

**Semarang Ragam Inspirasi Dalam Memperingati Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020 (Talkshow, Ragam Lomba Anak, Pentas Seni Daring, Webinar, Konser Amal, Donasi) Sebagai Koordinator Acara, Koordinator Media Partner Dan Bendahara**

Sarah Arista Sukmawati, Djoko Setyabudi  
[saraharista07.sa@gmail.com](mailto:saraharista07.sa@gmail.com)

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407  
Faksimile (024)7465405 Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

**ABSTRACT**

National Children's Day is the day the rights of Indonesian children are fulfilled, both for children who are in Indonesia and for children who are outside Indonesia. Every year the commemoration of National Children's Day is held through various activities for children. All national groups, both from the government and the private sector, participate in commemorating National Children's Day starting from the Central, Provincial, to all Regencies / Cities.

In this case, Indonesia is currently experiencing a Covid-19 pandemic which has an impact on all community activities to develop. One of them is Semarang City, which is to commemorate National Children's Day 2020, the City of Semarang in particular the Semarang City Women Empowerment and Child Protection Service (DP3A) as the implementing committee is collaborating with the Semarang City Social Service to make National Children's Day successful in Semarang City during this pandemic. The purpose of holding this event is to provide educational information communication to the public about new normal in a pandemic situations and to reduce parental concerns about children while at home and provide a platform for children to show off their creativity while at home.

There are 6 activities namely Talkshow, Variety of Children's Contest, Online Art Performance, Webinar, Charity Concert, Donation. These activities will be carried out online

and offline but still adhere to health protocols. The series of activities began on July 14, 2002 to August 18, 2020. After being held at that time there were more than 800 students who took part in the art show, from the previous target of 300 students, there were 15 media partners who were among the 10 determined targets, reaching the presence of resource persons. for talk shows and webinars, reaching 150 participants, and for donations reaching Rp. 14.954,250 from the previous target of Rp. 5,000,000 which is given in the form of goods and is assisted in its distribution by the Semarang City Social Service.

**Keywords:** *HAN Kota Semarang, Online and Offline Event, Event Management*

### ABSTRAK

Hari Anak Nasional merupakan hari terpenuhinya hak anak Indonesia, baik untuk anak-anak yang berada di Indonesia maupun anak-anak yang berada di Luar Indonesia. 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.

Dalam hal ini, Indonesia saat ini sedang mengalami pandemi Covid-19 yang berdampak pada semua aktivitas kegiatan masyarakat untuk dibatasi. Salah satunya Kota Semarang yaitu dalam memperingati Hari Anak Nasional 2020, Kota Semarang khususnya 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. Tujuan diadakan acara ini untuk memberikan Komunikasi Informasi Edukasi kepada masyarakat mengenai budaya baru / new normal di masa pandemi seperti sekarang serta untuk mengurangi kekhawatiran orangtua terhadap anak selama dirumah dan memberikan wadah kepada anak-anak untuk menyalurkan kreatifitas mereka selama dirumah.

Terdapat 6 kegiatan yaitu Talkshow, Ragam Lomba Anak, Pentas Seni Daring, Webinar, Konser Amal, Penyerahan Donasi. Kegiatan tersebut akan dilaksanakan secara online dan offline namun tetap mematuhi protokol kesehatan. Serangkaian kegiatan tersebut dimulai pada tanggal 14 Juli 2002 hingga 18 Agustus 2020. Setelah diadakan pada tanggal tersebut terdapat lebih dari 800 siswa yang mengikuti pentas seni daring dari target sebelumnya 300

siswa, terdapat 15 media partner yang bekerjasama dari 10 target yang ditentukan, tercapainya kehadiran narasumber untuk talkshow dan juga webinar, untuk lomba berhasil mencapai 150 peserta, dan untuk donasi tercapai Rp. 14.954.250 dari target sebelumnya Rp. 5.000.000 yang diberikan dalam bentuk barang serta dalam penyalurannya dibantu oleh Dinas Sosial Kota Semarang.

**Kata Kunci : HAN Kota Semarang, Online and Offline Event, Event Management**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

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.

Dampak negatif dari adanya kekerasan verbal ataupun non verbal 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.

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.

