



**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DALAM PROGRAM  
KAMPANYE "*SUSTAINABLE LIVING FOR BETTER  
GENERATION*" DI SDN PENGADEGAN 03 JAKARTA  
SELATAN (SEPTEMBER 2024 - JANUARI 2025)**

**LAPORAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

**MUSTIKA WENI PUTRI**

**44220120003**

**MERCU BUANA**

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

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mustika Weni Putri

NIM : 44220120003

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan TAPN : Pengelolaan Media Sosial Dalam Program Kampanye  
"Sustainable Living For Better Generation" di SDN  
Pengadegan 03 Jakarta Selatan (September 2024 - Januari  
2025)

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

Jakarta, 16 Februari 2025

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Mustika Weni Putri

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini diajukan oleh :

Nama : Mustika Weni Putri


NIM : 44220120003

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan TAPN : Pengelolaan Media Sosial Dalam Program Kampanye  
"Sustainable Living For Better Generation" di SDN  
Pengadegan 03 Jakarta Selatan (September 2024 - Januari  
2025)

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


Disahkan oleh :

Pembimbing 1 : Rizky Oktarina Costa M.I.Kom (  )


NIDN : 0324108303

Pembimbing 2 : Syerli Haryati M.I.Kom (  )

NIDN : 0324097102

Ketua Penguji : Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom (  )

NIDN : 0726067701

Penguji Ahli : Dewi Ambarsari, S.Sos., M.I.Kom (  )

NIDN : 0303047803

Jakarta, 16 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi

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

  
MERCU BUANA  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Mustika Weni Putri  
NIM : 44220120003  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan TAPN : Pengelolaan Media Sosial Dalam Program Kampanye "*Sustainable Living For Better Generation*" di SDN Pengadegan 03 Jakarta Selatan (September 2024 – Januari 2025)

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 Tugas Akhir Peduli Negeri saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Februari 2025  
Yang menyatakan



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

( Mustika Weni Putri )

## ABSTRAK

Nama : Mustika Weni Putri  
NIM : 44220120003  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan TAPN : Pengelolaan Media Sosial Program Kampanye “*Sustainable Living For Better Generation*” di SDN Pengadegan 03 Jakarta Selatan (September 2024 – Januari 2025)  
Pembimbing : Rizky Oktarina Costa, M.I.Kom dan Syerli Haryati M.I.Kom

Meningkatnya isu lingkungan dan urgensi gaya hidup berkelanjutan (*sustainable living*) mendorong berbagai organisasi untuk menjalankan kampanye *Public Relations (PR)* yang efektif. Dalam kampanye ini, media memegang peran penting dalam menyebarkan pesan keberlanjutan melalui berbagai platform komunikasi. Tugas Akhir Peduli Negeri ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan siswa serta masyarakat dalam menerapkan gaya hidup berkelanjutan melalui komunikasi digital. Media sosial digunakan sebagai platform utama dalam menyebarkan informasi dan edukasi melalui berbagai jenis konten, seperti infografis, video interaktif, dan dokumentasi kegiatan kampanye. Tugas Akhir Peduli Negeri ini menganalisis pengelolaan media sosial, efektivitas pesan yang disampaikan, serta tingkat interaksi audiens. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis konten dan observasi interaksi di media sosial untuk mengukur dampak kampanye. Hasil Tugas Akhir Peduli Negeri ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan kesadaran lingkungan, memperluas jangkauan pesan kampanye, serta mendorong partisipasi aktif siswa dan masyarakat. Selain itu, keterpaduan antara konten edukatif, interaktif, dan ajakan aksi nyata terbukti lebih menarik perhatian audiens. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi program edukasi serupa dalam mengoptimalkan media sosial sebagai alat komunikasi strategis dalam kampanye lingkungan.

**Kata kunci** : Pengelolaan media instagram, kampanye PR, *sustainable living*, instagram, SDN Pengadegan 03 Jakarta Selatan.

