

**SEMARANG RAGAM INSPIRASI DALAM MEMPERINGATI HARI ANAK
NASIONAL KOTA SEMARANG 2020 (TALKSHOW, RAGAM LOMBA ANAK,
PENTAS SENI DARING, WEBINAR, KONSER AMAL, DONASI) SEBAGAI
MANAJER KREATIF DAN KOORDINATOR LOMBA**

Laila Prativa Myranti, Dr. Adi Nugroho, M.Si.
lailaprativa27@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 residing in Indonesia and for children outside Indonesia. So that children in Indonesia get the same and broadest opportunity to be able to express themselves in positive activities.

This year's National Children's Day will be held online, due to conditions that are currently experiencing the Covid-19 pandemic. Semarang City has also participated in celebrating National Children's Day by holding a series of activities in the form of talk shows, competitions, webinars, online art performances, charity concerts, and donation submissions. The theme of this event was "Being Great with the New Generation". We hoped that with the implementation of HAN 2020 the City of Semarang can provide education to children and parents about new cultures that must always be applied such as using masks, washing hands, behaving clean and healthy and can provide a forum for creativity and development for children while they have to stay at home.

In a series of activities at the Semarang City 2020 National Children's Day Commemoration, the creative manager is responsible for all the creative outputs needed during the event, which in this case is related to design, documentation, and publication. In addition, the competition coordinator is responsible for arranging and ensuring that the competition can run smoothly and can still deliver the Semarang City National Children's Day 2020 theme campaign even though it is carried out with an online system.

The commemoration of the National Children's Day for Semarang City 2020 which was held on July 13 to August 18 2020 managed to achieve the target of 432 competition participants, successfully held 6 talkshows and collaborated with local television and radio, the webinar reached the target of 555 participants, donations collected amounting to Rp. 14,954,250, online art performances attended by more than 500 participants and can bring influencers and speakers who are experts in their fields.

Keyword : National Children's Day, new normal, online event.

ABSTRAK

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.

Hari Anak Nasional tahun ini akan diselenggarakan secara *online*, dikarenakan adanya kondisi yang pada saat ini sedang mengalami pandemi Covid-19. Kota Semarang pun juga turut memeriahkan peringatan Hari Anak Nasional dengan mengadakan serangkaian kegiatan berupa talkshow, lomba, webinar, pentas seni daring, konser amal, dan penyerahan donasi. Tema yang diambil yaitu "Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru". 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.

Dalam rangkaian kegiatan yang ada pada Peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 ini, *creative manager* bertanggungjawab atas segala kreatif *output* yang dibutuhkan selama acara berlangsung yang mana dalam hal ini berkaitan dengan desain, dokumentasi, dan publikasi. Selain itu, koordinator lomba bertanggungjawab mengatur dan memastikan bahwa lomba dapat berjalan secara lancar dan tetap dapat menyampaikan kampanye tema Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 meskipun dilaksanakan dengan sistem *online*.

Peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020 yang diadakan pada 13 Juli sampai dengan 18 Agustus 2020 ini berhasil mencapai target 432 peserta lomba, berhasil melaksanakan talkshow sebanyak 6 kali dan bekerjasama dengan media televisi dan radio lokal, webinar mencapai target 555 peserta, donasi terkumpul sejumlah Rp 14.954.250, pentas seni daring dihadiri lebih dari 500 peserta dan dapat menghadirkan influencer serta pembicara yang ahli dalam bidangnya.

Kata Kunci : Hari Anak Nasional, budaya baru, acara daring.

PENDAHULUAN

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 dirumah.

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.

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*.

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.