Maka dari itu, sejak adanya pandemi Covid-19 Pemerintah mengeluarkan kebijakan baru yaitu (*New Normal*) 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.

Dengan adanya kebijakan tersebut, maka Hari Anak Nasional tahun ini akan diselenggarakan secara *online*, dikarenakan adanya kondisi yang pada saat ini sedang mengalami pandemi Covid-19. Kebijakan Pemerintah yang mengencangkan 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.

## **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.*

## **Tinjauan Pustaka**

### **- 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.

### **- Komunikasi Persuasi**

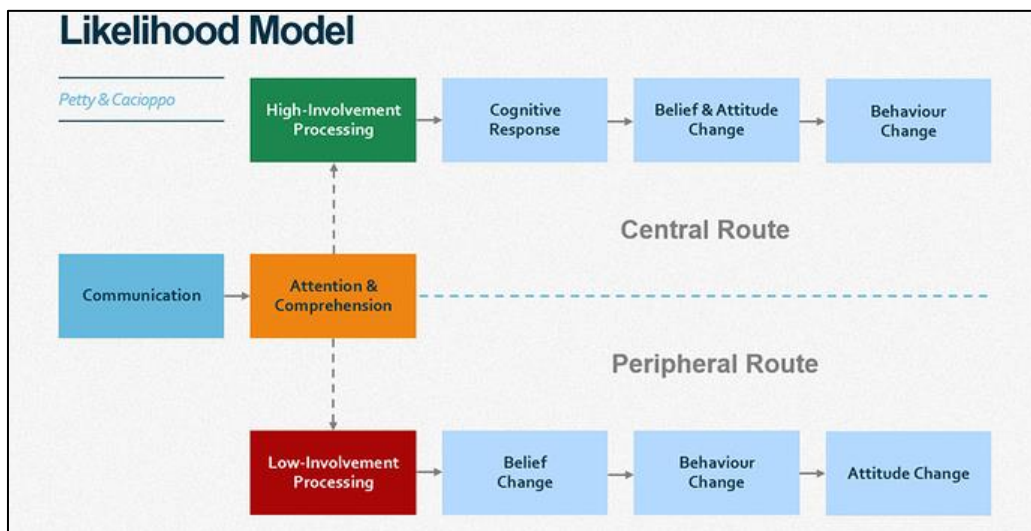
Komunikasi Persuasif dilakukan untuk mengajak seseorang agar mengubah perilaku mereka sesuai dengan apa yang diinginkan dari komunikator. Menurut Simon (1976) dalam Dainton dan Zelle (2004: 104) mengartikan persuasi adalah sebagai berikut: *Persuasion is typically defined as “human communication that is designed to influence others by modifying their beliefs, values, or attitudes”* Teori Persuasi memiliki 4 model yaitu: *Social Judgment Theory, Elaboration likelihood*

model, *Cognitive Dissonance Theory*, dan *Narrative Paradigm*. Dua dari teori pertama yakni, *Social Judgment Theory* dan *Elaboration likelihood model* teori ini mengatakan bahwa komunikator akan melakukan komunikasi secara persuasif dan harus memperhatikan *target audience* sebelum menyusun pesan.

Dalam pengaplikasian teori di *event* kami, kami berfokus pada *Elaboration Likelihood* teori. Teori Kemungkinan Elaborasi adalah kemampuan individu untuk berpikir lebih kritis tergantung bagaimana dan seberapa besar ketertarikan mereka terhadap hal-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 Likelihood Model*



**1. Central / Terpusat :**

Bagaimana penerima secara kritis menerima pesan dengan pendapat yang rasional. Contoh kasusnya adalah seperti, penjaga lapangan futsal sangat prihatin dengan kondisi rumput sintesis di lapangan futsal tempat dia bekerja, maka ketika sebuah iklan produk baru keluar untuk merawat rumput sintensis dilapangan futsal, lalu ia mendapat perhatian, ia akan menganalisis isi pesan dan apa artinya untuk dia supaya rumput menjadi lebih enak untuk bertanding.

