

**Semarang Ragam Inspirasi**  
**dalam Memperingati Hari Anak Nasional Kota Semarang**  
(Talkshow, Ragam Lomba Anak, Pentas Seni *Daring*, Webinar, Konser Amal, Donasi)  
Sebagai *Project Leader*, Koordinator Webinar, Koordinator *Sponsorship*

**Ahdani Gita Sadida, Djoko Setyabudi**  
[gitasadida@gmail.com](mailto:gitasadida@gmail.com)

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. 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.

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.

**Keywords:** *HAN Kota Semarang, Event Manajemen, CSR*

### 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.

Terdapat 6 kegiatan yaitu *Talkshow*, Ragam Lomba Anak, Pentas Seni *Daring*, Webinar, Konser Amal, dan 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.

**Kata Kunci :** *HAN Kota Semarang, Event Manajemen, CSR*

## **PENDAHULUAN**

Peringatan Hari Anak Nasional 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 dirumah. Oleh karena itu, seluruh kegiatan dalam rangkaian dan acara puncak Hari Anak Nasional Tahun 2020 di disain untuk mewujudkan anak Indonesia gembira dirumah 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 Kota Semarang 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**

### 1. Persuasi

Menurut Stephen W (2009: 745) Persuasi merupakan aktivitas menciptakan, memantapkan, atau merubah keyakinan seseorang, sikap, dan atau perilaku yang merupakan bentuk motivasi utama dalam mendasari sebuah komunikasi manusia dan sumber studi dalam komunikasi.

### 2. Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif merupakan salah satu teori komunikasi yang dibutuhkan dalam menggerakkan atau merubah orang-orang supaya mau berubah perilakunya mereka sesuai dengan apa yang dikehendaki komunikator. Dalam komunikasi persuasif, terdapat 4 teori yaitu Social Judgement Theory, Narrative Paradigm, Elaboration Likelihood Model, dan Cognitive Dissonance Theory. Pada Social Judgement Theory dan Elaboration Likelihood Model menganggap apabila komunikator hendak mengirimkan pesan persuasif, maka target audience diharuskan dipertimbangkan sebelum adanya pesan disusun.

### 3. Landasan Konsep Komunikasi Persuasif

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

- a. Sikap : Menurut pendapat dari Daniel Handoko (2017: 7) Sikap yaitu bentuk kebiasaan seseorang dalam bertindak dengan berbagai cara tersendiri. Dalam komunikasi persuasif, komunikasi dapat merubah sebuah sikap dikarenakan

terpengaruhi oleh terpaan informasi yang berasal dari individu dalam menyampaikan pesan.

- b. Kepercayaan : Menurut pendapat dari Daniel Handoko (2017: 8) Kepercayaan adalah suatu rasa keyakinan dari adanya sebuah kebenaran. Kepercayaan ini akan muncul dikarenakan ada dampak dari suatu pengalaman, kemudian adanya fakta dari pihak lainya.

## **SEGMENTASI**

Target primer dari kegiatan ini yaitu :

- a. Demografis : Anak laki – laki dan perempuan usia 9 – 18 Tahun
- b. Geografis : Berdomisili di Semarang
- c. Psikografi : - Pengguna aktif media sosial  
- Menyukai hal-hal baru

Target sekunder dari kegiatan ini yaitu :

- a. Demografis : Laki – Laki dan Perempuan usia 20 - 60 tahun
- b. Geografis : Masyarakat Kota Semarang
- c. Psikografi : - Pengguna aktif Media social  
- Perduli mengenai isu social  
- Pengguna Aktif internet

## **ANGGOTA TIM**

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

- a. 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.
- b. 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.

c. 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.

d. 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

## PEMBAHASAN

### 1. Project Leader

Dalam melaksanakan kegiatan Hari Anak Nasional Nasional Kota Semarang 2020, *project leader* bertanggungjawab atas kelancaran dan keberjalanan acara, menjalin hubungan yang baik kepada *client* dan pihak kolaborasi, membentuk dan mendistribusikan tugas kepada masing-masing koordinator acara, mengontrol kerja koordinator acara, melakukan rapat internal dan rapat bersama *client*, serta melakukan evaluasi terhadap pekerjaan dan hasil yang dicapai. Distribusi tugas dibagi berdasarkan empat program rangkaian acara Hari Anak Nasional Kota Semarang, yaitu Talkshow, Pentas Seni Daring dan donasi, Lomba Anak, dan Webinar.

## **2. Koordinator Sponsorship**

Dalam sebuah kegiatan acara diperlukannya sebuah sponsor untuk mendukung kegiatan acara. Koordinator Sponsorship bertugas untuk mendata segala kebutuhan acara yang membutuhkan dana atau barang, menentukan target sponsor, memastikan surat pengajuan dan perjanjian kerjasama dengan pihak sponsor, dan membuat Laporan Pertanggungjawaban kepada pihak sponsor.

## **3. Koordinator Webinar**

Dalam pandemi Covid-19 kegiatan webinar merupakan kegiatan komunikasi yang dianggap efektif untuk menyampaikan pesan. Untuk mencapai target dari kegiatan Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020, dibutuhkan seorang koordinator webinar untuk melancarkan kegiatan acara. Koordinator Webinar bertugas dalam mencari dan memastikan pembicara hadir dalam kegiatan webinar, membuat *Term Of Reference (TOR)* narasumber webinar, serta mempromosikan acara webinar dan keikutsertaan peserta. dan bertanggung jawab atas semua yang berhubungan dengan webinar selama acara webinar Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020.

## **KESIMPULAN**

Acara Hari Anak Nasional Kota Semarang yang dilaksanakan bersama dengan panitia SERASI 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.

Terdapat dua acara yang dilakukan secara *offline*, yakni kegiatan Puncak Acara Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020 (Pentas Seni Daring) yang dilakukan di *Sitroom* Balaikota Semarang dan kegiatan penyerahan donasi yang dilakukan di gedung Pramuka Kota Semarang. Walau demikian acara disiarkan secara daring di akun *youtube* Pemerintah Kota Semarang dan SERASI 2020. Kegiatan acara tersebut berhasil mencapai target yang telah ditentukan pada persiapan sebelumnya. Yakni berhasil mencapai lebih dari 500 partisipan, mendatangkan *influencer*, dan mendapatkan donasi sebanyak Rp 14.954.250.

Diawal perencanaan Hari Anak Nasional di Kota Semarang, Webinar diadakan sebanyak 6 kali dengan berbagai tema dan narasumber. Kegiatan webinar tercapai dari target yang sudah direncanakan diawal. Selain itu, narasumber yang di undang untuk menjadi pembicara webinar pun hadir semua sesuai dengan yang direncanakan walaupun di akhir terdapat penambahan narasumber dikarenakan suatu kebutuhan dari materi. Peserta webinar pun mencapai target 555 peserta yang mengikuti kegiatan webinar Hari Anak Nasional Kota Semarang 2020. Untuk *sponsorship* koordinator *sponsorship* berhasil mendapatkan 9 sponsor baik berupa barang maupun dana. Walaupun tidak mendapatkan jumlah sponsor yang diinginkan namun mencapai target awal yakni mendapatkan 3 sponsor, dan walau demikian hasil sponsor yang di dapat sudah dapat memenuhi kebutuhan acara.

Target yang dibuat telah dicapai meskipun memiliki beberapa kendala yang terjadi dalam proses pelaksanaannya, namun telah berhasil di handle oleh penulis serta tim karya bidang lainya dan dibantu oleh Pemerintah Kota Semarang. Dalam pelaksanaanya penulis mendapatkan kesempatan dan pengalaman yang luar biasa dalam turut serta di acara Hari Anak Nasional Kota Semarang dikarenakan dapat secara langsung bekerja dan membantu acara Pemerintah Kota Semarang. Selain itu, penulis juga memiliki kesempatan untuk menerapkan ilmu mengenai materi *public speaking*, *lobbying* dan negosiasi selama perkuliahan. Ilmu yang didapat oleh penulis dapat diterapkan dalam suatu acara yang dilaksanakan dalam Karya Bidang ini.

Beberapa tugas yang menjadi tanggungjawab penulis seperti *Project Leader*, Koordinator Webinar, dan Koordinator *Sponsorship* menjadi wadah dimana penulis dapat menerapkan secara langsung ilmu yang didapat dibangku perkuliahan seperti pada mata kuliah Dasar komunikasi strategis, *public speaking*, manajemen *public relations*, komunikasi antar pribadi, komunikasi organisasi, marketing komunikasi, kampanye *public relations*, dan teknik lobi dan negosiasi.

Dari proses pelaksanaan Karya Bidang, penulis menjadi lebih bertanggungjawab akan sesuatu karena berhubungan dengan banyak pihak sehingga penulis diharuskan untuk selalu bekerja secara profesional dan sesuai dengan ketentuan serta kebutuhan banyak pihak. Sehingga, penulis banyak mendapatkan pembelajaran dari tuags Karya Bidang ini

## **SARAN**

Ada beberapa saran yang akan penulis sampaikan untuk beberapa pihak yang melaksanakan kegiatan acara yang serupa:

1. Dalam melakukan kegiatan acara daring selama pandemi covid-19, harap dilakukan jauh-jauh hari untuk persiapannya. walaupun kegiatan dilakukan secara daring namun membutuhkan banyak perlengkapan teknis yang harus disiapkan lebih untuk keberlangsungan acara.
2. Menimbang pada poin pertama, berkaitan dengan kegiatan sponsorship acara yang dimana banyak perusahaan membutuhkan waktu 1-3 bulan untuk memproses proposal kegiatan acara yang dilakukan. Jika kegiatan acara dipersiapkan jauh-jauh hari dapat mencapai target sponsor yang diinginkan.
3. Pada saat melakukan negosiasi dan kesepakatan dengan pihak sponsor harus dapat mempertimbangkan benefit yang didapatkan oleh kedua belah pihak. Sehingga tidak adanya kekecewaan diantara salah satu pihak.
4. Dalam menjalin komunikasi dengan berbagai pihak kolaborasi harus sering dilakukan. Hal ini agar tidak terjadinya putus komunikasi dan kendala saat acara berlangsung.
5. Iklim organisasi yang harmonis harus dibangun dan diciptakan agar memperlancar teknis kegiatan acara.
6. Untuk kegiatan webinar sebaiknya mempertimbangkan jumlah rangkaian webinar yang dilaksanakan. Melihat dari tujuan dan keefektifan webinar yang diagendakan berdampak atau tidak berdampak bagi masyarakat.
7. Pengiriman E-Sertifikat webinar sebaiknya adalah maksimal h+7 setelah acara. Untuk meminimalisir kendala saat proses pembuatan dan pengiriman e-sertifikat.

## DAFTAR PUSTAKA

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

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.

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

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.