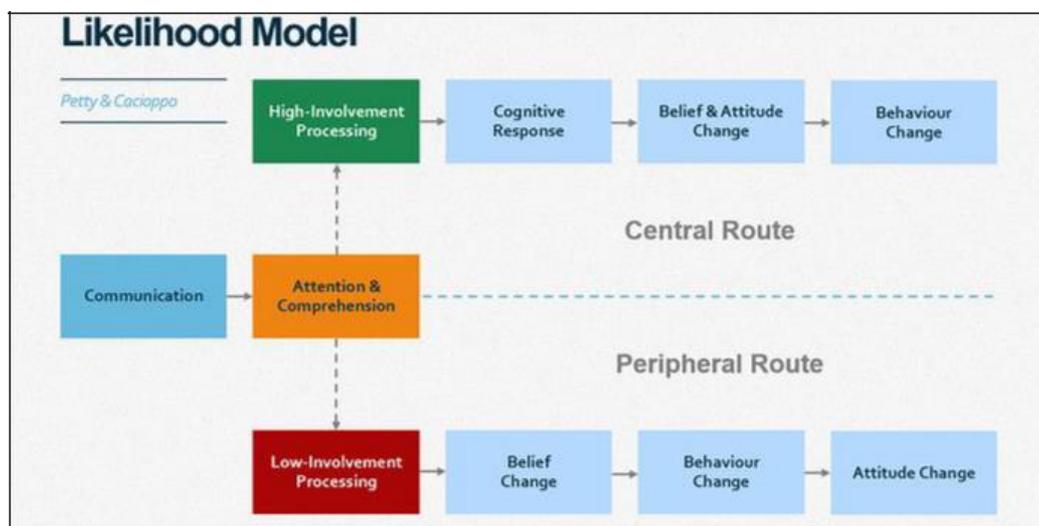
TINJAUAN PUSTAKA

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: Persuasionis defined as “human communication that is designed to influence others by modifying their beliefs, values, or attitudes”.

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 1. 1 Likelihood Model



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
3. Psikografi : - Pengguna aktif Media sosial
- Perduli 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 *creative output* yang dibutuhkan selama acara berlangsung yang mana dalam hal ini berkaitan dengan desain, dokumentasi, dan publikasi.

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. Manajer Kreatif

Pada pelaksanaan acara HAN Kota Semarang, Manajer Kreatif bertanggung jawab dalam menentukan konsep desain seperti tema, ilustrasi, dan warna yang digunakan untuk logo serta konten dan bertanggung jawab atas semua yang berhubungan dengan keseluruhan dokumentasi dan publikasi selama rangkaian acara Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020.

Tugas yang berhasil dilaksanakan oleh Manajer Kreatif adalah:

- a. Membuat *creative brief*
- b. Mengajukan konsep desain pada klien terutama logo dan poster utama
- c. Menindaklanjuti pembuatan desain *merchandise* HAN Semarang 2020
- d. Menindaklanjuti pembuatan poster *talkshow*
- e. Menindaklanjuti pembuatan poster lomba
- f. Menindaklanjuti pembuatan poster *webinar*
- g. Menindaklanjuti pembuatan poster pentas seni daring

- h. Menindaklanjuti pembuatan poster konser amal dan penyerahan donasi
- i. Membuat media sosial untuk publikasi Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020
- j. Meningkatkan *followers* dan *engagement* media sosial @serasi.2020
- k. Membuat konten publikasi Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020
- l. Membuat timeline publikasi konten HAN Semarang 2020 di akun @serasi.2020
- m. Membuat video *teaser* dan *after event* HAN Kota Semarang 2020
- n. Mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020

2. Koordinator Lomba

Tugas utama Koordinator Lomba yaitu mengatur dan memastikan bahwa lomba dapat berjalan secara lancar meskipun dilaksanakan dengan sistem *online* dan tetap dapat menyampaikan kampanye tema Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 yakni Menjadi Hebat Bersama Generasi Baru. Koordinator lomba berhasil untuk:

- a. Menentukan jenis lomba yang akan diadakan
- b. Bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang
- c. Mengajak berbagai pihak profesional dan kompeten untuk menjadi juri lomba
- d. Menentukan timeline pelaksanaan lomba
- e. Membuat petunjuk teknis lomba
- f. Berhasil menggaet sebanyak 432 peserta lomba
- g. Mendapatkan sponsorship dan donasi untuk hadiah pemenang lomba
- h. Mengkoordinasi peserta lomba via online

TARGET PENCAPAIAN

Berdasarkan target yang telah dibuat, target yang telah tim karbid baik secara kelompok maupun individu sudah berhasil untuk didapatkan walaupun tidak terlepas dari adanya hal-hal yang juga tidak dapat terealisasi dengan beberapa alasan. Berikut rangkuman pencapaian yang berhasil didapatkan berdasarkan objektif dan evaluasi yang sudah dibuat :

- 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 pengikut dalam 1 bulan
- Bekerjasama dengan Dinas Pendidikan untuk mengajak sekolah di Kota Semarang dalam partisipasi 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

PENUTUP

KESIMPULAN

Peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 telah berhasil dilaksanakan selama kurang lebih 37 hari sejak tanggal 13 Juli sampai dengan 18 Agustus 2020. Acara peringatan HAN tahun ini diadakan secara *offline* dan *online* mengingat kondisi pandemi *Covid-19* yang masih tinggi di Kota Semarang. Tim Karya Bidang Serasi bersama klien kami, yakni Pemerintah Kota Semarang melalui Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Semarang membuat serangkaian kegiatan dalam rangka peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 yakni, Lomba Anak, Talkshow, Webinar, Konser Amal, dan Acara Penyerahan Donasi. Kegiatan *offline* dilaksanakan selama dua kali yakni pada Acara Puncak Peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 yang berlangsung pada 23 Juli 2020 di *Situation Room* Balai Kota Semarang dan kegiatan kedua yakni Acara Penyerahan Donasi dan Hadiah Lomba yang berlangsung pada 18 Agustus 2020 di Gedung Dekranasda dan Pramuka Jateng Semarang. Sedangkan kegiatan lainnya seperti talkshow berlangsung di stasiun radio, televisi, dan *live Instagram* untuk stasiun radio yang belum membuka kantornya karena pandemi. Webinar sendiri dilaksanakan secara *online* melalui *Zoom Meeting* DP3A Kota

Semarang, begitupula dengan lomba. Sedangkan konser amal berlangsung secara *online* melalui *platform* Locket.com dan Go-Play.

Dalam karya bidang ini, penulis bertanggungjawab sebagai koordinator lomba dan manajer kreatif. Lomba anak dalam rangka Hari Anak Nasional Kota Semarang Tahun 2020 dimulai dengan pendaftaran pada tanggal 13 Juli dan berakhir pada 11 September 2020 ketika pemberian piala dan piagam penghargaan pemenang lomba. Lomba terdiri dari enam jenis dan terbagi dalam dua kategori yakni, kategori usia 8-12 tahun dan 13-18 tahun. Jenis lomba itu sendiri ada Lomba Menggambar dan Mewarnai, Lomba Menghias Masker, Lomba Video 6 Langkah Cuci Tangan, Lomba Menulis Reportase, Lomba Desain Konten *Instagram*, dan Lomba Videografi. Lomba-lomba tersebut diadakan secara *online* sepenuhnya berbeda dengan beberapa kegiatan di dalam rangkaian peringatan HAN Kota Semarang Tahun 2020 seperti acara puncak dan acara penyerahan donasi. Hanya saja, salah satu mata lomba yakni Lomba Menggambar dan Mewarnai diadakan secara *Live* melalui *Zoom Meeting* karena proses pengerjaan merupakan salah satu aspek penilaian.

Manajer kreatif sendiri mencakup hal desain, publikasi, dan dokumentasi. Penulis bertanggungjawab untuk melakukan pekerjaan tersebut di tiap kegiatan dalam rangkaian Peringatan Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020.

Target yang dibuat telah berhasil dicapai meskipun terdapat beberapa kendala dalam proses pelaksanaannya, namun telah berhasil ditangani oleh penulis serta panitia Serasi lainnya dan dibantu oleh Pemerintah Kota Semarang. Dalam pelaksanaannya penulis mendapatkan kesempatan yang luar biasa dalam turut serta pada *event* Hari Anak Nasional Kota Semarang dikarenakan dapat secara langsung bekerja dan membantu acara Pemerintah Kota Semarang sendiri.

SARAN

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

- a. Dalam proses diskusi dan koordinasi dengan klien, lebih baik bertanya dan mencatat hal serinci dan sedetail mungkin agar tidak terjadi kesalahan dan meminimalisir revisi yang terlalu banyak dalam proses pengerjaannya.
- b. Apabila keperluan desain membutuhkan persetujuan dari pihak klien, lebih baik segera diajukan untuk menghemat waktu dan memperlancar publikasi dan proses pembuatan desain selanjutnya.
- c. Apabila dilakukan gladi resik pada sebuah event, tim dokumentasi juga harus ikut serta untuk mengetahui spot mana saja yang menjadi tempat utama acara itu berlangsung.
- d. Berkaitan dengan publikasi, ketika ingin mempublikasikan sebuah konten lebih baik mempersiapkan *caption* terlebih dahulu untuk meminimalisir keterlambatan upload karena *caption* yang belum dibuat.
- e. Berkaitan dengan lomba, ketika membuat petunjuk teknis baik itu untuk didiskusikan dengan juri maupun ditujukan untuk peserta, harus dipaparkan dengan detail dan sejelas mungkin untuk menghindari salah tafsir dan kesalahpahaman di kemudian hari.

DAFTAR REFERENSI

Dainton, Marianne dan Elaine D. Zelle. Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004.

Littlejohn, Stephen W and Karen, A Foss. 2008. Theories of Human Communication. Ninth Edition. (Belmont, CA : Thomson Wadsworth).

Luturlean, Bachruddin Saleh, dkk. 2019. Strategi Bisnis Pariwisata. Humaniora: Bandung.

- Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting To Be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suranto. 2019. *Inovasi Manajemen Pendidikan Di Sekolah Kiat Jitu Mewujudkan Sekolah Nyaman Belajar*. Surakarta: CVKekata Group.
- C, Botan. 2006. *Public relations Theory*. New York: Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum Associates
- Ilene, Victoria. 2020. *Webinar Secret*. North Las Vegas: The Galaxy Group Publishing
- Agung, Silih. 2011. *Political branding & public relations: saatnya kampanye sehat, hemat, dan bermartabat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Tegar, Ade Bagus. 2020. *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian Dengan Perilaku Petani Jahe*. Bali : Nilacakra, Publishing House
- Masterman, Guy dan Emma H. Wood. 2005. *Innovative Marketing Communications : Strategies for the Events Industry*. Oxford : Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Megananda, Yudhi dan Johannes Ariffin. 2009. *Langkah Jitu Membangun Bisnis Event Organizer*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Sihombing, Danton. 2015. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Smith, Paul R dan Ze Zook. 2011. *Marketing Communication : Integrating Offline and Online with Social Media*. London : Kogan Page.

Khotimah, Putriana Chusnul dkk. 2020. Pengaruh Hasil Belajar Mata Pelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Di Smk Negeri 7 Jember (Studi Kasus Pada Kelas Xii Program Keahlian Multimedia Semester Gasal Tahun Ajaran 2019/2020). Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 14, No.2.

Susanto, Teguh Tri dkk. 2018. Penggunaan Spanduk dan Brosur Sebagai Bahan Penunjang Media Publikasi Kegiatan (Studi Pada Ibu-Ibu Pengurus Yayasan Uswatun Hasanah, Pancoran Mas Depok Jawa Barat). Jurnal Abdimas BSI, Vol. 1, No. 3.

Handoko, Daniel dkk. 2017. Komunikasi Persuasif Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi Tentang Edukasi Kanker. Jurnal Communication VIII, Nomor 2.

Muhsin, Kalida. 2004. Fundraising dalam Studi Pengembangan Lembaga Kemasyarakatan. Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama, Vol. V, No. 2.148- 160.

Nurhayati, Afita. 2012. Peran The Public relations Mix dalam Membangun Komunikasi yang Efektif. Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan, Vol. XV, 1.

Fajaraditya, Anom I Nyoman. 2020. Membangun Bali. Jurnal Bali, Vol. 1, No. 1

Valerisha, Anggia, Marshall Adi Putra. 2020. Pandemi Global COVID-19 dan Problematika Negara-Bangsa: Transparansi Data Sebagai Vaksin Socio-digital?. Jurnal Hubungan Internasional, Vol. I, 2.

Habibi, Andrian. 2020. Normal Baru Pasca Covid-19. 'Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan Volume 4 Nomor 1 (2020).

KemenPPPA : Pedoman Pelaksanaan Peringatan Hari Anak Nasional Tahun 2020

<https://www.dropbox.com/s/nfogzw6dw0ia4wg/PANDUAN%20HAN%20TAHUN%202020.pdf?dl=0>

Portal Informasi Indonesia. 2020. Mengenal Konsep New normal

<https://indonesia.go.id/ragam/komoditas/ekonomi/mengenal-konsep-new-normal>

diakses pada 18 Juni 2020.

Vaksin Covid-19 Belum Ditemukan, Pemerintah Siapkan Skenario New normal

<https://www.kemkes.go.id/article/view/20052900001/vaksin-covid-19-belum-ditemukan-pemerintah-siapkan-skenario-new-normal.html>

diakses pada 18 Juni 2020.

Kementrian Kesehatan : Keluarga Kunci Untuk Memasuki Era New normal

<https://www.kemkes.go.id/article/view/20060200002/keluarga-kunci-untuk-memasuki-era-new-normal.html>

diakses pada 18 Juni 2020.

Dinas Sosial Kota Semarang: Peringatan Hari Anak Nasional

<http://dinsos.semarangkota.go.id/berita/peringatan-hari-anak-nasional-2>

diakses pada 19 Juni 2020.

Kominfo : Pedoman Pelaksanaan Hari Anak Nasional Tahun 2019

<https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/PEDOMAN%20PELAKSANAAN%20HARI%20ANAK%20NASIONAL%20TAHUN%202019.pdf>

diakses pada 19 Juni 2020.

KemenPPPA : Pedoman Pelaksanaan Peringatan Hari Anak Nasional Tahun 2012

<https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/36490-panduan-han.pdf>

diakses pada 20 Juni 2020.

Kompas.com. 2020. Pandemic Corona berikan 3 efek psikologis bagi seseorang

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/14/203728765/pandemi-corona-berikan-3-efek-psikologis-bagi-seseorang-apa-saja?page=all>

diakses pada 20 Juni 2020

diakses pada 20 Juni 2020

(<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-kemungkinan-elaborasi-elaboration-likelihood-model/4306/2>)

(<https://tribunkaltimwiki.tribunnews.com/2020/06/01/hasil-survei-bosan-di-rumah-80-persen-anak-anak-ingin-kembali-ke-sekolah?page=all>)

(<http://suaratabanan.id/sejumlah-lembaga-gelar-survey-pandemi-covid-19-sebagian-anak-anak-usia-sekolah-mengaku-bosan-belajar-di-rumah/>)

(<https://www.kalderanews.com/2020/07/wahana-visi-indonesia-42-persen-anak-bosan-di-rumah-dan-ingin-belajar-di-sekolah/>)