## ABSTRACT

*Name* : Mustika Weni Putri  
*NIM* : 44220120003  
*Study Program* : Public Relations  
*Title* : Social Media Management For The “Sustainable Living For Better Generation” Campaign Program at SDN Pengadegan 03 South Jakarta (September 2024 – January 2025)  
*Counsellor* : Rizky Oktarina Costa, M.I.Kom and Syerli Haryati M.I.Kom

*Increasing environmental issues and the urgency of a sustainable lifestyle encourage various organizations to run effective Public Relations (PR) campaigns. In this campaign, the media plays an important role in disseminating sustainability messages through various communication platforms. This Care for the Country Final Assignment aims to increase awareness and involvement of students and the community in implementing a sustainable lifestyle through digital communication. Social media is used as the main platform for disseminating information and education through various types of content, such as infographics, interactive videos and documentation of campaign activities. This Final Project Care for the Country analyzes social media management, the effectiveness of the messages conveyed, and the level of audience interaction. The research method used is content analysis and observation of interactions on social media to measure the impact of the campaign. The results of this Care for the Country Final Assignment show that effective use of social media can increase environmental awareness, expand the reach of campaign messages, and encourage active participation by students and the community. Apart from that, the combination of educational, interactive content and real calls to action has proven to attract more audience attention. It is hoped that these findings can become a reference for similar educational programs in optimizing social media as a strategic communication tool in environmental campaigns.*

**Keywords** : instagram media management, PR campaigns, sustainable living, instagram, SDN Pengadegan 03 South Jakarta.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, tuhan semesta alam atas limpahan rahmat dan kasih sayang-Nyalah Tugas Akhir Peduli Negeri dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Dalam Program Kampanye *“Sustainable Living For Better Generation”* ini bisa terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam juga tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW, suri tauladan terbaik untuk seluruh manusia, semoga beliau berkenan memberi syafaat bagi kita sekalian di akhirat kelak. Tugas Akhir Peduli Negeri (TAPN) ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi. Melalui tulisan ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan sehingga Tugas Akhir Peduli Negeri ini dapat diselesaikan, di antaranya :

1. Ibu Rizky Oktarina Costa, M.I.Kom dan Ibu Syerli Haryati M.I.Kom selaku dosen pembimbing tugas akhir peduli negeri, terima kasih atas pencerahan dan nasihat serta semangat yang terus ditularkan selama masa bimbingan.
2. Ibu Dewi Sad Tanti, M.I.Kom dan Ibu Dewi Ambarsari, M.I.Kom selaku ketua penguji dan penguji ahli, penulis pada sidang Tugas Akhir Peduli Negeri atas ilmu, masukkan, dan saran yang diberikan.
3. Bapak Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan semangat dan motivasinya kepada penulis.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, serta motivasi kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa dan kebaikan yang telah ibu/bapak lakukan selama menjadi pendidik di Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Ayah Joko Siswanto dan Ibu Turyati selaku kedua orang tua penulis dan keluarga tercinta yang telah mendidik dan mendoakan penulis di setiap harinya, semoga Tugas Akhir Peduli Negeri ini dapat menjadi salah satu pembawa kebahagiaan di hari-hari ayah dan ibu.
7. Kepala Sekolah dan Jajarannya serta Siswa dan Siswi SDN Pengadegan 03 Jakarta Selatan yang telah bersedia menjadi mitra dan telah memberikan perizinan tempat untuk kegiatan acara ini serta membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir Peduli Negeri ini.

8. Teruntuk Ibnu Sasongko, waktu adalah hal yang paling berharga dalam hidup dan orang-orang yang rela mengorbankan waktu mereka untuk orang lain pantas mendapatkan rasa hormat dan terima kasih. Terima kasih atas keterlibatan waktunya yang selalu memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan laporan ini tepat waktu. Tugas Akhir Peduli Negeri ini adalah persembahan saya untukmu.
9. Teman-teman seperjuangan, Nur Firas Sabila Salam dan Andre Mahda Saputra yang selalu memberikan semangat untuk saling bisa menyelesaikan masa studi hingga akhir.
10. Semua pihak yang tak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu, semoga kebaikan kalian mendapatkan ganjaran yang setimpal dan bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila ditemukan kekeliruan dalam Tugas Akhir Peduli Negeri ini. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi perbaikan terhadap Tugas Akhir Peduli Negeri ini, juga demi untuk pijakan bagi mahasiswa lain dalam melakukan Tugas Akhir Peduli Negeri selanjutnya.