**2. Peripheral :**

Bagaimana komunikasi tidak berpikir secara kognitif untuk menganalisis isi pesan dan memproses informasi dari pesan tersebut. Contoh kasusnya yaitu iklan mengenai menjaga kebersihan lingkungan dengan tidak mencemari lingkungan dengan sampah akan lebih diperhatikan dengan menggunakan aktris atau *public figure* tertentu.

## **Segmentasi**

- **Primer**

1. Demografis : Anak laki – laki dan perempuan  
Usia 9 – 18 Tahun
2. Geografis : Berdomisili di Semarang
3. Psikografi : - Pengguna aktif media sosial  
- Menyukai hal-hal baru

- **Sekunder**

1. Demografis : Laki – Laki dan Perempuan  
Usia 20 - 60 tahun
2. Geografis : Masyarakat Kota Semarang
3. Psikografi : - Pengguna aktif Media sosial  
- Perduki mengenai isu sosial  
- Pengguna Aktif internet

## **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, Konser Amal 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.

# **PEMBAHASAN**

## **1. Koordinator Acara (Pentas Seni Daring, Konser Amal dan Donasi)**

Pada pelaksanaan acara HAN Kota Semarang, Koordinator Acara Pentas Seni Daring, Konser Amal dan Penyerahan Donasi bertanggung jawab atas seluruh konsep dan

konten dari acara yang dibuat, menjalankan *rundown*, dan bertanggungjawab atas pengisi acara.

Tugas yang berhasil dilaksanakan oleh Koordinator Acara adalah:

- a. Mendata peserta, pengisi acara dan tamu undangan pada acara
- b. Membuat *rundown* acara Pentas Seni Daring, Konser Amal dan Penyerahan Donasi
- c. Membuat surat kerjasama dan surat pernyataan kepada pengisi acara serta donatur
- d. Menyebarkan undangan pada peserta, tamu undangan dan pengisi acara pada acara Pentas Seni Daring dan Penyerahan Donasi
- e. Menindaklanjuti peserta, tamu dan donatur pada acara Pentas Seni Daring, Penyerahan Donasi dan Konser Amal
- f. Pembayaran pada pengisi acara Pentas Seni Daring dan Konser Amal
- g. Gladi bersih acara Pentas Seni Daring dan Penyerahan Donasi serta Uji Coba Link untuk acara Konser Amal
- h. Mendata dan mengumpulkan keperluan pengisi acara
- i. Memastikan acara Pentas Seni Daring, Konser Amal dan Penyerahan Donasi berjalan lancar tanpa ada kendala dengan berhasil mengajak 3 *influencers* yaitu Nicholas Saputra, The Overtunes dan Soegi Bornean. Dalam Pentas Seni Daring berhasil mendapatkan lebih dari 1000 peserta dan dalam konser amal diikuti oleh lebih dari 200 penonton serta dalam donasi berhasil mengumpulkan sebesar Rp14.954.250 yang diberikan dalam bentuk barang.

## **2. Koordinator Media Partner**

Koordinator media partner tugas utamanya yaitu meng-*handle* publikasi media partner SERASI berjalan sesuai dengan *timeline* dan sesuai dengan partner media yang bekerjasama dengan SERASI untuk mempublikasikan acara Hari Anak Nasional Kota Semarang. Koordinator media partner berhasil untuk:

- a. Mendata media partner (*engagement*)
- b. Membuat surat perjanjian dan pernyataan kerjasama
- c. Membuat jadwal media partner
- d. Mengkoordinasi konten media partner (*caption, press release, video promosi kegiatan dan adlibs untuk radio*)
- e. Berhasil mendapatkan media partner sebanyak 15 media untuk diajak kerjasama
- f. Memastikan media partner publikasi sesuai *timeline*



### **3. Bendahara**

- a. Membuat rancangan anggaran biaya
- b. Mengatur pemasukan dan pengeluaran selama acara berlangsung
- c. Mendapatkan keuntungan acara sebesar Rp 9.220.799 yang berasal dari *merchandise*, Pemerintah Kota Semarang, dan beberapa sponsor yang berhasil didapat oleh koordinator *sponsorship*.

