



**PERANCANGAN KOMUNIKASI PERSUASIF
KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DI MEDIA SOSIAL
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN DI
WARUNG BACA MATA AIR MENGENAI
PENTINGNYA EDUKASI SEKS PERIODE
MARET - MEI 2023**

LAPORAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
KHODIJAH NURUL IZZATI
44219010144

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khodijah Nurul Izzati
NIM : 44219010144
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Perancangan Komunikasi Persuasif Kampanye *Public Relations* di Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran di Warung Baca Mata Air Mengenai Pentingnya Edukasi Seks Periode Maret - Mei 2023

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana

Jakarta, 21 Agustus 2023



Khodijah Nurul Izzati.

HALAMAN PENGESAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khodijah Nurul Izzati
NIM : 44219010144
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Perancangan Komunikasi Persuasif Kampanye *Public Relations* di Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran di Warung Baca Mata Air Mengenai Pentingnya Edukasi Seks Periode Maret - Mei 2023

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Haekal Fajri Amrullah, M.Sc ()
NIDN : 0318109301
Pembimbing 2 : Engga Probi Endri, S.Ikom, MA ()
NIDN : 0317089402
Ketua Penguji : Anindita, S.Pd, M.Ikom ()
NIDN : 0306018903
Penguji Ahli : Dewi Sad Tanti, M.Ikom ()
NIDN : 0726067701


MERCU BUANA


Jakarta, 21 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi nikmat kesehatan dan juga kesempatan yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang berjudul **“Perancangan Komunikasi Persuasif Kampanye *Public Relations* Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran di Warung Baca Mata Air Mengenai Pentingnya Edukasi Seks Periode Maret - Mei 2023”**. Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan penuh baik secara langsung maupun tidak yang langsung serta dukungan semangat ketika penulis mengalami kesulitan dan juga hambatan yang dialami selama menyusun laporan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak **Haekal Fajri Amrullah, M.Sc** dan Bapak **Engga Probi Endri, S.I.Kom, MA** selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) yang telah memberikan dukungan baik berupa semangat, motivasi maupun saran yang diberikan selama proses bimbingan. Berkat dukungannya, penulis dapat menyusun program TAPN ini dengan baik.
2. Ibu **Anindita, M.I.Kom** dan Ibu **Dewi Sad Tanti, M.I.Kom** selaku dosen penguji ahli yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dan tim untuk melaporkan hasil kegiatan pendampingan Tim Prafekho dan memberikan masukan serta saran untuk melengkapi laporan penulis yang kurang.
3. Bapak **Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** dan Ibu **Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si** selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah mendukung penuh

mahasiswa/i Fikom UMB dalam menyelesaikan tugas akhirnya untuk memenuhi syarat kelulusan.

4. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan serta dukungan selama menjadi mahasiswi Fikom UMB dan selalu memberikan motivasi untuk tidak mudah menyerah dalam mengerjakan sesuatu sebagai seorang mahasiswa
5. Ibu **Suryaning Hayati, SE., MM., M.Ikom** selaku dosen pembimbing akademik yang telah mengarahkan dan menuntun penulis selama proses pengambilan Kartu Rancangan Studi (KRS), sehingga penulis diharapkan mampu lulus tepat pada waktunya.
6. Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada keluarga (Mba Fatimah, Mba Maryam, Ahmad, Ka Abit, Isa, Hisyam) serta kedua orang tua yang selalu mendukung tanpa kenal lelah selama penulis mengemban pendidikan dari jenjang Sekolah Dasar (SD) hingga duduk di bangku kuliah. Abi Budi dan Umi Aeni salah satu orang yang paling berjasa dalam hidup penulis karena tidak pernah mengeluh dan selalu memberikan yang terbaik untuk kepentingan anaknya. Sehingga berkat kedua orang tua, penulis mendapatkan sebuah energi untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kemudian penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya terkhusus untuk Tim Prafekho yang sudah bekerja keras selama menjalani pendampingan ini. Juga kepada teman serta sahabat-sahabat Anggita C.P.D, Puteri Lutfiana Mahesti, Rena Almaida, Rahmawati, Annisa Febyriana, Tiara Dyah Pitaloka, Battery Gita Cantika Squad 2015, Maura Davinia, Owena Livia dan Mutiara Abidjan yang selalu memberikan *support* semasa menjalankan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.

8. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada mitra kerja sama, yaitu Warung Baca Mata Air yang sudah menerima Tim Prafekho untuk menjalankan kegiatan pendampingan selama 3 bulan.
9. Tak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak sponsorship, yaitu ILUSI, Kafeign, dan NIBRAS Corps yang telah memberikan dukungan secara finansial sehingga kegiatan pendampingan berjalan dengan lancar dari awal hingga akhir kegiatan.
10. Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada keluarga (Mba Fatimah, Mba Maryam, Ahmad, Ka Abit, Isa, Hisyam) serta kedua orang tua yang selalu mendukung tanpa kenal lelah selama penulis mengemban pendidikan dari jenjang Sekolah Dasar (SD) hingga duduk di bangku kuliah. Abi Budi dan Umi Aeni salah satu orang yang paling berjasa dalam hidup penulis karena tidak pernah mengeluh dan selalu memberikan yang terbaik untuk kepentingan anaknya. Sehingga berkat kedua orang tua, penulis mendapatkan sebuah energi untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kemudian penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya terkhusus untuk Tim Prafekho yang sudah bekerja keras selama menjalani pendampingan ini. Juga kepada teman serta sahabat-sahabat Anggita C.P.D, Puteri Lutfiana Mahesti, Rena Almaida, Rahmawati, Annisa Febyriana, Tiara Dyah Pitaloka, Sesilia Dea, Battery Gita Cantika Squad 2015, Maura Davinia, Owena Livia dan Mutiara Abidjan yang selalu memberikan *support* semasa menjalankan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.

Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan secara satu per satu. Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini jauh dari kata sempurna. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari bahwa banyak dukungan semangat, pelajaran, motivasi, serta bimbingan yang didapat

dari berbagai pihak. Semoga semangat ini dapat terus membawa penulis untuk bisa menyelesaikannya dengan hati yang senang mulai dari penyusunan proposal Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) hingga akhir pelaksanaan nanti. Maka dari itu, kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis supaya dapat memperbaikinya di lain waktu. Semoga bermanfaat dan berguna bagi seluruh pihak.

Tangerang Selatan, 28 Juni 2023

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khodijah Nurul Izzati
NIM : 44219010144
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Perancangan Komunikasi Persuasif Kampanye *Public Relations* di Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran di Warung Baca Mata Air Mengenai Pentingnya Edukasi Seks Periode Maret - Mei 2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Khodijah Nurul Izzati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan Mitra	9
1.3. Tujuan Kegiatan	9
1.4. Target Luaran	9
1.5. Manfaat Kegiatan	9
1.5.1. Manfaat Akademis	10
1.5.2. Manfaat Praktis	10
BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	11
2.1. Demografis Warung Baca Mata Air	11
2.2. <i>Profile</i> Mitra	14
2.3. Permasalahan Warung Baca Mata Air	14
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP.....	19
3.1. Komunikasi.....	19
3.1.1. Pengertian Komunikasi	19
3.1.2. Proses Komunikasi.....	20
3.1.3. Unsur-Unsur Komunikasi	20

3.1.4. Model Komunikasi AIDA.....	22
3.2. Konsep Komunikasi Persuasif.....	23
3.2.1. Pengertian Komunikasi Persuasif	23
3.2.2. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif.....	24
3.3. Konsep Public Relations.....	25
3.3.1. Definisi Public Relations	25
3.3.2. Fungsi Public Relations	26
3.4. Definisi Kampanye.....	27
3.5. Kampanye <i>Public Relations</i>	28
3.6. Seksualitas pada Remaja	29
3.7. Definisi Media Sosial	30
3.8. Kampanye di Media Sosial.....	31
3.9. Kreativitas Dalam Penyaluran Pesan Kampanye	32
BAB IV METODE PELAKSANAAN.....	33
4.1. Tata Cara Pelaksanaan.....	33
4.2. Tahap Kegiatan.....	34
a. Pencarian Mitra Kerja sama.....	35
b. Survei Lokasi.....	35
c. Analisis Masalah.....	35
d. Penetapan Solusi.....	35
e. Penyusunan Proposal Tugas Akhir.....	35
f. Penyusunan Proposal Kreatif Sponsor	36
g. Penyusunan Surat Izin Kerja sama dengan Mitra.....	36
h. Mengelola Konten di Media Sosial	36
i. Pendampingan atau Sosialisasi.....	36
j. Melakukan Kampanye <i>Public Relations</i> di Media Sosial	36
k. Rencana Publikasi	40
4.3. Teknik Komunikasi (Isi, Media dan Cara Komunikasi)	43
4.4. Proses Tahapan Pra, Kegiatan, dan Pasca Kegiatan.....	43
4.5. Anggaran Kegiatan.....	45
4.6. Jadwal Kegiatan Pendampingan.....	47

4.7. Laporan Kegiatan Pendampingan.....	48
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERHASILAN	53
5.1. Teknik Komunikasi yang Dilakukan.....	53
5.2. Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan Kegiatan.....	54
5.2.1. Tahap Pra-Kegiatan (Persiapan)	55
5.2.2. Tahap Selama Kegiatan	60
5.2.3. Tahap Pasca Kegiatan	81
5.3. Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta	91
5.3.1. Hasil Kegiatan Pertemuan.....	91
5.3.2. Partisipasi Peserta	99
5.3.3. Hasil yang Dicapai	101
5.4. Analisis Kegiatan, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan	103
5.4.1. Analisis Kegiatan	103
5.4.2. Kendala Selama Kegiatan	114
5.4.3. Potensi Keberlanjutan	117
BAB VI PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran	119
1. Warung Baca Mata Air	119
2. Universitas Mercu Buana.....	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Jadwal Program Kampanye PR	37
Tabel 4.2. Indikator Keberhasilan Program Kampanye.....	40
Tabel 4.3. Rencana Publikasi.....	41
Tabel 4.4. Anggaran Kegiatan	45
<i>Sumber: Dok. Pribadi</i>	58
Tabel 5.1. Transkrip Video Wawancara Pre-Test Kegiatan	59
Tabel 5.2. <i>Storyline</i> Konten Kampanye PR.....	61
Tabel 5.3. Transkrip Video Wawancara Evaluasi Kegiatan	82
Tabel 5.4. Transkrip Video Wawancara Post-Test	89



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Survey Lokasi Warung Baca Mata Air	11
Gambar 2.2. Kondisi anak-anak Warung Baca Mata Air	12
Gambar 2.3. Kondisi Tempat Warung Baca Mata Air di Kel. Tajur	15
Gambar 2.4. Wawancara bersama RT 02/01 Kel. Tajur	16
Gambar 2.5. Tim bersama anak-anak WBMA, Mamah Ua, dan Pak RT Kel. Tajur	17
Gambar 5.1. Observasi Sekaligus Pendekatan dengan Mitra Kerja sama	55
Gambar 5.2. Logo Tim Prafekho.Eds	56
Gambar 5.3. Instagram Story untuk Promosi Akun Kelompok Prafekho.Eds	57
Gambar 5.4. Video Wawancara Pra-Kegiatan Prafekho x WBMA.....	58
Gambar 5.5. Konsep Video Kampanye PR.....	77
Gambar 5.6. Materi Dasar Pengertian Kampanye PR.....	77
Gambar 5.7. Hasil Poster Kampanye PR yang di upload ke akun Instagram @Prafekho.eds dan @warungbacamataairina.....	79
Gambar 5.8. Hasil Mewarnai Poster Kampanye PR oleh Anak-Anak Warung Baca Mata Air	80
Gambar 5.9. <i>Behind The Scene</i> Pembuatan Video Kampanye PR	80
Gambar 5.10. Video Wawancara untuk Evaluasi Kegiatan Pendampingan Tim Prafekho (Ibu Sisi, Ibu Nurlaila, Aska, Cinta, Nurul, Kiki, Salwa).	81
Gambar 5.11. Video Wawancara Pasca Kegiatan Prafekho x WBMA	88
Gambar 5.12. Bukti Transfer Dukungan Dana dari Pihak Sponsorship (ILUSI, NIBRAS, Kafeign)	102
Gambar 5.13. Instagram @warungbacamataairina Sebelum Kegiatan Pendampingan.....	105
Gambar 5.14. Akun Instagram WBMA Setelah Kegiatan Pendampingan	106
Gambar 5.15. Hasil Video Kampanye PR Anak-Anak WBMA Tentang Edukasi Seks	107
Gambar 5.17. Hasil Video Kampanye PR dari Warung Baca Mata Air Melalui Channel YouTube Pribadi	111
Gambar 5.18. Penyampaian Materi Ketujuh oleh Kak Yohanna dari HopeHelps.UI.....	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Ketua, Anggota, dan Dosen Pendamping	124
Lampiran 2 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	126
Lampiran 3 Surat Pernyataan Kesiediaan dari Mitra Tempat Kegiatan.....	129
Lampiran 4 Denah Detail Lokasi Kegiatan.....	130
Lampiran 5 Dokumentasi.....	131
Lampiran 6 Bahan Presentasi.....	140
Lampiran 7 Desain Spanduk, Banner.....	155
Lampiran 8 Bukti Publikasi Media	158