Jakarta, 16 Februari 2025

Mustika Weni Putri

U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	10
1.3 Target Luaran .....	10
1.4 Tujuan Kegiatan .....	10
1.5 Manfaat Kegiatan .....	11
1.5.1 Manfaat Akademis .....	11
1.5.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....</b>	<b>12</b>
2.1 Gambaran Umum Masyarakat .....	12
2.2 Struktur Organisasi.....	15
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
3.1 Penelitian Terdahulu.....	17
3.1.1 Rujukan Tugas Akhir Peduli Negeri .....	17
3.1.2 Rujukan <i>Best Practice</i> .....	18
3.2 Landasan Teori .....	19
3.2.1 <i>Public Relation</i> .....	19
3.2.2 Kampanye PR .....	20

3.2.3 Konsep Komunikasi Digital.....	21
3.2.4 Media Sosial.....	22
3.2.5 Media Sosial Instagram.....	23
3.2.6 Instagram Sebagai Media Publikasi dan Kampanye.....	25
3.2.7 Mata Kuliah Penunjang TAPN.....	27
<b>BAB IV METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Teknik/Tata Cara Pelaksanaan .....	30
4.2 Tahapan Kegiatan .....	30
4.3 Teknik Komunikasi .....	35
4.4 Bentuk Kegiatan dalam Mencapai Tujuan Kegiatan.....	37
4.5 Anggaran .....	38
4.6 Jadwal Kegiatan .....	40
<b>BAB V.....</b>	<b>45</b>
<b>HASIL YANG DI CAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN.....</b>	<b>45</b>
5.1 Teknik Komunikasi .....	45
5.1.1 Isi.....	45
5.1.2 <i>Management</i> Media, Media Kegiatan dan Publikasi .....	46
5.1.3 Cara Komunikasi.....	63
5.2 Gambaran Tahap-Tahap Pelaksanaan.....	64
5.2.1 Pra Pelaksanaan Kampanye .....	64
5.2.2 Pelaksanaan Kegiatan Kampanye .....	66
5.2.3 Pasca Kampanye .....	68
5.3 Hasil Kegiatan.....	69
5.4 Partisipasi Peserta.....	76
5.5 Analisis Kegiatan .....	77
5.6 Kendala .....	86
5.7 Potensi Keberlanjutan .....	87
<b>BAB VI.....</b>	<b>88</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
6.1 Kesimpulan .....	88
6.2 Saran.....	89
6.2.1 Saran Bagi SDN Pengadegan 03 Jakarta Selatan.....	89

6.2.2 Saran Bagi Tim TAPN Berikutnya.....	90
6.2.3 Saran Bagi Universitas Mercu Buana .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>
Lampiran 1. Biodata Ketua, Anggota, Dosen Pembimbing.....	93
Lampiran 2. Anggaran Kegiatan .....	95
Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas.....	97
Lampiran 4. Surat Kesediaan Sebagai Mitra.....	100
Lampiran 5. Denah Detail Lokasi Kegiatan.....	101
Lampiran 6. Dokumentasi.....	102
Lampiran 7. Bahan Presentasi Untuk Kerjasama Media .....	104
Lampiran 8. <i>Design</i> Media Cetak Promosi.....	105
Lampiran 9. Bukti Publikasi di Media .....	107
Lampiran 10. <i>Curriculum Vitae</i> .....	117
Lampiran 11. Pernyataan Similarity Check .....	118
Lampiran 12. Hasil Turnitin.....	119

