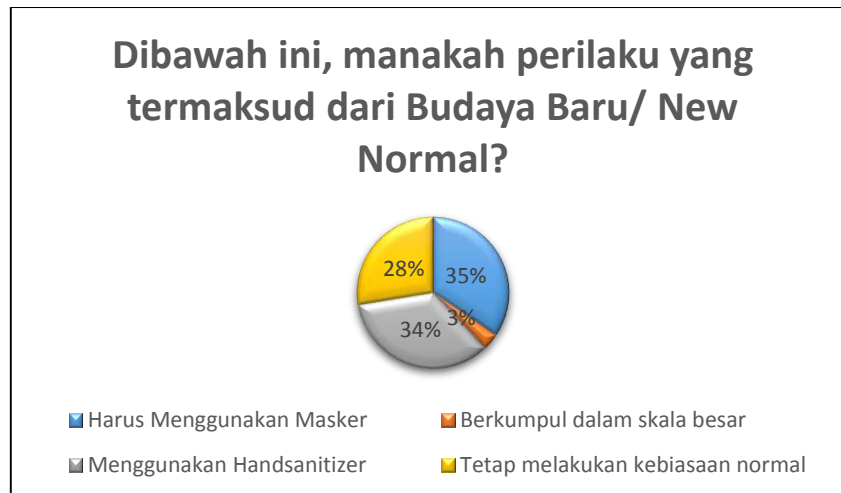
Diagram 1. 10 Pengetahuan Anak Terkait New Normal



Berdasarkan riset yg kami lakukan pada anak-anak di Kota Semarang, sebanyak 55% dari responden menjawab Tidak Tahu tentang Budaya Baru/New Normal. Hal

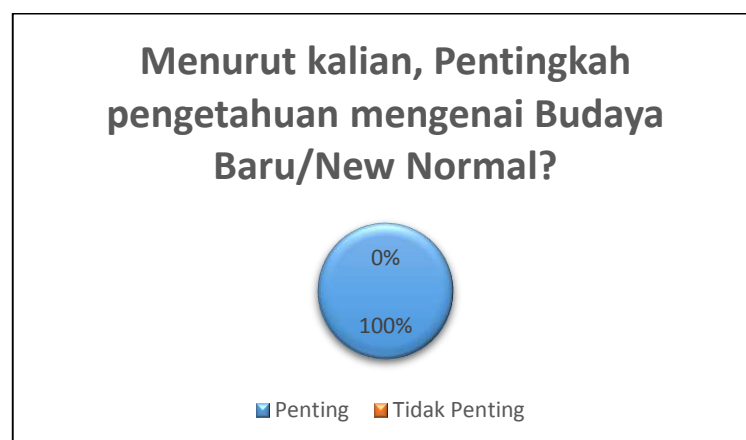
inilah yang mendorong kami untuk meningkatkan Pengetahuan mengenai Budaya Baru/ New Normal.

Diagram 1. 11 Pengetahuan terkait Perilaku New Normal



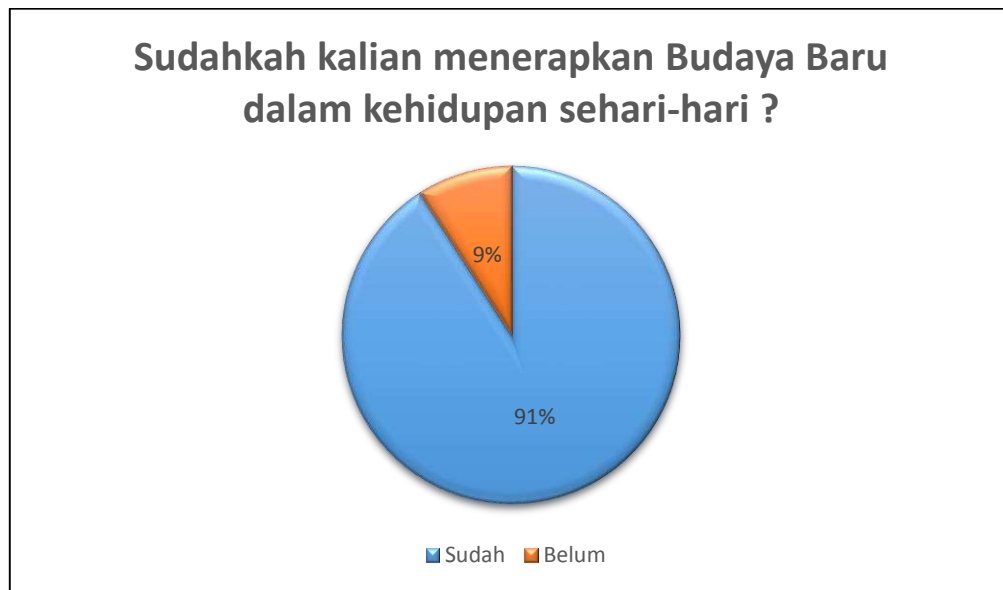
Dari riset yang kami lakukan, 35% dari responden kami memilih Menggunakan Masker sebagai salah satu perilaku dari Budaya Baru/ New Normal, dan sekitar 28% memilih Tetap untuk melakukan kebiasaan normal, sisanya sebanyak 34% mengatakan Menggunakan Handsanitizer sebagai bentuk perilaku dari Budaya Baru/ New Normal.

Diagram 1. 12 Ketertarikan Terhadap Budaya New Normal



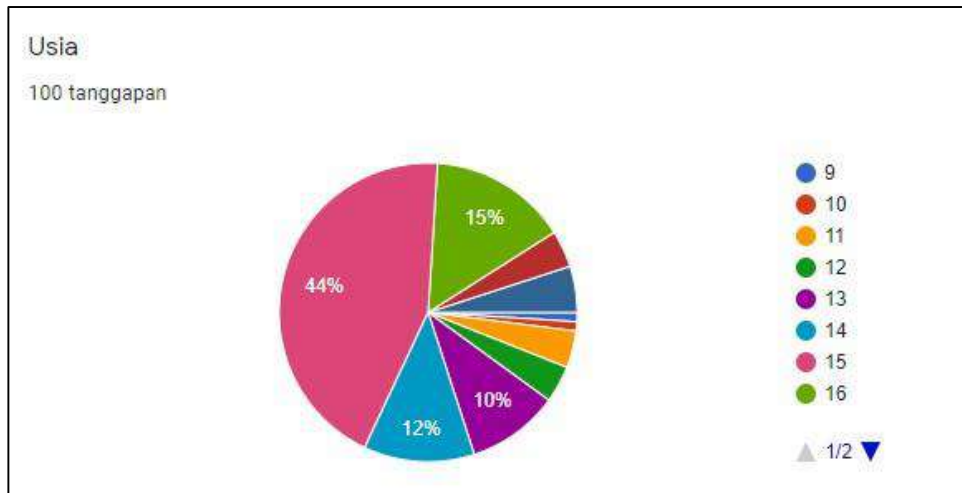
Hasil riset yang kami lakukan pada 100 anak di Kota Semarang, responden kami mengatakan bahwa Penting untuk mengetahui Budaya Baru/ New Normal dengan persentase sebanyak 100%.

Diagram 1. 13 Penerapan Budaya New Normal dalam Keseharian



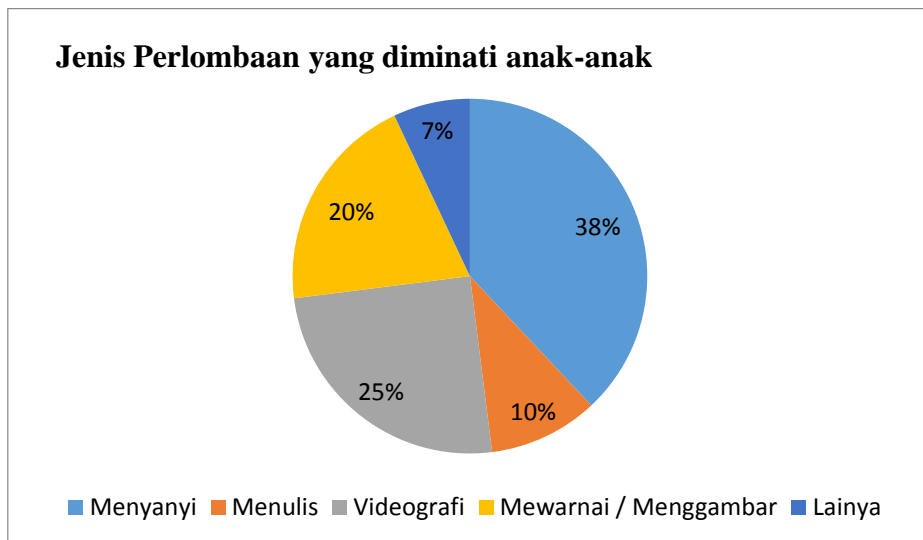
Mengenai riset menerapkan Budaya Baru/ New Normal dalam kehidupan sehari-hari pada anak-anak, sebanyak 91% dari responden kami mengatakan Sudah menerapkan Budaya Baru/ New Normal dalam kehidupan sehari-hari.

Diagram 1. 14 Usia Responden



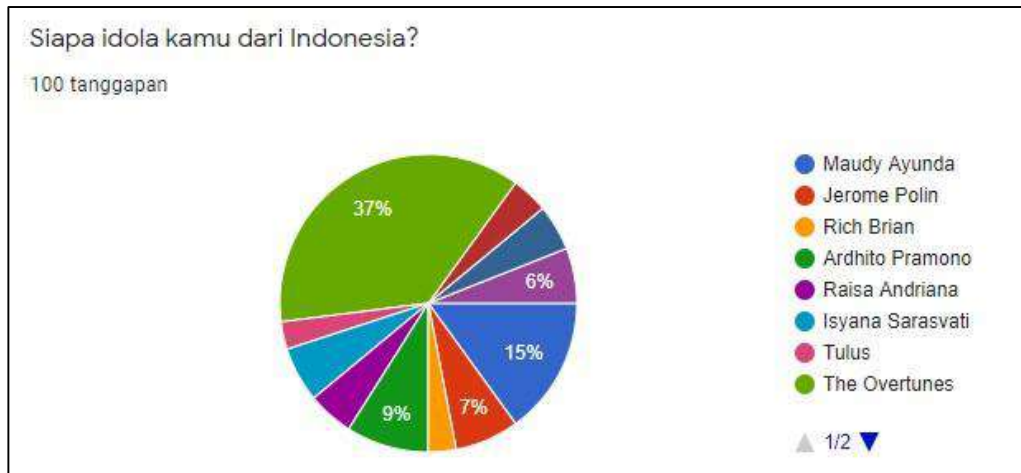
Berdasarkan riset yang kami lakukan pada 100 responden kami, sebanyak 44% berusia 15 Tahun dan sebanyak 15% dari responden kami berusia 16 Tahun. Dan sisanya sebanyak 59% mulai dari berusia 9 -14 Tahun dan 17-18 Tahun.

Diagram 1. 15 Lomba yang diminati



Hasil riset yang kami lakukan dari 100 responden mendapatkan sebanyak 38% dari responden kami mengatakan lomba yang disukai yakni “Menyanyi” dan di susul oleh “Videografi” dengan persentasi 25%.

Diagram 1. 16 Ketertarikan mengenai idola



Berdasarkan riset yang kami lakukan, sebanyak 37% dari responden kami mengatakan bahwa idola yang disukai oleh responden kami yakni “The Overtunes” dan sebanyak 15% mereka menyukai “Maudy Ayunda” sebagai idola yang disukai.

Diagram 1. 17 Kegiatan selama di rumah



Berdasarkan riset yang kami lakukan pada anak sebanyak 100 responden mengatakan diantaranya 25% mengatakan ia melakukan kebiasaan “Menonton

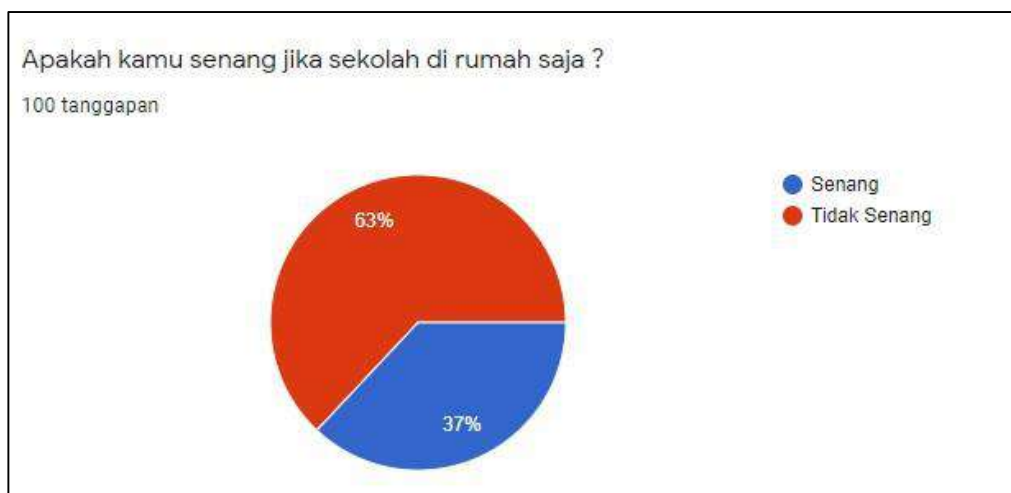
Movie / Televisi” sebagai bentuk kegiatan yang sering dilakukan saat di rumah. Dan sebanyak 16% dari responden kami mengatakan “Bermain Gadget”.

Diagram 1. 18 Jenis Tontonan Youtube yang Disukai



Berdasarkan riset yang kami lakukan pada 100 responden kami, sebanyak 28% dari responden kami mengatakan ia menyukai jenis tontonan “Tutorial” yang di tonton di sosial media YouTube. Sebanyak 26% sisanya ia mengatakan menyukai jenis tontonan “Vlog”

Diagram 1. 19 Kegiatan Sekolah di Rumah



Menurut data mengenai kegiatan sekolah dirumah yang telah kami ambil dari 100 anak di Kota Semarang, sebanyak 63% dari responden kami mengatakan bahwa ia merasa “Tidak Senang” saat bersekolah dirumah.

1.5.3 Segmentasi

- **Primer**

1. Demografis : Anak laki – laki dan perempuan

Usia 9 – 18 Tahun

Geografis : Berdomisili di Semarang

Psikografi : - Pengguna aktif media sosial

- Menyukai hal-hal baru

- **Sekunder**

1. Demografis : Laki – Laki dan Perempuan

Usia 20 - 60 tahun

Geografis : Masyarakat Kota Semarang

Psikografi : - Pengguna aktif Media sosial

- Perduhi mengenai isu sosial

- Pengguna Aktif internet

1.5.4 Objektif

- a. Meningkatkan pengetahuan masyarakat Kota Semarang mengenai Hari Anak Nasional dari 32% menjadi 42%
- b. Meningkatkan pengetahuan masyarakat Kota Semarang mengenai New Normal dari 45% jadi 55%
- c. Mempertahankan penerapan budaya baru / New Normal pada kehidupan sehari-hari sebesar 91%
- d. Diikuti peserta (Pentas Seni Daring, Webinar, Konser Amal dan Lomba) sebanyak 500 orang
- e. Mengundang Bintang Tamu Lokal dan Nasional
- f. Mengadakan acara SERASI dengan mendatangkan/mengikutsertakan orangtua, penyandang disabilitas, guru, remaja, dan pemerintah Kota Semarang
- g. Bekerjasama dengan 10 media partner
- h. Bekerjasama dengan 3 komunitas
- i. Mendapatkan Rp 5.000.000 untuk dana donasi
- j. Bekerjasama dengan Dinas Pendidikan untuk mengajak sekolah di Kota Semarang dalam partisipasi lomba
- k. Bekerjasama dengan beberapa juri dari kalangan dosen, mahasiswa dan masyarakat Kota Semarang
- l. Membuat sebanyak 3 konten video
- m. Mendapatkan 300 pengikut dalam 1 bulan
- n. Mendapatkan 3 sponsor acara

- o. Menjual merchandise kaos sebanyak 150 pcs
- p. Menjual merchandise masker sebanyak 100 pcs

1.5.5. Konsep Acara

Serangkaian acara Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 yang berisikan berbagai macam *event* berupa *talkshow*, ragam lomba anak, webinar, penggalangan donasi.

1.5.5.1 Tema

Event ini mengusung tema ‘Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru’.

Tema tersebut diambil sesuai tujuan utamanya yaitu untuk memberikan informasi selama pandemi kepada anak-anak tentang budaya baru generasi hebat.

1.5.5.2 Nama Acara

Sesuai dengan tema dan konsep acara dimana *event* ini merupakan serangkaian *event online* saat menghadapi pandemi. Maka dipilihlah nama SERASI (Semarang Ragam Inspirasi).

1.5.5.3 Strategi

Strategi dalam komunikasi menurut Ade Bagus (2020:11) merupakan sebuah cara untuk mengatur bagaimana dan melaksanakan sebuah kegiatan komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dalam kegiatan Semarang

Ragam Inspirasi kami menggunakan strategi dengan pendekatan *Two Ways Symmetrical Communication*. Dalam Strategi *Two Ways Symmetrical Communication* kami menggunakan 4 *Tools* yaitu :

- *Special Event*
- *Community Involvement*
- *Social Responsibility*
- *Media Publikasi*

1.5.6. *Special Event*

Spesial Event menurut Bachruddin Saleh (2109: 177) merupakan peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan *Public Relation* yang penting dan memuaskan banyak orang untuk dapat ikut dalam sebuah kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan, dan dapat memenuhi selera publik. Berikut beberapa kegiatan yang kami lakukan dalam rangka Pelaksanaan Hari Anak Nasional 2020 :

a. *Talkshow*

Menurut Eva Arifin (2010:64) dalam bukunya *Broadcasting to be broadcaster*, program *Talkshow* merupakan program yang interaktif, atau dialog dimana *brocasting* televisi menghadiskan seorang tokoh masyarakat, di bidang politik, kesehatan, ekonomi, psikologi yang berkaitan dengan tema acara yang disajikan pada *Talkshow* tersebut. *Talkshow* akan diadakan sebanyak 6 kali dengan menggunakan siaran radio dan televisi. Terdapat 4 kali siaran di radio yaitu Radio JFM, RRI, Radio Imelda, Radio Proalma dan 2

kali siaran di TVRI Jawa Tengah. Tema yang ditentukan berdasarkan permasalahan yang sedang terjadi dan juga mengenai informasi yang dibutuhkan masyarakat Kota Semarang. Media Promosi yang akan kami gunakan yaitu media sosial *instagram* dengan *memposting* poster-poster yang berkaitan dengan *talkshow*. Poster-poster tersebut akan *diposting* melalui akun *instagram* dari pihak-pihak terkait seperti DP3A Kota Semarang, Pemkot Semarang, Serasi dan juga media sosial dari Siaran Radio atau televisi itu sendiri. Berikut rencana program *talkshow* yang akan dilaksanakan :

1) Radio RRI

Tema : Peringatan Hari Anak Nasional 2020 Kota Semarang

Narasumber : Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan ANANTAKA

2) Radio J-FM

Tema : Mendampingi Anak disabilitas di Masa Pandemi

Narasumber : Semarcakep

3) Radio Imelda

Tema : Sekolah Ramah Anak di Masa Pandemi

Narasumber : Dinas Pendidikan dan Anantaka

4) TVRI

Tema : Peringatan Hari Anak Nasional 2020 Kota Semarang

Narasumber : DP3A dan Forum Anak Kota Semarang

5) TVRI

Tema : Sekolah Ramah Anak di Masa Pandemi

Narasumber : Dinas Pendidikan dan Anantaka

6) Radio Pro-Alma

Tema : Kelebihan Anak Disabilitas

Narasumber : Semarcakep

b. Pentas Seni Daring

Pentas Seni menurut Suranto (2019: 111) merupakan kegiatan pengembangan minat, bakat dan kreativitas peserta didik melalui pertunjukan. Pentas Seni Daring merupakan puncak acara dari Hari Anak Nasional yang diselenggarakan pada Kamis, 23 Juli 2020 di *Sitroom* Balaikota Semarang. Pentas Seni Daring ini mengusung tema HAN Kota Semarang yaitu “Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru” dengan dihadiri oleh Bapak Walikota Semarang Hendrar Prihadi, Ketua TP PKK Kota Semarang Ibu Krisseptiana, Wakil Walikota Semarang Hevearita Gunaryanti Rahayu, Kepala Dinas

Komunikasi dan Informasi, Kepala Dinas Sosial dan Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang.

Kegiatan Acara:

Tempat : *Sitroom* Balaikota

Waktu : 23 Juli 2020

Narasumber : Bapak Walikota Semarang dan penampil

c. Webinar

Webinar merupakan penggabungan kata dari *web-based* dengan seminar yang merepresentasikan sebuah *virtual classroom*. Yang diperluas dari waktu ke waktu sebagai alat untuk mempromosikan produk dan jasa. Istilah webinar akan mencakup seperti *podcast* atau perekaman, dengan adanya penonton secara langsung maupun daring yang dapat dijadikan sebagai program pelatihan atau pemasaran. (Victoria Ilene 2020:10) Webinar ini merupakan sebuah Program dari Spesial *Event* SERASI 2020. Dalam Program ini webinar merupakan sebuah program untuk mengedukasi kepada anak-anak dan orang tua akan diberikan materi oleh pembicara yang akan dibagi menjadi beberapa sesi melalui aplikasi *Zoom*:

- Webinar Anak

1) Tema : Mencegah *Bullying* kepada Anak Saat pandemi

Narasumber : Naning Yulianingsih (UNICEF)

2) Tema : Mencegah Penularan Covid-19 untuk Anak

Narasumber : Dinas Kesehatan dan Dokter

3) Tema : Kreatifitas Anak selama pandemi

Narasumber : Klub Merby Semarang

- Webinar Orangtua

1) Tema : Pola Asuh dan Tumbuh Kembang Anak

Narasumber : Paulus Mujiran (YKKS) dan Wiwik Citra
(Pilar PKBI Jawa Tengah)

2) Tema : Siasat Mendampingi ABK Saat Pandemi

Narasumber : Fieta Maryunani (Semarcakep)

3) Tema : Mencegah Kekerasan kepada Anak Selama Pandemi

Narasumber : Bu Tia Hendi (Ketua PKK) dan Tsaniatus
Sholihah (Anantaka)

d. Lomba

Untuk memeriahkan Hari Anak Nasional dan untuk mengembangkan kreatifitas anak selama di rumah saja, maka kami mengadakan beberapa lomba yaitu:

- Tingkat SD :

1) Lomba Melengkapi dan Mewarnai Gambar

2) Lomba Video 6 Langkah Cuci Tangan

3) Lomba Menghias Masker

- Tingkat SMP :

- 1) Lomba Desain Konten Media Sosial
- 2) Lomba Menulis Reportase
- 3) Lomba Videografi

1.5.7. Community involvement

Community Involvement menurut (Afita Nurhayati 2012:27) merupakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu harus dilakukan untuk menjaga hubungan baik (*community relations and humanity relations*). Semarang Ragam Inspirasi akan mengajak kepada beberapa Komunitas yang ada di Semarang dalam kegiatan penyampaian Informasi kegiatan melalui *Live Instagram*. Kegiatan *Live Instagram* ini ditunjukkan untuk menyampaikan informasi mengenai serangkaian kegiatan Hari Anak nasional Kota Semarang 2020 dan mengenai tema yang diangkat yaitu Menjadi hebat Bersama Generasi Baru.

1.5.8. Fundrising

Fundrising menurut (Muhsin, 2004, 113) merupakan proses mempengaruhi masyarakat baik perorangan atau lembaga agar menyalurkan dana, sumber daya non-dana, simpati atau dukungan kepada komunitas. Inti *fundrising* adalah menawarkan program unggulan atau kualitas kinerja lembaga/komunitas kepada masyarakat (donatur), sehingga masyarakat dapat mendukung dan berpartisipasi. Jadi mencermati pengertian ini bahwa *fundrising* bukanlah membudayakan meminta-minta kepada orang lain, namun menawarkan program kerja kepada mitra. Penggalangan Donasi

yang kami adakan bertujuan untuk mengajak masyarakat dalam membantu anak-anak yang terdampak Covid-19 di Kota Semarang.

Penggalangan Donasi

Konser Penggalangan Donasi ini bertujuan untuk mengajak masyarakat dalam membantu anak-anak yang terdampak Covid-19 di Kota Semarang. Kegiatan Penggalangan Donasi berupa :

- Konser amal

Konser amal akan dilakukan secara daring melalui Locket.com dan Go Play

Bintang tamu yang akan hadir adalah:

- The Overtunes (Artis Nasional)

- Donasi

Donasi akan dilaksanakan dalam bentuk acara penyerahan donasi diadakan secara *online* dan *offline*. Bintang tamu yang akan hadir adalah:

- Soegi Bornean (Artis Lokal)

1.5.9. Taktik

Menurut Botan (2006) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations Theory* mendefinisikan taktik sebagai kegiatan spesifik yang mana hasil dari taktik tersebut melalui strategi yang diimplementasikan

(dilaksanakan/diterapkan). Berikut kegiatan-kegiatan kami beserta dengan taktik :

1.5.9.1. Talkshow

Menurut Eva Arifin (2010:64) dalam bukunya *Broadcasting to be broadcaster*, program *Talkshow* merupakan program yang interaktif, atau dialog dimana *brocasting* televisi menghadirkan seorang tokoh masyarakat, di bidang politik, kesehatan, ekonomi, psikologi yang berkaitan dengan tema acara yang disajikan pada *Talkshow* tersebut.

1. Radio JFM

- a) *Target Audience* :
 - Tidak terjangkau
- b) *Media promosi yang digunakan* :
 - Media Sosial
 - *Instagram* Semarang Pemkot
 - *Instagram* Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
 - *Instagram* Semarang Ragam Inspirasi
- c) *Materi* :
 - “ **Mendampingi Difabel di Masa Pandemi** ”
- d) *Konten Materi* :

A. Target dan Arahkan Materi

Beberapa hal yang akan dibahas dalam materi ini adalah:

1. Memberikan penjelasan seputrar Anak-anak disabilitas di Kota Semarang
2. Memberikan penjelasan berkaitan dengan *Kondisi New normal* di Kota Semarang
3. Memberikan penjelasan *Hubungan Keterkaitan anak-anak disabilitas dengan Kondisi New normal di Kota Semarang*
4. Memberikan penjelasan mengenai *Dampak Psikologis ABK saat Pandemi terjadi*
5. Memberikan contoh gambaran nyata *Dampak Psikologis ABK saat Pandemi terjadi*
6. Memberikan penjelasan mengenai *Peran Orangtua dalam mengatasi dampak psikologis ABK saat pandemi.*
7. Memberikan tips untuk *Mendampingi difabel di masa pandemi*

B. Penyampaian Materi

Pemateri akan memberikan penjelasan serta gambaran *bagaimana kondisi ABK* saat terjadi pandemi Covid-19 di Indonesia saat ini khususnya Kota Semarang. Pemateri juga dapat menjelaskan pengalaman pribadi tentang *bagaimana menghadapi ABK saat terjadi pandemi* dan tips selama menjadi seorang *Pengurus Komunitas Semarcakep.*

C. Acara

1. Q & A.
2. Pemaparan materi.

- e) Taktik mengajak *audience* untuk mendengarkan *Talkshow* :
- *Memposting* poster di media sosial *Instagram* (@semarangpemkot, @dp3a_kotasemarang , @serasi.2020)
 - Poster yang di *posting* melalui akun Radio J FM.
 - Disiarkan dalam program Harta “Harmoni Keluarga Kita”
- f) Narasumber :
- *Founder* Komunitas Semarcakep “ Fieta Maryunani ”
- g) *Schedule* :

Hari/Tanggal : Selasa, 14 Juli 2020.

Waktu : Pk. 09.00 – 10.00

Tempat : Daring

Program : Harta “Harmoni Keluarga Kita” 102.8 J FM

- h) Teknis :
- Narasumber akan dihubungi oleh pihak Radio melalui *Telephone*.
 - Narasumber akan di *briefing* 10 menit sebelum Radio *On air*.
 - Dipandu oleh Penyiar “Veronika Raharjo”
 - Terdapat 4 sesi disetiap 15 menit setelah Radio *On air* akan di jeda oleh Iklan ataupun lagu.
 - 15 menit diakhir video akan diberikan sebagai Sesi Tanya Jawab.

- Sesi Tanya Jawab akan dibuka secara umum dan dipersihkan untuk para pendengar untuk menghubungi *Contact* yang sudah di informasikan disetiap akan jeda iklan dimulai.
- *Talkshow* radio akan di siarkan melalui Radio J FM di saluran 102.8 dalam program Harta “Harmoni Keluarga Kita”.
- *Talkshow* juga akan diupload di Akun *Youtube Channel* “Serasi”

i) Tujuan :

Pemerintah Kota Semarang berupaya Memberikan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) selama pandemi kepada anak-anak dan orang tua tentang budaya baru dari Generasi Hebat melalui serangkaian acara Peringatan Hari Anak di Kota Semarang 2020.

2. Radio RRI

a) Target Audience :

- Tidak terjangkau

b) Media yang digunakan :

- Media Sosial
 - *Instagram* Semarang Pemkot
 - *Instagram* Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
 - *Instagram* Semarang Ragam Inspirasi

c) Materi :

- “ **Peringatan Hari Anak Nasional 2020 Kota Semarang** ”

d) Konten Materi :

A. Target dan Arahan TOR

Untuk Narasumber Dinas Pemberdayaan Perempuan dan
Perlindungan Anak :

1. Sekarang ini baru meriahnya kegiatan peringatan Hari Anak Nasional mulai dari tingkat Pusat, Provinsi sampai di tingkat Kab/Kota. Kenapa peringatan Hari Anak begitu penting untuk di peringati ?
2. Apa Tujuan dan tema dari HARI ANAK NASIONAL TAHUN 2020 di tingkat Kota Semarang
3. Rangkaian Hari Anak Nasional di Kota Semarang ?
4. Bagaimana kegiatan pada masa pandemi ?
5. Di Kota Semarang sendiri bagaimana perhatian dan keterlibatan dari berbagai elemen *stakeholder* baik itu dari *stakeholder* :
 - a. Pemerintah;
 - b. Lembaga Masyarakat;
 - c. Dunia Usaha;
 - d. Dunia Pendidikan
 - e. Media;
6. Bagaimana kegiatan peringatan ini dikemas dalam bentuk *online* ?

Untuk Narasumber Anantaka:

1. Hak apa yang seharusnya di lindungi untuk kondisi saat ini untuk anak-anak?
2. Apakah anak-anak saat ini sudah mulai merasakan bosan/ jenuh atas adanya pandemi ini?
3. Bagaimana tips untuk menjaga minat belajar anak ditengah pandemi saat banyaknya tugas secara *online* ?
4. Bagaimana cara orangtua agar tidak membatasi ruang anak saat dirumah?

B. Penyampaian Materi

Pemateri akan memberikan penjelasan serta gambaran mengenai Peringatan Hari Anak Nasional 2020 Kota Semarang. Pemateri juga dapat menjelaskan pengalaman pribadi tentang bagaimana Peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang di tahun-tahun sebelumnya.

C. Acara

1. *Q & A*.
2. Pemaparan materi.

- e) taktik mengajak *audience* untuk mendengarkan *Talkshow* :
- Memposting poster di media sosial *Instagram* (@semarangpemkot, @dp3a_kotasemarang , @serasi.2020)
 - Disiarkan dalam program “Lintas Semarang Pagi 89.00”

f) Narasumber :

- Kepala Dinas DP3A “ Drs. Mukhamad Khadik, M.Si ”
- *Founder* Anantaka “ Tsaniatus Solihah, S.E ”

g) *Schedule* :

Hari/Tanggal : Rabu, 15 Juli 2020.

Waktu : Pk. 08.00 – 09.00

Tempat: Daring

Program : Lintas Semarang Pagi 89.00 RRI

h) Teknis :

- Narasumber akan dihubungi oleh pihak Radio melalui *Telephone*.
- Narasumber akan di *briefing* 10 menit sebelum Radio *On air*.
- Dipandu oleh Penyiar “Edo Pramutia”
- Terdapat 4 sesi disetiap 15 menit setelah Radio *On air* akan di jeda oleh Iklan ataupun lagu.
- *Talkshow* radio akan di siarkan melalui Radio RRI di saluran 89.00 dalam program Lintas Semarang Pagi

- *Talkshow* juga akan diupload di Akun *Youtube Channel* “Serasi”

i) Tujuan :

- Pemerintah Kota Semarang berupaya Memberikan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) selama pandemi kepada anak-anak dan orang tua tentang budaya baru dari Generasi Hebat melalui serangkaian acara Peringatan Hari Anak di Kota Semarang 2020.

3. Radio IMELDA

a) *Target Audience* :

- Tidak terjangkau

b) Media yang digunakan :

- Media Sosial
 - *Instagram* Semarang Pemkot
 - *Instagram* Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
 - *Instagram* Semarang Ragam Inspirasi

c) Materi :

- “ **Sekolah Ramah Anak di Masa Pandemi** ”

d) Konten Materi :

A. Target dan Arah TOR

Untuk Narasumber Dinas Pendidikan Kota Semarang :

1. Apa itu Sekolah Ramah Anak?
2. Sudah kah ada kebijakan Sekolah Ramah Anak dari Pemerintah Kota Semarang?
3. Ada Berapa Sekolah yang sudah menjadi Sekolah Ramah Anak?
4. Bagaimana dalam situasi *pandemic*, apakah penyelenggaraan Sekolah ramah Anak tetap bisa dilakukan?
5. Apa saja yang sudah dikembangkan oleh Dinas Pendidikan dalam mempersiapkan pembelajaran anak selama *pandemic*?
6. Apa kesulitan dan hambatan yang dialami sekolah dalam mempersiapkan pembelajaran daring?
7. Seberapa siapkah sekolah mendampingi anak-anak dalam situasi *pandemic*?

Untuk Narasumber Anantaka :

1. Apa saja Komponen dalam Sekolah Ramah Anak?
2. Siapa saja kah yang terlibat dalam penyelenggaraan Sekolah Ramah Anak?
3. Apakah Sekolah di Semarang sudah Ramah Anak?
4. Bagaimana Sekolah Ramah Anak bisa diselenggarakan selama *pandemic*?

5. Apa saja yang harus di siapkan sekolah agar selama pandemi pembelajaran yang dilakukan tetap ramah anak?
6. Apakah ada hambatan dari peserta didik atau orang tua selama mendampingi anak-anak belajar dalam masa pandemi?
7. Apa harapan mu kepada pemerintah?

B. Penyampaian Materi

Pemateri akan memberikan penjelasan serta gambaran mengenai Sekolah Ramah Anak di Kota Semarang. Pemateri juga dapat menjelaskan pengalaman pribadi tentang bagaimana menerapkan Sekolah Ramah Anak di Kota Semarang.

C. Acara

1. *Q & A*.
2. Pemaparan materi.

- e) Taktik mengajak *audience* untuk mendengarkan *Talkshow*
 - *Memposting* poster di media sosial *Instagram* (
@semarangpemkot, @dp3a_kotasemarang , @serasi.2020)
 - Disiarkan dalam program “*Rolling in the morning 104.4*”
- f) Narasumber :
 - Kepala Dinas Dinas Pendidikan “Gunawan Saptogiri, S.H,
M”
 - *Founder* Anantaka “ Tsaniatus Solihah, S.E ”

g) *Schedule* :

Hari/Tanggal : Jumat, 17 Juli 2020.

Waktu : Pk. 08.00 – 09.00

Tempat : *Offline*

Program : *Rolling in the morning* 104.4 Imelda FM

h) Teknis :

- Narasumber diundang untuk hadir ke Radio Imelda untuk siaran.
- Narasumber akan di *briefing* 10 menit sebelum Radio *On air*.
- Dipandu oleh Penyiar atas nama “Audin Novalin”
- Terdapat 4 sesi disetiap 15 menit setelah Radio *On air* akan di jeda oleh Iklan ataupun lagu.
- *Talkshow* radio akan di siarkan melalui Radio Imelda di saluran 104.4 dalam program *Rolling in the morning*.
- *Talkshow* juga akan diupload di Akun *Youtube Channel* “Serasi”

i) Tujuan :

- Pemerintah Kota Semarang berupaya Memberikan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) selama pandemi kepada anak-anak dan orang tua tentang budaya baru dari Generasi Hebat melalui serangkaian acara Peringatan Hari Anak di Kota Semarang 2020.

4. TVRI Jawa Tengah

a) *Target Audience* :

- Tidak terjangkau

b) Media yang digunakan :

- Media Sosial

- *Instagram* Semarang Pemkot
- *Instagram* Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- *Instagram* Semarang Ragam Inspirasi

c) Materi :

“ Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru ”

d) Konten Materi :

A. Target dan Arahan TOR

Untuk Narasumber Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak :

1. Apa yang dimaksud “Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru”?
2. Bagaimana situasi anak-anak di Kota Semarang selama *pandemic*?
3. Apakah anak-anak siap dengan budaya baru “*New normal*”
4. Bagaimana kasus kekerasan di Kota Semarang selama *pandemic*?
5. Apa program yang dikembangkan Dinas dalam menghadapi *New normal*?

6. Siapa saja kah yang berperan penting dalam mempersiapkan anak-anak menghadapi *New normal*?
7. Bagaimana peran masyarakat, media dan Dunia Usaha?

Untuk Narasumber Forum Anak Kota Semarang :

1. Perkenalan Forum Anak (apa itu Fase)
2. Apa kegiatan yang dilakukan Fase?
3. Apakah teman-teman mu sudah siap menghadapi *new normal*?
4. Apa yang teman-teman lakukan?
5. Bagaimana menurut mu tentang pembelajaran daring?
6. Apakah ada kasus *bullying* disekitarmu selama *new normal*?
7. Apa harapanmu kepada pemerintah?

B. Penyampaian Materi

Pemateri akan memberikan penjelasan serta gambaran mengenai bagaimana Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru”. Pemateri juga dapat menjelaskan pengalaman pribadi tentang bagaimana pandangan mereka mengenai kondisi anak-anak di Kota Semarang.

C. Acara

1. *Q & A*.
2. Pemaparan materi.

- e) Taktik mengajak *audience* untuk mendengarkan *Talkshow*
- Memposting poster di media sosial *Instagram* (
@semarangpemkot, @dp3a_kotasemarang , @serasi.2020)
 - Memposting poster di akun @tvrijawatengah
 - Disiarkan pada program Mata Hati
- f) Narasumber :
- Kepala Dinas DP3A “ Drs. Mukhamad Khadik, M.Si ”
 - Ketua Forum Anak Semarang “ Maria De Lourdes Eksanti
P.M ”
- g) *Schedule* :
- Hari/Tanggal : Jumat, 17 Juli 2020.
- Waktu : Pk. 14.00 – 15.00
- Tempat : *Offline*
- Program : Mata Hati, TVRI Jateng
- h) Teknis :
- Narasumber diundang untuk hadir ke TVRI Jateng untuk siaran.
 - Narasumber akan di *briefing* 15 menit sebelum *Talkshow* dimulai.
 - Dipandu oleh *Host* atas nama “Krina Phiyatsika”
 - Terdapat sesi iklan sebanyak 4 kali di sela-sela *Talkshow*.
 - Terdapat 1x pemutaran video yang diberikan oleh Narasumber.

- Sesi Tanya Jawab akan dibuka secara umum dan dipersiapkan untuk para pendengar untuk menghubungi *Contact* yang sudah di informasikan disetiap akan jeda iklan dimulai.
 - *Talkshow* TVRI akan di siarkan melalui *Offline* di saluran televisi dan melalui *online* di akun *Youtube Channel* TVRI Jawa Tengah dalam program Mata Hati.
- i) Tujuan :
- Pemerintah Kota Semarang berupaya Memberikan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) selama pandemi kepada anak-anak dan orang tua tentang budaya baru dari Generasi Hebat melalui serangkaian acara Peringatan Hari Anak di Kota Semarang 2020.

5. Radio ProAlma

- a) *Target Audience* :
- Tidak terjangkau
- b) Media yang digunakan :
- Media Sosial
 - *Instagram* Semarang Pemkot
 - *Instagram* Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
 - *Instagram* Semarang Ragam Inspirasi

c) Materi :

- “ **Kelebihan Disabilitas** ”

d) Konten Materi :

A. Target dan Arah TOR

Untuk Narasumber *Founder* Komunitas Semarcakep :

1. Memberikan penjelasan berkaitan dengan info *Anak-anak Berkebutuhan Khusus* di Kota Semarang
2. Memberikan penjelasan mengenai macam-macam Disabilitas
3. Memberikan penjelasan mengenai *Kelebihan Disabilitas* khususnya Disabilitas *Cerebral Palsy* di Kota Semarang
4. Memberikan penjelasan mengenai *Kegiatan yang biasa dilakukan ABK saat Pandemi*.
5. Memberikan contoh nyata mengenai *Hal-hal menarik yang dimiliki ABK*

B. Pemateri akan memberikan penjelasan serta gambaran mengenai Sekolah Ramah Anak di Kota Semarang. Pemateri juga dapat menjelaskan pengalaman pribadi tentang bagaimana menerapkan Sekolah Ramah Anak di Kota Semarang.

C. Acara

1. *Q & A*.
2. Pemaparan materi.

e) Taktik mengajak *audience* untuk mendengarkan *Talkshow*

- *Memposting* poster di media sosial *Instagram* (
@semarangpemkot, @dp3a_kotasemarang , @serasi.2020)
- Disiarkan pada program Asli Indonesia

f) Narasumber :

- *Founder* Komunitas Semarcakep “ Fieta Maryunani ”

g) *Schedule* :

Hari/Tanggal : Jumat, 18 Juli 2020.

Waktu : Pk. 15.00 - 16.00

Tempat : *Offline*

Program : Asli Indonesia, 97.7 Proalma FM

h) Teknis :

- Narasumber diundang untuk hadir ke Radio Proalma untuk siaran.
- Narasumber akan di *briefing* 10 menit sebelum Radio *On air*.
- Dipandu oleh Penyiar atas nama “M. Fariz”
- Terdapat 6 sesi disetiap 10 menit setelah Radio *On air* akan di jeda oleh Iklan ataupun lagu.
- *Talkshow* radio akan di siarkan melalui Radio Proalma di saluran dalam program Asli Indonesia.

- *Talkshow* juga akan diupload di Akun *Youtube Channel* “Serasi”

i) Tujuan :

- Pemerintah Kota Semarang berupaya Memberikan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) selama pandemi kepada anak-anak dan orang tua tentang budaya baru dari Generasi Hebat melalui serangkaian acara Peringatan Hari Anak di Kota Semarang 2020.

6. TVRI Jawa Tengah

a) *Target Audience* :

- Tidak terjangkau

b) Media yang digunakan :

- Media Sosial
 - *Instagram* Semarang Pemkot
 - *Instagram* Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
 - *Instagram* Semarang Ragam Inspirasi

c) Materi :

- “ Sekolah Ramah Anak Saat Pandemi ”

d) Konten Materi :

A. Target dan Arahan TOR

Untuk Narasumber Dinas Pendidikan :

Pertanyaan untuk Dinas Pendidikan Kota Semarang

1. Apa itu Sekolah Ramah Anak?
2. Sudah kah ada kebijakan Sekolah Ramah Anak dari Pemerintah Kota Semarang?
3. Ada Berapa Sekolah yang sudah menjadi Sekolah Ramah Anak?
4. Bagaimana dalam situasi *pandemic*, apakah penyelenggaraan Sekolah ramah Anak tetap bisa dilakukan?
5. Apa saja yang sudah dikembangkan oleh Dinas Pendidikan dalam mempersiapkan pembelajaran anak selama *pandemic*?
6. Apa kesulitan dan hambatan yang dialami sekolah dalam mempersiapkan pembelajaran daring?
7. Seberapa siapkah sekolah mendampingi anak-anak dalam situasi *pandemic*?

Untuk Narasumber *Founder* Anantaka :

1. Apa saja Komponen dalam Sekolah Ramah Anak?
2. Siapa saja kah yang terlibat dalam penyelenggaraan Sekolah Ramah Anak?
3. Apakah Sekolah di Semarang sudah Ramah Anak?
4. Bagaimana Sekolah Ramah Anak bisa diselenggarakan selama *pandemic*?

5. Apa saja yang harus di siapkan sekolah agar selama pandemi pembelajaran yang dilakukan tetap ramah anak?
6. Apakah ada hambatan dari peserta didik atau orang tua selama mendampingi anak-anak belajar dalam masa pandemi?
7. Apa harapan mu kepada pemerintah?

B. Penyampaian Materi

Pemateri akan memberikan penjelasan serta gambaran mengenai Sekolah Ramah Anak di Kota Semarang. Pemateri juga dapat menjelaskan pengalaman pribadi tentang bagaimana menerapkan Sekolah Ramah Anak di Kota Semarang.

C. Acara

1.5.3.1 *Q & A*.

1.5.3.2 Pemaparan materi.

- e) Taktik mengajak *audience* untuk mendengarkan *Talkshow*
 - *Memposting* poster di media sosial *Instagram* (
@semarangpemkot, @dp3a_kotasemarang , @serasi.2020)
 - *Memposting* poster di akun *@tvrijawatengah*
 - *Disiarkan* pada program *Sing apik*
- f) Narasumber :
 - Kepala Dinas Dinas Pendidikan “Gunawan Saptogiri, S.H,
M”

- *Founder* Anantaka “ Tsaniatus Solihah, S.E ”

g) *Schedule* :

Hari/Tanggal : Jumat, 24 Juli 2020.

Waktu : Pk. 14.00 – 15.00

Tempat : *Offline*

Program : *Sing apik*, TVRI Jateng

h) *Teknis* :

- Narasumber diundang untuk hadir ke TVRI Jateng untuk siaran.
- Narasumber akan di *briefing* 15 menit sebelum *Talkshow* dimulai.
- Dipandu oleh *Host* atas nama “Krina Phiyatsika”
- Terdapat sesi iklan sebanyak 4 kali di sela-sela *Talkshow*.
- Sesi Tanya Jawab akan dibuka secara umum dan dipersihkan untuk para pendengar untuk menghubungi *Contact* yang sudah di informasikan disetiap akan jeda iklan dimulai.
- *Talkshow* TVRI akan di siarkan melalui *Offline* di saluran televisi dan melalui *online* di akun *Youtube Channel* TVRI Jawa Tengah dalam program *Sing apik*.

i) *Tujuan* :

- Pemerintah Kota Semarang berupaya Memberikan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE) selama pandemi

kepada anak-anak dan orang tua tentang budaya baru dari Generasi Hebat melalui serangkaian acara Peringatan Hari Anak di Kota Semarang 2020.

1.5.9.2. Pentas Seni Daring

Pentas Seni menurut Suranto (2019: 111) merupakan kegiatan pengembangan minat, bakat dan kreativitas peserta didik melalui pertunjukan. Pada pentas seni, peserta didik dapat menyalurkan minat, bakat dan kreativitasnya dalam bidang seni. Dalam pelaksanaan pentas seni untuk Peringatan HAN 2020 dilaksanakan dalam bentuk daring mengingat adanya pandemi covid-19. Pentas Seni Daring diadakan dengan:

1. Target

Target acara Pentas Seni Daring yaitu seluruh anak-anak di Kota Semarang baik yang disabilitas maupun non disabilitas. Laki-laki dan perempuan dari umur 9-18 tahun.

2. Jumlah Target

Jumlah target pentas seni daring yaitu 300 peserta.

3. Media

Media yang digunakan untuk menginformasikan kepada khalayak yaitu dengan menggunakan media sosial *instagram* SERASI, *instagram* Pemkot Semarang, *instagram* DP3A Kota Semarang, *LIVE youtube* Pemkot Semarang dan *join zoom meeting* Pemkot Semarang.

Gambar 1. 2 Konten Acara Puncak Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020



4. Materi

Materi Pentas Seni Daring yaitu mengenai pembukaan acara HAN Kota Semarang dan menginformasikan kepada anak-anak mengenai budaya hidup baru / *new normal*.

5. Konten Materi / Script

- Materi Dialog Bapak Walikota Semarang dengan Nicholas Saputra

1) Apa saja yang sudah dilakukan Nicholas Saputra sebagai Aktor yang peduli terhadap Hak-Hak Anak untuk anak-anak bangsa Indonesia selama pandemi covid-19 ini?

- 2) Berbagi pengalaman kenapa bisa menjadi Aktor yang peduli terhadap Hak-Hak Anak di Indonesia?
- 3) Suka duka menjadi Aktor yang peduli terhadap Hak-Hak Anak dan Duta UNICEF Indonesia?
- 4) Pesan apa yang bisa diberikan untuk anak-anak Indonesia, khususnya anak-anak di Kota Semarang
- 5) Sesi tanya jawab dengan *audience*
 - Materi Nicholas Saputra
 - 1) Memberikan sambutan kepada Bapak Walikota Semarang dan *audience*
 - 2) Menjelaskan gambaran mengenai kondisi pandemi saat ini
 - 3) Dampak pandemi terhadap anak-anak
 - 4) Memotivasi anak-anak untuk survive di tengah pandemi dengan cara berpikir positif, hidup sehat serta hidup bersih
 - 5) Sesi tanya jawab dengan Pak Wali dan *audience*
 - 6) Memberikan ucapan selamat pada anak-anak untuk Hari Anak Nasional
6. Taktik mengundang *audience*

Strategi mengundang *audience* dengan:

 - Memberikan undangan kepada anak-anak di Kota Semarang baik Sekolah Dasar (SD) maupun Sekolah

Menengah Pertama (SMP) melalui arahan Dinas Pendidikan.

- Memberikan undangan kepada Bapak Walikota dan Wakil Walikota Semarang untuk hadir
- Mengajak Nicholas Saputra sebagai pembicara dan *influencer* yang mana Nico merupakan Aktor terkenal dan Duta UNICEF Indonesia serta Nico sudah diketahui baik dari kalangan anak-anak hingga orangtua
- Mempromosikan acara konser amal melalui *postingan* media partner di *Instagram* baik berupa di *feeds* atau *instastory*, melalui *instagram* SERASI, *instagram* DP3A, *instagram* pemkot Semarang, *instagram* The Overtunes berupa *instastory*, di *posting* oleh personil The Overtunes dan *press release*
- Mempromosikan acara melalui *adlibs* radio yang telah menjadi media partner
- Menyiarkan secara langsung *LIVE* di *Instagram*, *LIVE Youtube* dan juga *zoom meeting* Pemkot Semarang

7. Narasumber / Penampil

- Bapak Walikota Semarang Hendrar Prihadi
- Wakil Walikota Semarang Hevearita Gunaryanti Rahayu
- Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang

- Nicholas Saputra
- Tari *Club* Merby
- Menyanyi Quensya Qamila SD Tunas Harapan
- Menyanyi Faiza Semarcakep
- Komunitas Orchestra Semarang
- Siswa SMP 21 Semarang
- Cerita Anak SD Lamper Kidul 02
- Siswa SMP 12 Semarang
- Forum Anak Semarang (FASE)

8. *Schedule*

Hari / Tanggal : Kamis, 23 Juli 2020

Tempat : *Sitroom* Balaikota Semarang

Waktu : 07.30 – 12.00

Tabel 1. 1 Rundown Acara Puncak HAN 2020

RUNDOWN HARI ANAK NASIONAL 2020			
23 JULI 2020			
NO	WAKTU	ACARA	PIC
1	07.30 - 08.30	Registrasi <i>Online</i> melalui <i>Zoom</i>	Dida dan Operator
2	08.30 - 08.35	Pembukaan	MC

3	08.35 - 08.40	Pembacaan Doa Lintas Agama (Rekaman)	MC dan Operator
4	08.40 - 08.45	Opening Tari (Klub Merby) <i>Off Line</i>	MC dan Operator
5	08.45 - 08.50	Menyanyi oleh Quensya Qamila (SD Tunas Harapan) <i>Offline</i>	MC
6	08.50 - 09.00	Menyanyi oleh Faiza (Semar Cakep)	MC
7	Pentas Seni Secara DARING		MC dan Operator
8	09.00 - 09.05	Penampilan Komunitas Anak2 String Orchestra Semarang	MC dan Operator
9	09.05 - 09.10	Penampilan Siswa SMP 21 Semarang	MC dan Operator
10	09.10 - 09.15	Penampilan Cerita Anak SD Lamper Kidul 02	MC dan Operator
11	09.15 - 09.20	Penampilan Siswa SMP 12 Semarang	MC dan Operator
12	09.20 - 09.25	Penampilan Tari (Klub Merby)	MC
13	09.25 - 09.30	Persiapan Walikota memasuki ruangan	MC
14	09.30 - 09.35	Laporan Penyelenggara	Ka.DP3A Kota Semarang
15	09.35 - 09.40	Suara Anak dan Pemberian SK FASE	FASE

16	09.40 - 09.45	Pemberian Bantuan Bagi Anak Berkebutuhan Khusus	MC
17	09.45 - 09.50	Penyerahan Penghargaan dari KPAI	MC
18	09.50 - 10.15	Sambutan dan Dialog Bapak Walikota Semarang	MC dan Operator
19	10.15 - 10.30	Bapak Walikota berbincang dengan Nicholas Saputra	Sarah dan Operator
20	10.30 - 10.35	Bapak Walikota Semarang meninggalkan ruangan	MC dan Sarah
21	10.35 - 11,00	Penyampaian materi dari Nicholas Saputra	Sarah dan Operator
22	11.00 - 11.05	Nicholas Saputra keluar dari <i>Zoom</i>	MC dan Sarah
23	11.05 - 11.30	lanjutan Pentas Seni Secara DARING	MC dan Operator
24	11.30 – 12.00	Penutupan	MC

9. Teknis

- Memastikan tempat / gedung dapat digunakan pada tanggal tersebut
- Menghubungi semua narasumber untuk dapat hadir dan menyukseskan acara pentas seni daring

- Menghubungi dinas pendidikan untuk memberikan undangan peserta anak-anak sekolah agar bergabung dengan acara
- Menghubungi semua pengisi acara (menyanyi, menari, dll)
- Membuat surat kerjasama dengan Nicholas Saputra
- Mengumpulkan semua *file* penampil dan *file* selama *offline* dan *online* (suara instrumen musik, *file* doa, video untuk *online* dll)
- Melakukan gladi bersih H-1 sebelum acara
- Pengecekan semua *file* pada saat hari H
- Melakukan registrasi *online* dan *offline* sebelum acara berlangsung melalui absen (*offline*) dan registrasi mengisi *link* (*online*)
- Narasumber akan di *briefing* 30 menit sebelum acara berlangsung
- Terdapat dua sesi tanya jawab dengan *audience* melalui *zoom meeting*. Pak Wali memilih perwakilan sekolah secara acak dan akan diajak berdiskusi. Nicholas Saputra melakukan sesi tanya jawab dengan dipandu dengan MC.
- Terdapat 1 sesi foto bersama dengan Nicholas Saputra
- Acara berjalan selama 4 jam
- Acara dilangsungkan secara *online* melalui *LIVE instagram* SERASI, *LIVE instagram* Pemkot Semarang, *LIVE*

instagram DP3A Kota Semarang, *youtube* Pemkot Semarang dan bergabung di *zoom* Pemkot Semarang

- Pentas Seni Daring ini di *upload* di *youtube* SERASI dan *youtube* Pemkot Semarang

10. Tujuan *Event*

Tujuan Pentas Seni Daring ini untuk menginformasikan kepada masyarakat Kota Semarang terutama anak-anak di Kota Semarang mengenai budaya baru / *new normal* dan sebagai wadah untuk anak-anak mengekspresikan bakat dan karya seni secara *online*.

1.5.9.3. Webinar

Webinar merupakan penggabungan kata dari *web-based* dengan seminar yang merepresentasikan sebuah *virtual classroom*. Yang diperluas dari waktu ke waktu sebagai alat untuk mempromosikan produk dan jasa. Istilah webinar akan mencakup seperti *podcast* atau perekaman, dengan adanya penonton secara langsung maupun tidak langsung yang dapat dijadikan sebagai program pelatihan atau pemasaran. (Victoria Ilene 2020:10). Dengan taktik sebagai berikut:

a) Tujuan:

Memberikan komunikasi informasi edukasi selama pandemi kepada anak-anak dan orangtua tentang budaya baru dan materi yang dibutuhkan oleh anak-anak dan orangtua saat ini.

b) Target:

- Anak-anak SD dan SMP : 50 Peserta
- Orang Tua umur 25 – 60 Tahun : 50 Peserta

c) Media:

Untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan diadakannya Webinar Hari Anak Nasional Kota Semarang, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan:

1. *Memposting* poster webinar di *Instagram* akun @semarangpemkot
2. *Memposting* poster webinar di *Instagram* akun @Serasi.2020
3. *Memposting* poster webinar di *instagram* akun *partnership*
4. *Memposting* poster webinar di *Instagram* akun media partner
5. Menyebarkan poster webinar melalui Email
6. Menyebarkan poster webinar di *Whatsapp* grup
7. Memberikan Jadwal Webinar dalam skrip MC

Untuk memberikan informasi edukasi selama pandemi kepada anak-anak dan orangtua tentang budaya baru, Poin-poin informasi yang penting dimasukkan ke dalam judul dan materi Webinar.

1. Rundown Acara dan Poster Webinar

Gambar 1. 3 Jadwal Webinar HAN Kota Semarang 2020

**HARI ANAK NASIONAL 2020
KOTA SEMARANG**

Webinar Orangtua dan Anak

FREE!

Date	Topic	Time	Registration
28 JULI 2020	WEBINAR ANAK : MENEGAH PENULARAN COVID-19 UNTUK ANAK	09.00 WIB	
28 JULI 2020	WEBINAR ORANGTUA : MENEGAH KEKERASAN TERHADAP ANAK SELAMA PANDEMI	13.00 WIB	
04 AGT 2020	WEBINAR ORANGTUA : POLA ASUH DAN TUMBUH KEMBANG ANAK	13.00 WIB	(Pendaftaran melalui bit.ly/WebinarPolaAsuhAnak)
07 AGT 2020	WEBINAR ANAK : MENEGAH BULLYING SELAMA MASA PANDEMI	09.00 WIB	(Pendaftaran melalui bit.ly/WebinarMencegahBullying)
09 AGT 2020	WEBINAR ANAK : KREATIFITAS ANAK DI RUMAH SELAMA MASA PANDEMI	09.00 WIB	(Pendaftaran melalui bit.ly/WebinarKreatifitasAnak)
13 AGT 2020	WEBINAR ORTU : SASAT MENDAMPINGI ABK SELAMA MASA PANDEMI	15.00 WIB	(Pendaftaran dapat melalui bit.ly/WebinarMendampingiABK)

*Live streaming via ZOOM cloud meeting dan channel Youtube Channel DP3A Kota Semarang

WEBINAR

Sponsorship : In Collaboration with : Media Partner :

2. Term of Reference Narasumber

1. Webinar Anak “ Mencegah penularan Covid-19 terhadap Anak Selama Pandemi”

**Pembicara 1 : Dokter Muhammad Abdul Hakam
(Kepala Dinas Kesehatan Kota Semarang)**

**Pembicara 2: Dokter Andi Khomeini Takdir (Dokter
Influencer & Founder dan Chairman of JDN Indonesia)**

Gambar 1. 4 TOR Webinar 1

Tema Webinar:
Mencegah Penularan Covid-19 Untuk Anak

Target Audiens:
Anak-anak SD dan SMP

Target dan Arahan Materi

- 01 Memberikan penjelasan berkaitan dengan COVID-19 dan Budaya Baru
- 02 Memberikan gambaran nyata dan isu saat ini berkaitan dengan penularan COVID-19 yang terjadi kepada anak-anak dan masyarakat di Kota Semarang
- 03 Memberikan tips untuk anak-anak agar terhindar dari Penularan COVID-19
- 04 Memberikan gambaran tantangan dan hal yang harus dihadapi anak-anak saat dirumahaja dan agar membudayakan hidup bersih dan sehat

[HARI ANAK NASIONAL]
"Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru"

Tema Webinar:
Mencegah Penularan Covid-19 Untuk Anak

Target Audiens:
Anak-anak SD dan SMP

Target dan Arahan Materi

- 01 Memberikan motivasi kepada anak-anak agar siap menghadapi Era New Normal
- 02 Memberikan penjelasan mengenai pentingnya melakukan kehidupan budaya baru
- 03 Memberikan tips untuk anak-anak agar dapat membiasakan budaya baru
- 04 Memberikan edukasi kepada anak-anak tentang manfaat melakukan kebiasaan budaya baru (seperti selalu menggunakan masker, cuci tangan, dll)

Catatan:

1. menyilipkan pesan kepada anak-anak untuk menjadi generasi baru yakni anak yang membudayakan hidup bersih dan gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar
2. Menyilipkan pesan kepada anak untuk tidak bergaul bebas dan tidak menikah dini

[HARI ANAK NASIONAL]
"Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru"

2. Webinar Orang Tua “Mencegah Kekerasan terhadap Anak selama Pandemi”

Pembicara 1 : Krisseptiana Hendrar Prihadi (Ketua PKK Kota Semarang)

Pembicara 2 : Tsaniatus Solihah (Direktur Yayasan Anantaka)

Gambar 1. 5 TOR Webinar 2



The graphic is a colorful poster for a webinar. At the top left, it says 'KOTA SEMARANG' and 'SERASI'. The main title is 'Target dan Arahan Materi'. Below it, the 'Tema Webinar' is 'Peran Pkk dan Orang Tua dalam pencegahan kekerasan terhadap anak selama pandemi'. The 'Target Audiens' is 'Orang Tua'. There are four numbered points (01-04) describing the webinar's goals. At the bottom, there are two 'Catatan' (Notes) regarding messages to parents.

Tema Webinar:
Peran Pkk dan Orang Tua dalam pencegahan kekerasan terhadap anak selama pandemi

Target dan Arahan Materi

Target Audiens:
Orang Tua

01 Memberikan materi mengenai peran Orang Tua dan PKK dalam pencegahan kekerasan terhadap anak selama pandemi

02 Memberikan data dan gambaran nyata mengenai pengaduan dan kekerasan yang terjadi di Kota Semarang

03 Memberikan tips agar orang tua tidak melakukan kekerasan kepada anak

04 Memberikan edukasi kepada orang tua mengenai sikap yang harus diambil di saat pandemi saat ini

Catatan:
1. menyelipkan pesan kepada orang tua agar anak-anak menjadi generasi baru yakni anak yang membudayakan hidup bersih dan gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar
2. Menyelipkan pesan kepada orang tua agar anak tidak bergaul bebas dan tidak menikah dini

Tema Webinar:
Peran PKK dan Orang Tua dalam pencegahan kekerasan terhadap anak selama pandemi

Target dan Arahan Materi

Target Audiens:
Orang Tua

01 Memberikan materi mengenai gambaran nyata kekerasan yang terjadi kepada anak saat ini

02 Memberikan data dan gambaran nyata mengenai kekerasan terhadap anak yang sering dijumpai namun sedikit diketahui oleh orang tua

03 Memberikan tips agar orang tua tidak melakukan kekerasan kepada anak

04 Memberikan edukasi kepada orang tua mengenai sikap yang harus diambil untuk mengantisipasi kekerasan anak di saat pandemi saat ini

Catatan:
1. menyampaikan pesan kepada orang tua agar anak-anak menjadi generasi baru yakni anak yang membudayakan hidup bersih dan gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar
2. Menyampaikan pesan kepada orang tua agar anak tidak bergaul bebas dan tidak menikah dini

3. Webinar Orang Tua “ Pola Asuh dan Tumbuh Kembang Anak selama Pandemi”

Pembicara 1 : Paulus Mujiran, S.Sos, M.Si (Direktur YKKS)

Pembicara 2 : Wiwik Chitra partiwi (Mitra program PILAR PKBI Jateng “You and me”)

Gambar 1. 6 TOR Webinar 3

Tema Webinar:
Pola Asuh dan Tumbuh Kembang Anak

Target Audiens:
Orang Tua

Target dan Arahan Materi

Catatan:
1. menyelipkan pesan kepada orang tua agar anak-anak menjadi generasi baru yakni anak yang membudayakan hidup bersih dan gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar
2. Menyelipkan pesan kepada orang tua agar anak tidak bergaul bebas dan tidak menikah dini

- 01 Memberikan materi mengenai pola asuh orang tua yang benar kepada anak utamanya selama pandemi
- 02 Memberikan penjelasan dan gambaran nyata mengenai permasalahan yang sering terjadi oleh orang tua kesalahan dalam pola asuh anak
- 03 Memberikan tips metode dalam mendidik dan mengasuh anak agar menjadi anak yang hebat dan berkualitas
- 04 Memberikan edukasi kepada orang tua mengenai sikap orang tua kepada anak dan hak anak yang seharusnya diberikan

Tema Webinar:
Pola Asuh dan Tumbuh Kembang Anak

Target Audiens:
Orang Tua

Target dan Arahan Materi

- 01 Memberikan gambaran nyata mengenai permasalahan dalam pengasuhan tumbuh kembang anak yang sering terjadi
- 02 Memberikan penjelasan mengenai pentingnya mengasuh anak sesuai dengan usia dan tumbuh kembang anak
- 03 Memberikan tips untuk orang tua agar dapat mengasuh anak sesuai dengan usia dan tumbuh kembang anak
- 04 Memberikan edukasi kepada orang tua mengenai penyebab maraknya terjadi pernikahan dini pada anak


[HARI ANAK NASIONAL]
"Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru"

Webinar Anak-Anak “Mencegah *Bullying* Anak di Saat Pandemi”

Pembicara 1 : Naning Yulianingsih (UNICEF)

Pembicara 2 : Derry Fahrizal Ulum (UNICEF)

Gambar 1. 7 TOR Webinar 4



Wahana Anak Negeri
SERASI

Tema Webinar:
Mencegah Bullying Selama Pandemi

Target dan Arahkan Materi

Target Audiens:
Anak-anak SD dan SMP

Catatan:
1. Menyelipkan pesan kepada anak-anak untuk menjadi generasi baru yakni anak yang membudayakan hidup bersih dan gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar
2. Menyelipkan pesan kepada anak untuk tidak bergaul bebas dan tidak menikah dini

- 01 Memberikan edukasi kepada anak-anak mengenai sikap yang harus dilakukan saat dirumahaja
- 02 Memberikan penjelasan dan gambaran nyata mengenai bullying yang sering terjadi di kalangan anak-anak
- 03 Memberikan data mengenai jenis dan ragam bullying yang terjadi kepada anak-anak
- 04 Memberikan edukasi kepada anak-anak untuk tidak melakukan bullying saat di rumah maupun di sekolah



Wahana Anak Negeri
SERASI

Tema Webinar:
Mencegah Bullying Selama Pandemi

Target dan Arahkan Materi

Target Audiens:
Anak-anak SD dan SMP

Catatan:
1. Menyelipkan pesan kepada anak-anak untuk menjadi generasi baru yakni anak yang membudayakan hidup bersih dan gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar
2. Menyelipkan pesan kepada anak untuk tidak bergaul bebas dan tidak menikah dini

- 01 Memberikan edukasi kepada anak-anak mengenai sikap yang harus dilakukan saat dirumahaja
- 02 Memberikan motivasi kepada anak-anak untuk tidak melakukan bullying dan agar tidak bosan saat di rumahaja
- 03 Memberikan tips yang dapat dilakukan anak-anak agar menjauhi dari sikap bullying
- 04 Memberikan materi mengenai dampak bullying kepada anak dari beberapa sisi seperti akademik dan mental anak

Webinar Anak “Kreatifitas Anak Selama Pandemi”

Pembicara 1 : Krisna Phiyatsika, S.Si, M.Pd (Klub Merby)

Gambar 1. 8 TOR Webinar 5

Tema Webinar:
Kreatifitas Anak Selama Pandemi

Target Audiens:
Anak-anak SD dan SMP

Target dan Arahan Materi

- 01 Memberikan materi mengenai kreatifitas anak apa saja yang dapat dilakukan saat dirumah
- 02 Memberikan motivasi kepada anak-anak agar kreatif walau di rumahaja
- 03 Memberikan video atau gambaran yang nyata mengenai kegiatan kreatifitas yang dapat dilakukan oleh anak
- 04 Memberikan praktek ringan kepada anak-anak untuk dapat berkreasi di saat pandemi

Catatan:

1. Menyelipkan pesan kepada anak-anak untuk menjadi generasi baru yakni anak yang membudayakan hidup bersih dan gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar
2. Menyelipkan pesan kepada anak untuk tidak bergaul bebas dan tidak menikah dini

Webinar Orang Tua “Siasat Mendampingi ABK saat Pandemi”

Pembicara : Fieta Maryunani (Pendiri Semarcakep Semarang)

Gambar 1. 9 TOR Webinar 6

Tema Webinar:
Siasat Mendampingi ABK saat pandemi

Target Audiens:
Orang Tua

Target dan Arahan Materi

- 01 Memberikan materi mengenai kelebihan ABK
- 02 Memberikan data dan gambaran nyata mengenai kesulitan yang sering dialami ABK dan Orang Tua ABK saat pandemi
- 03 Memberikan tips agar orang tua ABK dapat menghadapi situasi saat pandemi
- 04 Memberikan edukasi kepada orang tua mengenai sikap yang harus diambil untuk mendampingi ABK saat Pandemi

Catatan:

1. menyelipkan pesan kepada orang tua agar anak-anak menjadi generasi baru yakni anak yang membudayakan hidup bersih dan gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar
2. Menyelipkan pesan kepada orang tua agar anak tidak bergaul bebas dan tidak menikah dini

Taktik mengundang *Audience*:

1. Memberikan benefit kepada peserta yang mengikuti webinar (E-Sertifikat, Voucher, *Merchandise*, Ilmu)
2. Mengundang pembicara yang ahli dan berpengaruh dalam menyampaikan materi yang dibicarakan
3. Mengajak bekerjasama dengan *partnership*

Narasumber:

Gambar 1. 10 Pembicara Webinar





Jadwal Webinar

Gambar 1. 11 Jadwal Webinar

NO	Hari/Tanggal	WAKTU	WEBINAR	TEMA	NAMA PEMBICARA WEBINAR
1	SELASA 28 JULI 2020	09.00	ANAK-ANAK	1. Mencegah Penularan Covid-19 Untuk Anak 2. Generasi Hebat Siap beradaptasi di Era New Normal	1. Dr. Abdul Hakam, Sp Pd (Ketua Dinas Kesehatan Kota Semarang) 2. Dr. Andi Khomeini Takdir Haruni (Founder & Chairman of JDN Indonesia)
2	SELASA 28 JULI 2020	13.00	ORANG TUA	Mencegah Kekerasan terhadap Anak Selama Pandemi	1. Krisseptiana Hendrar Prihardi (Ketua TP PKK Semarang) 2. Tsaniatus Sholihah, S.E (Direktur Pendidikan Yayasan Anantaka)
3	SELASA 4 AGUSTUS 2020	13.00	ORANG TUA	1. Pola Asuh Anak Selama Pandemi 2. Kenali Tumbuh Kembang Anak saat Pandemi	1. Paulus Mujiran, S.Sos, M.Si (Direktur Pelaksana YKKS) 2. Wiwik Chitra partiw (Mitra program PILAR PKBI Jateng "You And Me")
4	JUMAT 7 AGUSTUS 2020	09.00	ANAK-ANAK	Mencegah Bullying Selama masa Pandemi	1. Naning Yulianingsih (UNICEF) 2. Derry Fahrizal Ulum (UNICEF)
5	MINGGU 9 AGUSTUS 2020	09.00	ANAK-ANAK	Kreatifitas Anak di Rumah selama Masa Pandemi	1. Krisna Phivatsika, S.Si, M.Pd (Klub Merby)
6	KAMIS 13 AGUSTUS 2020	15.00	ORANG TUA	Siasat Mendampingi ABK saat Pandemi	1. Fieta Maryunani (Pendiri Komunitas Semarcekep Semarang)

Rundown Acara Webinar Anak

Tabel 1. 2 Rundown Webinar Anak

NO	WAKTU	SUSUNAN ACARA
1	08.00 - 09.00	Regristasi
2	09.00 – 09.05	Pembukaan oleh MC
3	09.05 – 09.10	Sambutan
4	09.10 – 09.15	Sesi foto bersama
5	09.15 – 09.17	<i>Bridging</i> MC ke Moderator + Pengenalan pembicara 1
6	09.17 – 09.32	Pembicara 1
7	09.32 – 09.35	Pengenalan pembicara 2
8	09.35 – 09.50	Pembicara 2
9	09.50 – 10.20	Sesi Tanya jawab
10	10.20 – 10.25	<i>Closing statement</i> oleh narasumber dan moderator
11	10.25 – 10.30	Penutup

Rundown Acara Webinar Orang Tua

Tabel 1. 3 Rundown Webinar Orangtua

NO	WAKTU	SUSUNAN ACARA
1	12.00 - 13.00	Regristasi
2	13.00 – 13.05	Pembukaan oleh MC
3	13.05 – 13.10	Sesi foto bersama
4	13.10 – 13.15	<i>Bridging</i> MC ke Moderator + Pengenalan pembicara 1
5	13.15 – 13.30	Pembicara 1
7	13.30 – 13.32	Pengenalan pembicara 2

8	13.32 – 13.47	Pembicara 2
9	13.47 – 14.20	Sesi Tanya jawab
10	14.20 – 14.25	<i>Closing statement</i> oleh narasumber dan moderator
11	14.25 – 14.30	Penutup

Teknis Webinar:

Narasumber:

1. H-7 Memberikan TOR Kepada Narasumber
2. H-5 Memastikan narasumber dapat menghadiri acara
3. H-1 Meminta bahan materi narasumber
4. H-1 jam *testing* audio Narasumber
5. H+5 Memberikan Sertifikat Narasumber

Peserta:

1. H-7 menyebarkan *form* pendaftaran webinar
2. H-1 memberikan Tata Tertib Webinar kepada peserta
3. H-1 memberikan *link* dan *password zoom* kepada peserta
4. H-1 jam Memberikan ulang tata tertib Webinar dan *link zoom*
5. H Memberikan *link youtube channel*
6. H Memberikan *form* regridasi kehadiran peserta melalui *chat room zoom*
7. H+5 Memberikan E-Sertifikat kepada peserta

MC/Moderator:

1. H-5 memastikan dapat menghadiri acara
2. H-1 *briefing* dan gladi bersih
3. H-1 jam *Testing* audio dan kamera

1.5.9.4. Lomba

Pada peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 ini terdapat 6 mata lomba yang terbagi dalam dua kategori berdasarkan usia, yakni kategori usia 8-12 tahun dan kategori usia 13-18 tahun. Lomba dengan kategori usia 8-12 tahun terdiri dari Lomba Menggambar dan Mewarnai, Lomba Menghias Masker, dan Lomba Video 6 Langkah Cuci Tangan. Sedangkan untuk kategori usia 13-18 tahun terdapat lomba Menulis Reportase, Lomba Desain Konten Media Sosial, dan Lomba Videografi.

1. Deskripsi Ragam Lomba Anak dalam memperingati Hari Anak Nasional

- **Tema : “ Menjadi Hebat bersama Generasi Baru”**
- **Makna HAN dan Tema:**

Peringatan **Hari Anak Nasional (HAN)** yang dirayakan pada tanggal 23 Juli dimaknai sebagai kepedulian seluruh bangsa Indonesia terhadap perlindungan anak Indonesia agar tumbuh dan berkembang secara optimal, dengan mendorong keluarga Indonesia khususnya Kota Semarang menjadi lembaga pertama dan utama dalam memberikan perlindungan kepada anak.

Upaya ini akan menghasilkan generasi penerus bangsa yang sehat, cerdas, ceria, berakhlak mulia dan cinta tanah air di masa *New normal* saat ini.

Makna tema “**Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru** “ adalah diharapkan Generasi anak-anak saat ini dapat berbahagia dan menjadi generasi baru yang menerapkan Budaya Baru. Budaya baru disini merupakan **budaya untuk hidup bersih, gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar.**

• **Syarat dan ketentuan umum lomba:**

- Peserta merupakan anak usia 8-18 tahun (Pada tanggal 12 Agustus belum berusia 13/19 tahun)
- Lomba terbuka untuk umum (disabilitas dan non disabilitas, bersekolah formal dan non formal)
- Merupakan warga masyarakat kota Semarang
- Follow akun *instagram* @DP3A_kotasemarang, @Serasi.2020, dan @semarangpemkot
- Karya yang dikirimkan merupakan karya orisinal, belum pernah dipublikasikan, dan diikutsertakan dalam lomba apapun
- Tidak mengandung unsur pornografi, kekerasan, dan SARA
- Peserta boleh mengikuti lebih dari 1 jenis lomba asal masih dalam kategori usia/sekolah yang sama
- Peserta hanya boleh mengirimkan satu karya per lomba

- *Link* Pendaftaran :
- <https://bit.ly/PendaftaranLombaAnakHAN2020>
- Peserta menandatangani dan mengisi Surat Pernyataan Orisinalitas karya sesuai format yang telah disediakan. (dapat diunduh di *link* <https://bit.ly/SuratPernyataanLombaHAN>)
- Semua hasil karya yang dikirimkan menjadi hak milik Panitia
- Keputusan panitia bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat

Kategori Usia 8 – 12 Tahun

- Lomba Menggambar dan Mewarnai
- Lomba Kreasi/Menghias Masker
- Lomba Video 6 Langkah Mencuci Tangan

Kategori Usia 13 – 18 Tahun

- Lomba Membuat Desain Konten Media Sosial
- Lomba Menulis Reportase
- Lomba Videografi
-
- Taktik yang digunakan:
 1. **Target Peserta** : Anak berusia 8-18 tahun (disabilitas dan non disabilitas, bersekolah formal dan non formal)
 2. **Media** : Media publikasi yang kami gunakan yakni melalui media sosial *Instagram* @semarangpemkot, @serasi.2020,

@disdik_kotasmg, @dkksemarang, @dinsoskotasmg, dan beberapa *Instagram* kedinasan kota Semarang lainnya.

3. **Informasi yang disebar** : Informasi yang kami sebar berkaitan dengan konten ragam lomba Hari Anak Nasional 2020 dan tema acara “Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru”.

4. **Konten Materi :**

Gambar 1. 12 Konten Materi Lomba





5. Taktik mengundang audiens :

Bersama Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang, kami bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang untuk menggaet peserta tingkat SD dan SMP melalui Kepala Sekolah masing-masing sekolah di Kota Semarang. Selain itu, kami juga mempublikasikan 6 poster lomba di akun-akun media sosial seperti akun *Instagram* Semarang Pemkot, Semarang Ragam Inspirasi, DP3A Kota Semarang, Dinas Sosial Kota Semarang, dan akun kedinasan Kota Semarang lainnya. Selain itu, poster berisi informasi lomba juga disebarluaskan melalui Grup *Whatsapp* Forum Anak Kota Semarang.

6. Juri :

- Lomba Menggambar dan Mewarnai : Klub Merby
- Lomba Menghias Masker : Klub Merby

- Lomba Video 6 Langkah Cuci Tangan : Besar Tirto Husodo (Dosen FKM Undip), Muhammad Fikry (Kabiro Media BEM Undip), Muhammad Habibillah (DP3A)
- Lomba Desain Konten : Djoko Setyabudi (Dosen Ilkom Undip), Revi Siregar (*Content creator of Bareksa.com*), Arfian Muhammad (*Content creator dan Mahasiswa Ilkom Undip*)
- Lomba Menulis Reportase : Cicilia Sinabariba (Reporter Metro TV), Taufik Hidayatullah (Penulis Novel), Kharisma Melati (*News anchor Semarang TV*)
- Lomba Videografi : Bayu Widagdo (Dosen *Jurnalistik Ilkom Undip*), M. Aufar Al Wafi (*Co founder of Pentagram Id*), Gatot Prayitno (DP3A)

7. *Schedule :*

- Registrasi : 13 Juli - 5 Agustus 2020
- Batas Pengumpulan Karya : 8 Agustus 2020
- Penilaian Lomba : 8 – 14 Agustus 2020
- Pengumuman Pemenang : 15 Agustus 2020
- Penyerahan Hadiah : 18 Agustus 2020

8. Teknis :

1. Lomba Menggambar dan Mewarnai

a. Petunjuk Teknis Pelaksanaan Lomba

- Daftar keikutsertaan lomba ke kontak panitia yang tersedia
- Mengisi Data dan Formulir yang telah disediakan panitia
- Pelaksanaan Lomba secara daring melalui *zoom meeting* selama 90 menit
- Peserta *Login zoom meeting* dengan Format
NoPeserta_Cabanglomba
(contoh:001_LombaMenggambar dan Mewarnai)
- Peserta mulai lomba setelah mendapat aba-aba dan petunjuk dari panitia
- Setelah waktu habis peserta langsung mengirimkan foto hasil gambar ke nomor panitia dengan tenggang waktu maksimal 10 menit selebihnya akan didiskualifikasi) dengan format Nama/Nomor peserta/cabang yang diikuti
- Peserta dilarang meninggalkan *zoom meeting* sebelum memperoleh ijin dari panitia
- Pendaftaran : **13 Juli – 5 Agustus 2020**
- Lomba dilaksanakan pada **JUMAT, 7 AGUSTUS 2020**
PUKUL 08.00 WIB

b. Ketentuan Lomba

- Peserta menyediakan Kertas Gambar ukuran A4 (210 mm x 297mm)
- Media yang digunakan bebas (Spidol, pensil warna, krayon atau *mixed*)
- Peserta mengerjakan secara mandiri dan daring tanpa ada arahan dari sekitar
- Peserta dilarang meninggalkan tempat saat lomba berlangsung tanpa seijin panitia
- Tema Gambar: Menjaga kesehatan dari Covid 19
- Gambar tidak mengandung unsur SARA, kekerasan dan pornografi
- Keputusan dewan juri dan panitia dalam melakukan seleksi dan membuat kebijaksanaan adalah absolut dan tidak dapat diganggu gugat

c. Kriteria penilaian

- Tema Gambar
- Kreatifitas
- Kerapian
- Pewarnaan

d. Ketentuan Pemenang dan Hadiah:

- Pemenang dipilih dari tiga hasil karya terbaik dengan nilai teratas

- Pemenang pertama akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang kedua akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang ketiga akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah

2. Lomba Kreasi/Menghias Masker

a. Petunjuk Teknis Pelaksanaan Lomba

- Daftar keikutsertaan lomba ke kontak panitia yang tersedia
- Mengisi Data dan Formulir yang telah disediakan panitia
- Peserta menyediakan masker masing-masing
- Masker yang sudah jadi dapat dikirimkan ke **Klub Merby: Jl. Mataram 653 Semarang dengan disertai biodata peserta (Nama/Sekolah/Nomor HP/cabang yang diikuti)**

b. Ketentuan Lomba

- Ketersediaan masker, alat dan bahan menjadi tanggungjawab peserta
- Masker diperbolehkan polos maupun bermotif
- Masker dapat dikreasikan dengan cara digambar, dilukis maupun dihias (media bebas)

- Tidak mengandung unsur SARA, kekerasan dan pornografi
- Keputusan dewan juri dan panitia dalam melakukan seleksi dan membuat kebijaksanaan adalah absolut dan tidak dapat diganggu gugat
- Pendaftaran : **13 Juli – 5 Agustus 2020**
- Batas pengumpulan karya : **SABTU, 8 AGUSTUS 2020**

PUKUL 15.00 WIB

c. Kriteria Penilaian

- Kreatifitas
- Keindahan
- Kerapian
- Fungsional (kegunaan, kenyamanan dan fungsi)

d. Ketentuan Pemenang dan Hadiah:

- Pemenang dipilih dari tiga hasil karya terbaik dengan nilai teratas
- Pemenang pertama akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang kedua akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang ketiga akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah

3. Lomba Video 6 Langkah Cuci Tangan

a. Petunjuk Teknis Pelaksanaan Lomba:

- Daftar keikutsertaan lomba ke kontak panitia yang tersedia
- Mengisi data dan Formulir yang telah disediakan panitia
- Karya yang sudah dibuat dikirim ke email Serasi2020@gmail.com dengan format *file* dan Subjek (Nama peserta-Cabang Lomba yang diikuti) contoh : Annisa Putri – Lomba video 6 langkah cuci tangan
- Konfirmasi kembali ke panitia melalui kontak *CP* yang tertera di poster jika sudah mengumpulkan hasil karya. **CP**

LOMBA SD : KLUB MERBY (085799995942)

b. Ketentuan Video:

- Video berdurasi maksimal 3 menit
- Peserta membuat konten video mengenai 6 langkah cuci tangan untuk menjadi generasi baru yang hebat
- Konten video tidak mengandung unsur pornografi, kekerasan, dan SARA
- Boleh menggunakan kamera jenis apapun dengan format *landscape 16:9 (Horizontal)*
- Boleh menggunakan aplikasi editing jenis apapun baik melalui gawai atau laptop
- Bahasa yang dapat digunakan adalah Bahasa Indonesia

- Format Video yang dikirimkan melalui email adalah MOV, AVI, atau MPEG
- Video diwajibkan memuat logo yang sudah disediakan oleh panitia
- Original atau bukan merupakan karya plagiat
- Keputusan dewan juri dan panitia dalam melakukan seleksi dan membuat kebijaksanaan adalah absolut dan tidak dapat diganggu gugat.
- Pendaftaran : **13 Juli – 5 Agustus 2020**
- Batas pengumpulan karya : **SABTU, 8 AGUSTUS 2020 PUKUL 00.00 WIB**

c. Kriteria Penilaian:

- Pesan yang disampaikan
- Kreatifitas pesan yang disampaikan
- Kemudahan memahami pesan yang disampaikan
- Edukasi dari pesan yang disampaikan

d. Ketentuan Pemenang dan Hadiah:

- Pemenang dipilih dari tiga hasil karya terbaik dengan nilai teratas
- Pemenang pertama akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang kedua akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah

- Pemenang ketiga akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah

4. Lomba Menulis Reportase

a. Petunjuk Teknis Pelaksanaan Lomba:

- Daftar keikutsertaan lomba ke kontak panitia yang tersedia
- Mengisi data dan Formulir yang telah disediakan panitia
- Karya yang sudah dibuat di *upload* ke email Serasi2020@gmail.com Dengan format *file* dan Subjek (Nama peserta-Cabang Lomba yang diikuti) contoh : Annisa Putri – Lomba Menulis Reportase
- Konfirmasi kembali ke panitia melalui kontak *CP* yang tertera di poster jika sudah mengumpulkan hasil karya. **CP LOMBA SMP : DINI ARISTA (082114683638)**

b. Ketentuan Tulisan:

- Subtema reportase adalah **budaya untuk hidup bersih, gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar.**
- Mengandung unsur 5W+1H
- Terdapat unsur konten berupa *Generasi Baru yang hebat, Anak Indonesia gembira di rumah, dan Hari Anak Nasional Kota Semarang*
- Karya ditulis dalam bahasa Indonesia

- Panjang tulisan 500 – 1.000 kata, ditulis dengan huruf Times New Roman Font 12, untuk judul Font 14, spasi 1,5 , rata kanan dan kiri, Cantumkan nama lengkap penulis
- Original atau bukan merupakan karya plagiat
- Tidak mengandung unsur SARA, kekerasan, dan pornografi
- Keputusan dewan juri dan panitia dalam melakukan seleksi dan membuat kebijaksanaan adalah absolut dan tidak dapat diganggu gugat.
- Pendaftaran : **13 Juli – 5 Agustus 2020**
- Batas pengumpulan karya : **SABTU, 8 AGUSTUS 2020**
PUKUL 00.00 WIB

c. Kriteria Penilaian:

- Orisinalitas
- Diksi dan Gaya Bahasa
- Kesesuaian Subtema yang dipilih
- Ide dan Perspektif Penulis Reportase

d. Ketentuan Pemenang dan Hadiah:

- Pemenang dipilih dari tiga hasil karya terbaik dengan nilai teratas
- Pemenang pertama akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang kedua akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah

- Pemenang ketiga akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah

5. Lomba Membuat Desain Konten Media Sosial

a. Petunjuk Teknis Pelaksanaan Lomba:

- Daftar keikutsertaan lomba ke kontak panitia yang tersedia
- Mengisi data dan Formulir yang telah disediakan panitia
- Hasil desain yang sudah dibuat, *diupload* ke media sosial *instagram* peserta dengan Format :
- “ Hai saya (nama lengkap) sedang mengikuti kompetisi Hari Anak Nasional Kota Semarang
- Konten sesuai dengan desain yang dibuat
- Sertakan hashtag #AnakIndonesiaGembiraDiRumah, #GenerasiHebat2020, #SERASI2020
- Tag *instagram* @DP3A_kotaSemarang, @Serasi.2020, @semarangpemkot
- Konfirmasi kembali ke panitia melalui kontak *CP* yang tertera di poster jika sudah mengunggah hasil karya. **CP LOMBA SMP : DINI ARISTA (082114683638)**

b. Ketentuan Desain Konten:

- Peserta hanya mengupload di sosial media ***Instagram***.
- Peserta membuat desain konten dengan subtema **budaya untuk hidup bersih, gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar.**

- **Peserta membuat 3 konten secara bersambung di akun masing-masing dalam jangka waktu MAKSIMAL 1 minggu sejak *postingan* pertama *diupload*, atau bisa langsung *upload* 3 konten sekaligus dalam satu waktu.**
- **CONTOH** : konten 1 *diupload* pada tanggal 19 Juli 2020. Konten 2 dan 3 dapat *diupload* maksimal dalam jangka waktu 19-25 Juli 2020 (1 minggu).
- Desain konten dapat berbentuk poster infografis atau apapun selain video.
- Tidak boleh menggunakan *Instagram ads*.
- Menggunakan aplikasi editing jenis apapun baik melalui gawai atau laptop (Canva, Photoshop, dll)
- Desain konten sesuai *feeds instagram* berukuran 1:1 (1080 x 1080 px)
- Original atau bukan merupakan karya plagiat
- Tidak mengandung unsur SARA, kekerasan, dan pornografi
- Keputusan dewan juri dan panitia dalam melakukan seleksi dan membuat kebijaksanaan adalah absolut dan tidak dapat diganggu gugat.
- Pendaftaran : **13 Juli – 5 Agustus 2020**
- Batas pengumpulan karya : **SABTU, 8 AGUSTUS 2020 PUKUL 00.00 WIB**

c. Kriteria Penilaian:

- Kreatifitas
- Kejelasan Pesan
- Artistik
- Jumlah *Like*, Komen, dan *Share*

d. Ketentuan Pemenang dan Hadiah:

- Pemenang dipilih dari tiga hasil karya terbaik dengan nilai teratas dan Favorit dengan *like* terbanyak
- Ketentuan *like* terbanyak adalah jumlah *like postingan* peserta yang telah diupload oleh panitia di akun *instagram* @Serasi.2020
- Pemenang pertama akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang kedua akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang ketiga akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang Favorite akan mendapatkan Piagam Walikota Semarang + Hadiah

6. Lomba Videografi

a. Petunjuk Teknis Pelaksanaan Lomba:

- Peserta berbentuk tim dan terdiri dari 3 orang
- Daftar keikutsertaan lomba ke kontak panitia yang tersedia

- Mengisi data dan formulir yang telah disediakan panitia
- Karya yang sudah dibuat diupload ke email Serasi2020@gmail.com dengan format *file* dan Subjek (Nama peserta-Cabang Lomba yang diikuti) contoh : Annisa Putri – Lomba Videografi
- Konfirmasi kembali ke panitia melalui kontak CP yang tertera di poster jika sudah mengumpulkan hasil karya. **CP LOMBA SMP : DINI ARISTA (082114683638)**

b. Ketentuan Video:

- Video berdurasi maksimal 3 menit
- Peserta membuat konten video Vlog/ *Do it yourself* (DIY atau Tutorial)
- Sub tema : **budaya hidup bersih, gaya hidup sehat, bijak bermedia sosial, berperilaku positif, dan kreatif dalam belajar.**
- Konten video tidak mengandung unsur pornografi, kekerasan, dan SARA
- Orisinalitas atau bukan merupakan karya plagiat
- Penggunaan musik tidak melanggar hak cipta
- Boleh menggunakan kamera jenis apapun dengan format *landscape 16:9 (Horizontal)*
- Boleh menggunakan aplikasi editing jenis apapun baik melalui gawai atau laptop

- Bahasa yang dapat digunakan adalah Bahasa Indonesia
- Format Video yang dikirimkan melalui email adalah MOV, AVI, atau MPEG
- Video diwajibkan memuat logo yang sudah disediakan oleh panitia
- Keputusan dewan juri dan panitia dalam melakukan seleksi dan membuat kebijaksanaan adalah absolut dan tidak dapat diganggu gugat.
- Pendaftaran : **13 Juli – 5 Agustus 2020**
- Batas pengumpulan karya : **SABTU, 8 AGUSTUS 2020 PUKUL 00.00 WIB**

c. Kriteria Penilaian:

- Kesesuaian Tema
- Kreatifitas
- Teknik Pengambilan Video

d. Ketentuan Pemenang dan Hadiah:

- Pemenang dipilih dari tiga hasil karya terbaik dengan nilai teratas
- Pemenang pertama akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah
- Pemenang kedua akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah

- Pemenang ketiga akan mendapatkan Piala + Piagam Walikota Semarang + Hadiah

9. Tujuan dari event ini : Dalam rangka memeriahkan Hari Anak Nasional dan untuk menyebarluaskan informasi edukasi mengenai budaya baru dan tema acara “Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru”, kami mengadakan beberapa lomba untuk anak agar mereka juga tetap dapat mengembangkan kreatifitas meskipun di rumah saja.

10. Jumlah Target Peserta : 25 peserta per lomba

1.5.9.5. Community Involvement

Community Involvement menurut (Afita Nurhayati 2012:27) merupakan Kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu harus dilakukan untuk menjaga hubungan baik (*community relations and humanity relations*).

Taktik yang dijalankan pada Community Involvement:

- a) Kami menghubungi komunitas Semarcakep, Komunitas Mobil Semarang, Komunitas Harley Davidson Club Indonesia Chapter Semarang, dan Komunitas Mobil Pajero Semarang melalui kontak yang kami dapatkan lalu berdiskusi melalui *instant messenger Whatsapp*.
- b) Melalui *chat Whatsapp*, kami menyampaikan maksud kerja sama dan yang berkaitan dengan kegiatan pengabdian

masyarakat berupa donasi dan berbagi pengetahuan mengenai komunitas di Semarang.

- c) Kerjasama dengan Komunitas Semarcakep berupa penampilan anak difabel di pentas seni daring dan penyerahan donasi.
- d) Kerjasama dengan Komunitas Mobil Semarang, Komunitas Harley Davidson *Club* Indonesia *Chapter* Semarang, dan Komunitas Mobil Pajero Semarang melalui sesi *sharing* “Minggu Bersama Komunitas” di *Live Instagram* @serasi.2020

1.5.9.6. Fundraising

Menurut Muhsin Kalida (2004) untuk menghasilkan penggalangan dana yang efektif diperlukan kemampuan berkomunikasi dengan segala teknik-tekniknya. Bagaimana praktek penggalangan dana dilakukan dengan strategi *campaign* melalui media internet atau website dan bagaimana pesan komunikasi yang disampaikan. Penggalangan donasi yang kami lakukan berupa kegiatan konser amal.

Konser Amal

1. Deskripsi

Konser Amal akan dilakukan dengan sistem daring melalui loket.com *LIVE* dan go-play yang mana konser amal ini pembelian tiketnya dapat dilakukan melalui

loket.com dan go-tix melalui aplikasi go-jek. Tema konser amal yaitu “Mimpi di tengah Pandemi”. Harga dari tiket konser amal yaitu sebesar 45.000 rupiah dan sebesar 50% pembelian tiket akan di donasikan ke anak-anak di Kota Semarang yang membutuhkan. Jumlah donasi yang terkumpul akan diberikan kepada anak-anak disabilitas dan non disabilitas yang berada di Semarang.

2. Target

Target penonton konser amal yaitu seluruh remaja di Indonesia.

3. Jumlah Target

Jumlah target konser amal yaitu 350 penonton, untuk total pembelian sampai sekarang sudah mencapai 57 tiket.

4. Media

Media yang kami gunakan untuk mengadakan konser amal adalah loket *LIVE* dan Go-play untuk *live* streaming. Untuk media publikasi konser amal kami menggunakan media *instagram* SERASI dan *instagram* DP3A.

Gambar 1. 13 Poster Konser Amal Virtual The Overtunes



5. Materi

Materi konser amal yaitu untuk penggalangan donasi untuk disalurkan ke anak-anak di Kota Semarang yang membutuhkan.

6. Konten Materi / Script

Pesan The Overtunes di tengah konser amal:

- Greetings dari The Overtunes
- Menyampaikan pesan “Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru”
- Membudayakan hidup bersih
- Gaya Hidup Sehat
- Bijak bersosial media

- Berperilaku positif
- Kreatif dalam belajar
- Pembelian tiket akan di donasikan kepada anak-anak yang membutuhkan

7. Strategi mengundang *audience*

- Menawarkan tiket konser amal kepada *fansclub* The Overtunes di beberapa daerah seperti Semarang, Solo, Medan, Jakarta, Padang, Bandung, Surabaya, Malang, dan lainnya
- Mempromosikan acara konser amal melalui *postingan* media partner di *Instagram* baik berupa di *feeds* atau *instastory*, melalui *instagram* SERASI, *instagram* DP3A, *instagram* Pemkot Semarang, *instagram* The Overtunes berupa *instastory*, di *posting* oleh personil The Overtunes dan *press release*
- Mempromosikan acara melalui *adlibs* radio yang telah menjadi media partner
- *Platform* loket.com dan go-tix ikut mempromosikan poster *instastory*
- Semua panitia Serasi2020 *memposting* poster konser amal di *instastory*

8. Narasumber / Penampil

The Overtunes

9. *Schedule*

Hari / Tanggal : Sabtu, 8 Agustus 2020

Tempat : *online* (loket.com *LIVE* dan go-play)

Waktu : 19.00 – 20.30

Rundown Konser Amal

8 Agustus 2020

Tabel 1. 4 *Rundown Konser Amal*

No	Waktu	Nama Acara
1.	19.00-19.05	Menunggu penonton (Iklan acara)
2.	19.05-19.10	Penampilan <i>Teaser</i> Donasi
3.	19.10-19.11	2 Iklan (Meatlovers dan Klinik)
4.	19.11-19.31	Penampilan Theovertunes 2 lagu
5.	19.31-19.32	2 iklan (APSAI dan ...)
6.	19.32-20.12	Penampilan The Overtunes
7	20.12	SELESAI

10. Teknis

- Mengajak kerjasama Locket.com
- Menghubungi penampil acara
- Membuat *teaser* donasi

- Meminta video promosi Theovertunes untuk konser amal
- Meminta penampil mempromosikan di akun media sosialnya
- Meminta *file* video konser amal theovertunes
- Melakukan editing video konser amal
- Melakukan *trial error* konser amal dengan loket.com H-1 acara
- Menyerahkan *file* video theovertunes pada loket.com
- Memastikan tiket terkumpul sesuai target pada hari H
- Memastikan loket.com *LIVE* dan go-play sudah siap *server* pada 45 menit sebelum acara agar tidak terjadi *error*
- Memastikan tidak ada kendala pada hari H

11. Tujuan

Memberikan bantuan donasi untuk anak-anak yang membutuhkan terutama anak-anak yang terkena dampak covid-19

Donasi

1. Deskripsi

Donasi dari donasi akan ditutup melalui acara penutupan HAN Kota Semarang. Serangkaian donasi mulai dari konser amal sampai penutupan acara. Donasi berupa uang tunai, pembelian tiket maupun barang kebutuhan lainnya.

Donasi yang dikumpulkan akan disalurkan untuk anak-anak yang terdampak covid-19 dan anak-anak yang membutuhkan di Kota Semarang.

2. Target

Target donasi yaitu anak-anak jalanan, anak disabilitas, anak yang terkena dampak covid (seperti tidak dapat mengakses internet untuk sekolah, sulitnya metode pembelajaran via daring, dan lainnya), serta anak-anak di panti asuhan.

3. Jumlah Target

Jumlah target donasi yaitu 5.000.000 rupiah untuk didonasikan kepada anak-anak yang membutuhkan di Kota Semarang.

4. Media

Media yang digunakan untuk menginformasikan kepada khalayak yaitu dengan menggunakan media sosial *instagram* SERASI, *instagram* Pemkot Semarang, *instagram* DP3A Kota Semarang, *LIVE instagram* SERASI, *LIVE instagram* Pemkot Semarang dan *LIVE Instagram* DP3A Semarang.

Gambar 1. 14 Poster Acara Penyerahan Donasi



5. Materi

Materi yang disampaikan oleh pembicara pada penutupan acara yaitu ucapan terimakasih untuk telah berdonasi dan berkontribusi dalam penggalangan donasi

6. Strategi mengajak berdonasi

- Menawarkan penyaluran donasi melalui pembelian tiket konser amal kepada beberapa perusahaan dan perseorangan (seperti APSAI, Klinik kecantikan, komunitas harley, komunitas sepeda, komunitas mobil dan lainnya)

- Mengajak berdonasi melalui pembelian tiket konser amal “Mimpi di tengah Pandemi” sebesar 50%

7. Narasumber / Penampil

- Soegi Bornean (artis lokal)
- Tari *Club Merby*
- Menyanyi Semarcakep

8. *Schedule*

Hari / Tanggal : Selasa, 18 Agustus 2020

Tempat : Gedung Pramuka Lt.4

Waktu : 10.00 – 14.00

Rundown Penyerahan Donasi

18 Agustus 2020

Tabel 1. 5 Rundown Penyerahan Donasi

No.	Waktu	Nama Acara
1.	09.30 – 10.00	Registrasi
2.	10.00 – 10.05	Pembukaan Acara
3.	08.05 – 10.10	Pembacaan Doa
4.	10.10 – 10.15	Opening Tari <i>Club Merby</i>
5.	10.15 – 10.20	Penampilan menyanyi Semarcakep
6.	10.20 – 10.25	Sambutan Walikota Semarang
7.	10.25 – 10.30	Sambutan Ketua SERASI
8.	10.30 – 10.45	Penyerahan donasi

9.	10.45 – 10.50	Foto Bersama
10.	10.50 – 10.55	Penyampaian Penerima Donasi Semarcakep
11.	10.55 – 11.25	Penyerahan Donasi Simbolis
12.	11.25 – 11.30	Foto Bersama
ISHOMA		
13.	12.30 – 12.35	Persiapan Soegi Bornean
14.	12.35 – 13.15	Penampilan Soegi Bornean
15.	13.15 – 13.20	Penyampaian pemenang lomba
16.	13.20 – 13.50	Penyerahan pemenang lomba
17.	13.50 – 13.55	Foto Bersama
18.	13.55 – 14.00	Penutupan Acara

9. Teknis

- Mengubungi perusahaan untuk menjadi calon donatur
- Menghubungi komunitas untuk menjadi calon donatur
- Mengirimkan proposal dan surat donatur
- Mengajukan kerjasama dengan rumah makan untuk menjadi sponsor di acara penutupan
- Menghubungi gedung untuk penutupan acara
- Menghubungi penampil acara
- Mengundang pemenang lomba dan tamu undangan lainnya

- Gladi bersih H-1 acara
- Menyiapkan dekorasi dan perlengkapan soundsystem
- *Briefing* dengan pengisi acara 30 menit sebelum acara dimulai
- Memastikan tamu undangan yang hadir pada hari H
- Memastikan bahwa hasil donasi sama dengan hasil yang akan di serahkan
- Mempersiapkan barang yang akan disalurkan untuk didonasikan

10. Tujuan

Tujuan adanya donasi ini melalui penutupan acara adalah sebagai acara penutup dari Rangkaian Hari Anak Nasional (HAN) dan memberikan/menyalurkan seluruh donasi pada anak-anak di Kota Semarang yang membutuhkan.

1.5.9.7. Branding dan Promo

Branding merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk membuat identitas berupa nama atau simbol yang digunakan untuk membedakan antara satu produk dengan produk lainnya. Perbedaan yang ada dapat menunjukkan sebuah keunikan dari produk dengan para pesaing.

1) *Branding* Sosial Media

Melalui akun *instagram*, kami melakukan strategi *branding* terkait *event* SERASI 2020 dalam rangka Peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020. Strategi ini merupakan salah satu cara untuk mengenalkan dan *membranding* mengenai Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 dan Semarang Ragam Inspirasi (SERASI 2020) kepada masyarakat Kota Semarang. Strategi yang dilakukan dengan mengunggah berupa :

- Video *teaser event* SERASI 2020 dalam rangka Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020
- Poster Lomba terkait Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020
- Poster Webinar terkait Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020
- Poster *Talkshow* terkait Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020
- *Live report* acara yang sedang berlangsung (*talkshow* radio dan TV, pentas seni daring, dan penutupan acara)
- *Press release* terkait acara yang sudah dilaksanakan
- Video *after-event* SERASI 2020

2) Promo

Terkait promosi, kami menggunakan *Instagram Ads* untuk membantu mengenalkan, memperluas pasar, sekaligus penargetan kepada pengguna *instagram* yang lebih spesifik sesuai dengan target audiens. Dengan sistem promosi ini juga dapat meningkatkan *traffic* dan mendatangkan potensial *audience* terkait acara kami.

1.5.9.8. Media Publikasi

Media Publikasi menurut I Nyoman Anom (2020: 2) merupakan wadah dalam penyebaran informasi dan pengetahuan ke khalayak luas. Media publikasi biasanya dimanfaatkan dalam berbagai tujuan guna mempublikasikan hasil-hasil kajian, temuan, analisis dan beragam hasil penelitian atau sejenisnya. Media publikasi yang kami gunakan dalam mempublikasikan kegiatan kami yaitu dengan menggunakan sosial media berupa:

1. *Social Media Instagram*

Dalam proses publikasi yang akan dilakukan yaitu melalui *instagram* dengan *posting* konten yang desainnya sudah dibuat oleh *creative manager*. *Posting* di *feeds instagram* serta *instastory*, *postingan* ini akan di post selama waktu *prime time* (pada pukul 10.00/17.00/21.00 WIB) sehingga dapat

memaksimalkan hasil dari publikasi ini sendiri. Materi akan di *posting* di akun sosial media Serasi yaitu Serasi.2020 pada waktu yang sudah ditentukan.

2. Media Partner

Untuk meningkatkan publisitas acara, akan dilakukan kerjasama dengan media-media di Kota Semarang seperti radio, koran dan media *online* lainnya. Media tersebut akan mempublikasikan *event* Serasi sebelum *event* dan setelah *event* dengan materi *press release* yang sudah kami berikan sebelumnya. Pada media radio, publikasi berupa *adlibs* untuk menjelaskan lebih lengkapnya lagi *event* Serasi 2020 ini di Kota Semarang.

Adapun *list* media partner sebagai berikut :

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. TVRI Jateng | 11. RCT FM |
| 2. RRI | 12. Sonora FM |
| 3. J-FM | 13. Trax FM |
| 4. Imelda FM | 14. Suara Merdeka |
| 5. Pro - Alma | 15. Koran Solo Pos |
| 6. Berita Kampus | 16. Eventsclick |
| 7. Zona Kampus | 17. Up Radio |
| 8. BEM FISIP Undip | 18. SS FM |
| 9. BEM UNDIP | 19. Delta FM |
| 10. Prambors | 20. C Radio |

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 21. Hipwee | 25. Gmedia |
| 22. Bocah Tembalang | 26. Eventcampus |
| 23. 3SKS | 27. Explore Semarang |
| 24. UNDIP TV | 28. Metro TV Jateng |

1.6 Pembagian Tugas

1. *Project Leader*, Koordinator Webinar dan *Sponsorship* : Dida
 - a. Bertanggung jawab atas seluruh kelancaraan kegiatan acara
 - b. Bertanggung jawab atas narasumber webinar
 - c. Bertanggung jawab atas kebutuhan seluruh acara yang berlangsung
 - d. Bertanggung jawab mencari sponsor
 - e. Bertanggung jawab atas pelaksanaan webinar
 - f. Menjalin Kerjasama yang baik dengan seluruh kolaborator yang terlibat
2. Koordinator Acara Pentas Seni Daring, Donasi, Media Partner dan Bendahara: Sarah
 - a. Bertanggungjawab atas keseluruhan yang berhubungan dengan acara pentas seni daring, konser amal, penyerahan donasi, artis dan pengisi acara
 - b. Bertanggungjawab atas donatur
 - c. Bertanggungjawab atas media partner dan negosiasi dengan media partner

- d. Bertanggungjawab untuk tiket dan budgeting
- e. Mengarsipkan semua laporan pengeluaran dan pemasukan keuangan
- f. LO pengisi acara, LO media partner dan donatur

3. Koordinator Lomba dan *Creative* : Lila

- a. Bertanggungjawab atas keseluruhan desain kreatif dan PDD
- b. Bertanggungjawab atas konten dan publikasi media sosial
- c. Bertanggungjawab atas dokumentasi acara
- d. Bertanggungjawab atas agenda lomba *online*
- e. Bertanggungjawab atas penyebaran informasi lomba
- f. Bertanggungjawab atas juri lomba dan hasil pemenang

4. Koordinator *Talkshow*, Dana Usaha dan Kesekretariatan : Ayu

- a. Bertanggungjawab atas *talkshow*
- b. Bertanggungjawab laporan pembelian *merchandise*
- c. Bertanggungjawab atas narasumber acara
- d. Bertanggungjawab atas dana usaha acara
- e. Bertanggungjawab atas kesekretariatan
- f. Surat menyurat kegiatan yang akan dilaksanakan

1.6.1 Anggota Tim

Karya bidang ini dibuat oleh empat (4) orang mahasiswa dalam sebuah sistem kerja yang dirancang sedemikian rupa untuk penilaian yang independen dalam laporan yang disusun dengan pembagian tugas sebagai berikut :

1. Ahdani Gita Sadida

Project Leader : Orang yang bertanggung jawab atas keseluruhan acara

Koordinator Webinar : Orang yang bertanggung jawab atas berlangsungnya webinar.

Sponsorship : Orang yang bertanggung jawab atas pencarian sponsor dan kerjasama yang dilakukan selama acara berlangsung.

2. Sarah Arista Sukmawati

Koordinator Acara Pentas Seni Daring dan Donasi : Orang yang bertanggung jawab atas seluruh konsep dan konten dari acara yang dibuat, menjalankan *rundown*, dan bertanggungjawab atas pengisi acara.

Media Partner : Orang yang bertanggung jawab atas seluruh media dalam mempublikasikan acara yang akan dilaksanakan.

Bendahara : Orang yang bertanggung jawab atas seluruh laporan pemasukan dan pengeluaran acara yang akan dilaksanakan.

3. Laila Prativa Myranti

Koordinator Lomba : Orang yang bertanggung jawab atas seluruh lomba yang akan dilaksanakan.

Creative : Orang yang bertanggung jawab atas seluruh desain yang dibutuhkan selama acara berlangsung.

4. Ayu Nafalia

Koordinator *Talkshow* : Orang yang bertanggung jawab atas seluruh keberlangsungan *talkshow*.

Dana Usaha : Orang yang bertanggung jawab atas segala bentuk pemasukan dana usaha acara seperti *merchandise*.

Kesekretariatan : Orang yang bertanggung jawab atas keseluruhan tata usaha yang dibutuhkan dalam acara.

1.7 *Timeline*

Tabel 1. 7 Timeline

KEGIATAN	BULAN																															
	MARET				APRIL				MEI				JUNI				JULI				AGUSTUS				SEPTEMBER				OKTOBER			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Berkunjung ke Dinsos Semarang untuk Audiensi																																
Mengirim surat ke DP3A																																
Melakukan Riset <i>Online</i>																																

1.7.1 Pelaksanaan

a. Media Partner

Untuk menyebarluaskan informasi mengenai acara Serasi pada masyarakat Kota Semarang dan sekitarnya maka kami akan bekerjasama dengan beberapa media partner di Semarang agar lebih terdengar *event* yang kami buat. Agar orang-orang akan datang untuk mengunjungi dan berpartisipasi dalam *event* Serasi.

b. Media Publikasi

Dalam rangka melakukan publikasi mengenai acara, maka kami membuat gambaran besar konten apa yang akan kami publikasikan untuk mendukung promosi acara SERASI 2020 ini. Berikut adalah konten yang telah dibuat, yakni Poster Acara yang merupakan poster utama dan akan dipublikasikan di semua media promosi mulai dari *instagram @serasi.2020*, *media partner*, serta pengisi acara.

1. Video Campaign

Kami akan membuat video dokumentasi perjalanan Serasi 2020 dari persiapan acara hingga eksekusi *event* yang nantinya akan di *posting* di *instagram @serasi.2020* setelah acara selesai.

2. Social Media

a) Instagram @serasi.2020

Pada *instagram @serasi.2020*, akan ada konten sebagai berikut :

- *Poster Calling for Volunteer*
- *Posting* informasi mengenai Hari Anak Nasional 2020
- *Posting* informasi mengenai Poster lomba terkait Hari Anak Nasional
- Poster per mata acara
- *Live Instagram* di hari H acara berlangsung

c. *Sponsorship*

Dalam kelancaran sebuah acara dibutuhkan sebuah sponsor untuk mensponsori kegiatan yang kami adakan. Sponsor yang dipilih adalah sponsor yang berhubungan dengan kebutuhan acara.

List sponsorship:

- | | |
|----------------------------|---------------|
| - Bank Mandiri | - Smartfren |
| - Bank Indonesia | - Cicil.id |
| - Bank Jateng | - Staedler |
| - Otsuka | - UptreeCoffe |
| - Indofood | - GMedia |
| - Bank Pasar Kota Semarang | - Meatlovers |
| - Ganesha Operation | - Fiberstream |
| - Telkom | - Solaria |
| - Sari Roti | - Sei Sapi |

d. Dana Usaha

Untuk membantu pemasukan dalam pelaksanaan kegiatan acara, maka kami akan membuat dana usaha sebagai bentuk pemasukan. Dana usaha itu sendiri nantinya akan menjualkan *merchandise* berupa kaos dan juga masker dengan mempromosikanya melalui sosial media serta dibantu oleh seluruh kolaborator yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan acara.

1.8 Budgeting

Tabel 1. 8 Pemasukan

No	Nama	Jumlah	Total
1	<i>Merchandise</i> Kaos	150 x 95.000	14.250.000
2	Sponsor		10.105.000
3	Uang Kas		500.000
5	Pemerintah		1.800.000
6	<i>Mechandise</i> Masker	25.000 x 100	2.500.000
TOTAL			29.155.000

Tabel 1. 9 Pengeluaran

No	Nama	Jumlah	Keterangan (sumber dana)
1	Nicholas Saputra	12.500.000	<i>Merchandise</i>
2	The Overtunes	8.000.000	Sponsor
3	Dokter Koko	500.000	Uang Kas

4	Soegi Bornean	1.500.000	Sponsor
5	Piala	1.800.000	Sponsor Bank Jateng
6	Makan Siang	1.800.000	Sponsor Meat Lovers
7	Snack	480.000	Pemerintah
TOTAL		26.580.000	

1.9 Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan menggunakan beberapa cara, kami akan mengevaluasi dengan cara mencari tahu apakah program yang dirumuskan efektif terhadap pencapaian tujuan. Melalui kegiatan yang akan diselenggarakan diharapkan acara Hari Anak Nasional dikenal oleh target sasaran dan pengetahuan masyarakat Semarang mengenai *New normal* semakin meningkat melalui acara peringatan Hari Anak Nasional. Tercapainya peningkatan pengetahuan (kognisi) sebesar 10%, dari yang awalnya 32% menjadi 42%).

Berikut merupakan cara yang digunakan dalam evaluasi :

1. *Talkshow*

- Bekerjasama dengan 4 radio (JFM, RRI, Imelda dan ProAlma) dan 1 Televisi (TVRI Jateng)
- Memberi informasi mengenai pendampingan difabel dimasa pandemi, Peringatan HAN, sekolah ramah anak, kelebihan difabel, dan menjadi hebat bersama generasi baru

- Disiarkan secara langsung serta rekaman (*tapping*) melalui beberapa radio dan televisi.
- Dihadiri 5 Narasumber
- Siaran *talkshow* disiarkan di *Youtube Channel* Serasi 2020

2. Webinar

- Diikuti oleh 50 peserta siswa dan orangtua di setiap webinar
- Disiarkan secara langsung melalui *Zoom meeting*
- Webinar akan disiarkan melalui akun *Youtube Channel* DP3A Kota Semarang
- Dihadiri oleh 10 Narasumber

3. Lomba

- Kegiatan lomba dilakukan secara daring dan *live* melalui *Zoom meeting*
- Bekerjasama dengan beberapa juri dari kalangan dosen, mahasiswa dan masyarakat Kota Semarang
- Peserta lomba diikuti lebih dari 150 siswa dari kalangan SD, SMP, hingga Umum se Kota Semarang

4. Pentas Seni Daring

- Bekerjasama dengan Bintang Tamu Nasional dan Bapak Walikota
- Disiarkan melalui *Zoom meeting* dan *Youtube Channel* Pemkot Semarang
- Diikuti lebih dari 300 siswa se Kota Semarang
- Kegiatan Pentas Seni diliput oleh media *online*, media elektronik dan media cetak

5. Konser Amal

- Bekerjasama dengan The Overtunes
- Bekerjasama dengan Komunitas di Kota Semarang
- Tiket terjual sebanyak 350 tiket
- Kegiatan konser amal diliput oleh media *online*
- Disiarkan secara langsung melalui Locket.com dan aplikasi Go-play

6. Donasi

- Bekerjasama dengan Walikota & Wakil Walikota Semarang
- Bekerjasama dengan Bintang Tamu Lokal yaitu Soegi Bornean
- Bekerjasama dengan komunitas dan perusahaan untuk donasi
- Mendapatkan donasi sebesar Rp 5.000.000
- Kegiatan penyerahan donasi diliput oleh media *online*

7. Dana Usaha

- Mendapatkan dana usaha sebesar Rp. 14.250.000 dari *merchandise* kaos
- Mendapatkan dana usaha sebesar Rp. 1.200.000 dari *merchandise* masker
- Menjual *merchandise* kaos sebanyak 150pcs
- Menjual *merchandise* masker sebanyak 100pcs
- Memastikan konveksi bekerja dengan baik dan lancar serta bertanggung jawab.

8. Kreatif

- Memenuhi produksi kreatif seperti e-poster maupun desain cetak
- Konten poster diupload di media sosial Pemerintah Kota Semarang
- Membuat sebanyak 3 konten video
- Mendapatkan 300 *followers* dalam 1 bulan

9. Media Partner

- Mendapatkan 10 media partner
- Memenuhi kebutuhan materi media partner (poster / video dan caption)
- Memastikan media partner mendapatkan timbal balik sesuai kesepakatan
- Memastikan media partner memposting sesuai kesepakatan.

10. *Sponsorship*

- Mendapatkan 3 sponsor acara
- Memenuhi kekurangan kebutuhan acara
- Memastikan sponsor mendapatkan timbal balik sesuai kesepakatan