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN**

Acara Hari Anak Nasional Kota Semarang yang dilaksanakan bersama dengan *team* karya bidang dan pihak Pemkot Semarang telah berhasil dilaksanakan dalam kurun waktu kurang lebih 37 hari mulai dari tanggal 13 Juli hingga 18 Agustus 2020 yang mana dilaksanakan secara *offline* dan *online*. Kegiatan *online* dilaksanakan melalui *Youtube* Pemkot Semarang, *Zoom Meeting* Pemkot Semarang dan *Zoom Meeting* DP3A Kota Semarang selain itu juga melalui *platform live streaming online* Locket.com dan juga melalui aplikasi Go-Play. Acara *offline* juga dilaksanakan di Sitroom Balaikota Semarang dan Gedung Pramuka Kota Semarang.

Di awal perencanaan acara Hari Anak Kota Semarang pada donasi menargetkan 5 juta dan ternyata melebihi target yaitu sebesar lebih dari 10 juta rupiah. Selain itu, media partner yang ditargetkan 10 media juga melebihi target dengan mendapatkan lebih dari sepuluh. Namun untuk pencapaian target tiket konser amal tidak dapat mencapai jumlah 350 tiket dan hanya berhasil menjual sekitar 200 tiket saja dikarenakan banyaknya kendala pada saat penjualan tiket.

Target yang dibuat telah dicapai meskipun ada beberapa target yang memang kurang tercapai dikarenakan satu dan dua kendala yang tidak dapat di *handle* oleh Penulis serta *team* karya bidang. Beberapa kendala yang terjadi selama acara berlangsung berhasil ditangani oleh Penulis yang mana dibantu juga dengan banyak pihak termasuk pihak Pemkot Semarang di dalamnya. Dalam pelaksanaannya Penulis mendapatkan kesempatan yang luar biasa dalam

turut serta di acara Hari Anak Kota Semarang dikarenakan dapat secara langsung bekerja dan membantu acara Pemerintah Kota Semarang

## **SARAN**

Berikut beberapa saran yang akan Penulis sampaikan untuk pihak-pihak yang akan melaksanakan acara serupa dikemudian hari:

- a. Dalam proses mengundang bintang tamu atau pengisi acara atau narasumber lebih baik dilaksanakan jauh – jauh hari minimal 2-4 minggu sebelum acara agar dapat melihat dan menyamakan jadwal dengan acara yang akan berlangsung.
- b. Mempersiapkan tempat atau gedung yang akan disewa satu bulan sebelum acara dilaksanakan sehingga tidak didahului oleh pihak lain yang akan menyewa.
- c. Melihat *engagement* dari media partner yang akan diajak kerjasama sebagai acuan promosi acara yang akan dipromosikan oleh media terkait.
- d. Apabila akan bekerjasama dengan media partner, usahakan untuk terus melakukan kontak dan berdiskusi mengenai *benefit* dan kebutuhan apa saja, sehingga keuntungan dan kebutuhan kedua belah pihak bisa saling dipenuhi.
- e. Untuk melaksanakan kegiatan secara *online* dipastikan untuk jaringan dan media untuk *online event* sudah disiapkan sebelumnya seperti kabel LAN, laptop, modem dan sinyal yang kuat agar tidak terjadi macet pada saat sedang *event* berlangsung.

## **DAFTAR REFERENSI**

Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting To Be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- C, Botan. 2006. *Public Relations Theory II*. New York: Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum Associates
- Dainton, Marianne dan Elaine D. Zolley. *Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004.
- Habibi, Andrian. 2020. Normal Baru Pasca Covid-19. 'Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan Volume 4 Nomor 1 (2020).
- Handoko, Daniel dkk. 2017. *Komunikasi Persuasif Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi Tentang Edukasi Kanker*. Jurnal Communication VIII, Nomor 2
- Littlejohn, Stephen W and Karen, A Foss. 2008. *Theories of Human Communication*. Ninth Edition. (Belmont, CA : Thomson Wadsworth).
- Masterman, Guy dan Emma H. Wood. 2005. *Innovative Marketing Communications: Strategies for the Events Industry*. Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak RI. Pedoman Pelaksanaan Hari Anak Nasional 2020.  
<https://www.dropbox.com/s/nfogzw6dw0ia4wg/PANDUAN%20HAN%20TAHUN%202020.pdf?dl=0>) diakses pada 14 Desember 2020.