  
 UNIVERSITAS  
 MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

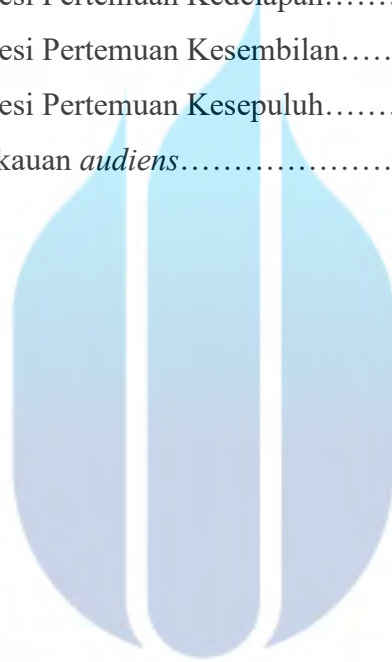
Tabel 1.1	: Target Luaran Boomijo.....	10
Tabel 3.1	: Rujukan TAPN.....	17
Tabel 3.2	: Rujukan <i>Best Practice</i> .....	18
Tabel 3.3	: Relevansi mata kuliah TAPN.....	27
Tabel 4.1	: Tahapan Kegiatan Media.....	32
Tabel 4.2	: Potensial Media Partner.....	33
Tabel 4.3	: Pemasukan Anggaran Kampanye Boomijo.....	38
Tabel 4.4	: Pengeluaran Anggaran Media Publikasi dan Dokumentasi.....	39
Tabel 4.5	: Pengeluaran Anggaran Peralatan dan Teknis.....	39
Tabel 4.6	: <i>Timetable</i> Media.....	40
Tabel 4.7	: <i>Timetable</i> konten bulan September 2024.....	40
Tabel 4.8	: <i>Timetable</i> konten bulan Oktober 2024.....	41
Tabel 4.9	: <i>Timetable</i> konten bulan November 2024.....	43

U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: 17 Pilar SDG.....	4
Gambar 1.2	: Perizinan dan Pra Wawancara.....	6
Gambar 1.3	: Sampah yang berserakan.....	7
Gambar 1.4	: Logo boomijo.....	7
Gambar 2.1	: Area halaman sekolah.....	12
Gambar 2.2	: Sampah yang tidak dipilah.....	13
Gambar 2.3	: Struktur Organisasi.....	15
Gambar 5.1.1	: Dokumentasi laporan di WA.....	47
Gambar 5.1.2	: Dokumentasi laporan di ig.....	47
Gambar 5.2.1.1	: Filosofi Logo Boomijo.....	64
Gambar 5.2.2.2	: Design yang dibuat penulis.....	65
Gambar 5.2.2.3	: Proposal Media Partner.....	66
Gambar 5.2.2.4	: Design Konten Instagram.....	67
Gambar 5.2.2.5	: Hasil Publikasi Laporan.....	67
Gambar 5.2.3.1	: Publikasi <i>press release</i> .....	68
Gambar 5.2.3.2	: Monitoring Instagram.....	69
Gambar 5.3.1	: Pertemuan Pertama.....	69
Gambar 5.3.2	: Pertemuan Kedua.....	70
Gambar 5.3.3	: Pertemuan Ketiga.....	71
Gambar 5.3.4	: Pertemuan Keempat.....	71
Gambar 5.3.5	: Pertemuan Kelima.....	72
Gambar 5.3.6	: Pertemuan Keenam.....	73
Gambar 5.3.7	: Pertemuan Ketujuh.....	73
Gambar 5.3.8	: Pertemuan Kedelapan.....	74
Gambar 5.3.9	: Pertemuan Kesembilan.....	75
Gambar 5.3.10	: Pertemuan Kesepuluh.....	75
Gambar 5.4	: Absensi Peserta.....	76
Gambar 5.5.1	: Impresi Pertemuan Pertama.....	77

Gambar 5.5.2	: Impresi Pertemuan Kedua.....	78
Gambar 5.5.3	: Impresi Pertemuan Ketiga.....	79
Gambar 5.5.4	: Impresi Pertemuan Keempat.....	79
Gambar 5.5.5	: Impresi Pertemuan Kelima.....	80
Gambar 5.5.6	: Impresi Pertemuan Keenam.....	81
Gambar 5.5.7	: Impresi Pertemuan Ketujuh.....	81
Gambar 5.5.8	: Impresi Pertemuan Kedelapan.....	82
Gambar 5.5.9	: Impresi Pertemuan Kesembilan.....	83
Gambar 5.5.10	: Impresi Pertemuan Kesepuluh.....	84
Gambar 5.5.11	: Jangkauan <i>audiens</i> .....	85



U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA