

Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial

Ondy¹

¹ Universitas Binasarana Informatika, Indonesia

* Correspondence e-mail; ondy.ond@bsi.ac.id

Article history

Submitted: 2024/01/01; Revised: 2024/01/11; Accepted: 2024/02/02

Abstract

Mentoring activities aim to increase public awareness about social issues and develop students' abilities in creating creative Public Relations campaigns, while forming children's character through the Ceria Class and strengthening solidarity between Communication Science students at UBSI. The Bina Sarana Informatika University (UBSI) "Education–Social and Nonprofit Campaign" campaign method involves holding two main activities, namely Cheerful Classes and Cheap Bazaar, with a mentoring approach such as Awareness Building, Capacity Building, and Character Building. The committee team, with divided roles, works together in planning, implementing and evaluating these activities to achieve campaign goals and strengthen solidarity between Communication Science students at UBSI. The result of this assistance is that from the beginning of preparation to the final evaluation, the campaign committee team "Community Empowerment through Cheap Bazaars and Cheerful Classes in Education and Social Sectors" has shown strong commitment and extraordinary hard work. A solid leadership structure, successful event execution, careful monitoring and thorough evaluation have been the foundation for the success of this campaign. Through solid teamwork, this campaign succeeded in empowering the community, building solidarity, and providing positive contributions for all parties involved. Thus, this campaign not only achieved its stated objectives, but also provided valuable learning for future activities.

Keywords

Cheap Bazaar, Cheerful Classes, Education, Empowerment, Social



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Dalam upaya mengatasi tantangan sosial yang dihadapi oleh masyarakat, terutama yang berkaitan dengan isu-isu seperti kesenjangan sosial dan kurangnya pemahaman akan pentingnya tata krama terhadap orang tua, Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) melalui Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas 44.6A.37

telah menyelenggarakan sebuah kampanye Public Relations yang berfokus pada pendidikan, sosial, dan kegiatan nirlaba.

Kampanye ini merupakan hasil kolaborasi antara UBSI, Karang Taruna RW 02 Kalisari, dan Firma Hukum HM & Partners. Dua kegiatan utama dalam kampanye ini adalah Kelas Ceria yang bertujuan untuk memberikan edukasi tentang tata krama kepada anak-anak usia 6-9 tahun terhadap orang tua mereka, serta Bazar Murah yang bertujuan untuk menggalang dukungan dan dana bagi warga daerah Kalisari, khususnya anak-anak yatim piatu.

Kelas Ceria akan menyajikan berbagai kegiatan edukatif yang bertujuan untuk membentuk karakter anak-anak dalam berinteraksi dengan orang tua mereka dengan sopan santun (Darubekti et al., 2021; Gulo et al., 2023; Rum et al., 2023). Sementara itu, Bazar Murah akan menawarkan beragam barang dengan harga terjangkau untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial dan mengumpulkan dana untuk disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (Maulana, 2022; Pertiwi & Daherman, 2021).

Tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial dan kurangnya pemahaman akan pentingnya tata krama terhadap orang tua, serta minimnya sumber daya untuk mendukung kegiatan sosial di daerah Kalisari. Konsep kampanye Public Relations yang digunakan dalam kegiatan ini mengacu pada teori komunikasi persuasif dan pengaruh sosial, yang menekankan pentingnya mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku masyarakat melalui komunikasi yang efektif (Fariastuti & Pasaribu, 2020; Fitri, 2023; Mulia & Fauzi, 2021; Saifulloh & Lazuardi, 2021).

Meskipun terdapat berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman dan tindakan nyata untuk mengatasi masalah tersebut. Kegiatan pendampingan bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial dan mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menciptakan kampanye Public Relations yang kreatif, sambil membentuk karakter anak-anak melalui Kelas Ceria dan memperkuat solidaritas antar mahasiswa Ilmu Komunikasi di UBSI.

METODE

Metode pendampingan dalam kampanye "Education–Social and Nonprofit Campaign" meliputi langkah-langkah yang terstruktur untuk mencapai tujuan kampanye dengan efektif. Fase Awareness Building diawali dengan menginformasikan isu-isu sosial dan pentingnya tata krama terhadap orang tua melalui Kampanye Public Relations berupa Kelas Ceria dan Bazar Murah, serta

mengorganisir games edukatif dan menghibur (Fathoni & Muqorrobin, 2024). Selanjutnya, dalam fase Capacity Building, tim mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kampanye, serta melatih keterampilan komunikasi persuasif. Kemudian, dalam fase Character Building, fokus diberikan pada pembentukan karakter anak-anak melalui Kelas Ceria dengan mengajarkan nilai-nilai sopan santun dan sosial positif, serta menginspirasi solidaritas dan kerjasama di antara mahasiswa. Terakhir, dalam fase Closing and Evaluation, hasil penjualan Bazar Murah disalurkan kepada warga yang membutuhkan, sementara efektivitas kampanye dinilai melalui analisis partisipasi masyarakat, tingkat kesadaran yang tercipta, dan dampak positif yang dihasilkan. Dengan pendampingan yang terstruktur ini, kampanye berhasil mencapai tujuan sambil memperkuat solidaritas di antara mahasiswa.

Dalam mendukung upaya pemberdayaan masyarakat, Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) melalui Program Studi Ilmu Komunikasi Kelas 44.6A.37 menyelenggarakan kampanye Public Relations bertajuk "Education–Social and Nonprofit Campaign". Dua kegiatan utama dalam kampanye ini adalah Kelas Ceria dan Bazar Murah, yang bertujuan untuk memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial yang penting, serta membentuk karakter anak-anak dengan nilai sopan santun terhadap orang tua.

Kelas Ceria dan Bazar Murah diselenggarakan pada Sabtu, 16 Desember 2023, di Lapangan RT12/RW02, Kalisari. Sebagai bagian dari kampanye ini, berbagai acara dan games telah disiapkan untuk mengedukasi dan menghibur masyarakat sekaligus mencapai tujuan kampanye. Selain itu, closing ceremony diakhiri dengan menyalurkan hasil penjualan Bazar Murah kepada warga daerah Kalisari yang membutuhkan, khususnya anak-anak yatim piatu.

Dalam prosesnya, tim panitia yang terdiri dari berbagai peran, mulai dari pembina mahasiswa hingga koordinator event dan design, bekerja sama dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan tersebut. Melalui langkah-langkah pendampingan yang terstruktur, seperti Awareness Building, Capacity Building, dan Character Building, kampanye ini berhasil mencapai tujuannya sambil memperkuat solidaritas antar mahasiswa Ilmu Komunikasi di UBSI. Analisis data yang dilakukan setelah acara membantu tim untuk mengevaluasi keberhasilan kampanye dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki di masa mendatang.

Anggaran kegiatan pada pelaksanaan pendampingan ini yaitu:

A. Perlengkapan				B. Sekretariat dan Administrasi			
Deskripsi	Qty	Harga	Total	Deskripsi	Qty	Harga	Total
Plastik	50	Rp60.000	Rp60.000	Penggunaan Proposal	2	Rp20.000	Rp40.000
Tali Pita	50	Rp10.000	Rp10.000	Print Proposal	1	Rp20.000	Rp20.000
Box Kue	30	Rp36.000	Rp36.000	Print Laporan	1	Rp20.000	Rp20.000

Sedangkan Rundown Kegiatan yaitu:

Waktu	Deskripsi	Detail Acara
08.00-09.00	Persiapan Tempat	Tim kelas 44.6A.37 mempersiapkan semua keperluan event campaign di lapangan RW 02 Kalisari
09.00-10.00	Pembukaan	Ketua Karang Taruna RW 02 Kalisari dan Ketua RT/RW setempat memberikan sambutan sebagai pembukaan event Kelas Ceria dan Bazar Murah
10.00-11.00	Event Campaign	Bazar Murah dan sesi Kelas Ceria dengan berbagai kegiatan, seperti bermain games, fun discussion, dan dongeng session bersama anak-anak RW 02 Kalisari
09.00-09.15	Closing Ceremony	Penutupan campaign ini dengan menyalurkan dana kepada warga daerah Kalisari yang membutuhkan, khususnya untuk anak-anak yatim piatu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembentukan Tim Panitia, Penentuan Tema, Lokasi, dan Tanggal Acara

Dalam fase persiapan kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial", langkah-langkah yang diambil oleh tim panitia sangatlah penting untuk memastikan kesuksesan acara. Tim panitia telah membentuk susunan kepemimpinan yang terstruktur dengan Pembina Mahasiswa Ondy, S.IP, M.Si. dan Supervisor Karina Kharisma Noviana yang memimpin jalannya persiapan. Dalam pembagian tugas, Project Officer seperti Fadillah, M.Ilhan Haris, dan Rifaldy Rios Wanadri bertanggung jawab atas pengelolaan proyek secara keseluruhan, sedangkan Secretary, Euridiska Tsabit, mendukung dalam administrasi dan koordinasi internal.

Penentuan tema "Education–Social and Nonprofit Campaign" menjadi landasan utama kampanye, menunjukkan fokus pada upaya memberdayakan masyarakat melalui pendidikan dan kegiatan sosial tanpa mengesalkan aspek profitabilitas. Hal ini mencerminkan komitmen tim dalam merangkul isu-isu sosial yang penting dan menunjukkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.

Lokasi dan tanggal acara yang ditetapkan, yaitu Sabtu, 16 Desember 2023, di Lapangan RT12/RW02, Kalisari, dipilih dengan pertimbangan aksesibilitas dan ketersediaan fasilitas yang diperlukan. Lokasi yang strategis di daerah Kalisari memungkinkan partisipasi luas masyarakat dan memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan dengan lancar.

Dalam pembentukan tim, peran Koordinator Event dan Koordinator Design, Ade Septian Darmawan, Magdalena Adelfina Lowa, Nanda Fara Vania, Rizky Amelia Adrianty, dan Tendi Saptiadi, menjadi kunci untuk mengatur segala aspek teknis dan artistik dari acara. Mereka bertugas memastikan kelancaran acara serta estetika yang menarik untuk menarik minat masyarakat.

Setiap langkah dalam persiapan dilakukan dengan cermat dan hati-hati untuk memastikan bahwa kampanye berjalan sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Melalui keselarasan dan kerjasama tim, proses persiapan berjalan dengan efisien dan efektif, memastikan bahwa kampanye akan memiliki dampak yang positif dan signifikan bagi masyarakat yang dilayani.

Dengan demikian, hasil pendampingan dalam fase persiapan telah memastikan bahwa fondasi yang kuat telah diletakkan untuk pelaksanaan kampanye yang sukses. Keseluruhan tim panitia siap untuk melanjutkan tahap-tahap selanjutnya dalam menjalankan acara dengan penuh semangat dan dedikasi.

Melaksanakan Kelas Ceria, Bazar Murah, dan Koordinasi Kegiatan Pendukung

Dalam tahap pelaksanaan kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial", tim panitia berhasil menjalankan serangkaian acara dengan sukses, termasuk Kelas Ceria, Bazar Murah, serta mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan pendukung lainnya seperti games dan closing ceremony. Keseluruhan rangkaian acara ini dirancang dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat, terutama anak-anak dan keluarga mereka, melalui pendidikan, kesadaran sosial, dan kegiatan amal.

Acara Kelas Ceria menjadi pusat perhatian dalam kampanye ini. Anak-anak usia 6-9 tahun dari masyarakat sekitar diundang untuk mengikuti serangkaian kegiatan edukatif yang dirancang untuk membentuk karakter mereka. Dalam Kelas Ceria, mereka diajarkan tentang pentingnya tata krama dan nilai-nilai sosial melalui permainan, cerita, dan kegiatan kreatif lainnya. Misalnya, anak-anak diajak bermain peran untuk memahami situasi-situasi tertentu di mana sopan santun terhadap orang tua diperlukan. Pendekatan yang interaktif dan menyenangkan membuat anak-anak lebih terlibat dalam pembelajaran dan lebih mudah memahami pesan yang disampaikan.

Sementara itu, Bazar Murah berlangsung di tempat yang sama dengan Kelas Ceria, memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk membeli barang-barang dengan harga terjangkau. Bazar ini tidak hanya bertujuan untuk mengumpulkan dana untuk kegiatan amal, tetapi juga untuk menggalang solidaritas dan kebersamaan dalam komunitas. Melalui Bazar Murah, tim panitia berhasil membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat setempat, meningkatkan kesadaran akan isu-isu sosial, dan mendorong partisipasi aktif dalam upaya pemberdayaan masyarakat.

Selain itu, berbagai kegiatan pendukung seperti games juga diselenggarakan untuk menghibur peserta dan menambah semangat acara. Games seperti tebak-tebakan, merangkai kata, dan tebak gambar, tidak hanya menghibur, tetapi juga mengedukasi peserta tentang nilai-nilai sosial dan tata krama terhadap orang tua. Para pemenang games diberikan hadiah berupa perlengkapan sekolah, seperti tempat pensil, buku menggambar, dan buku tulis, sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi mereka.

Puncak acara kampanye ditutup dengan closing ceremony yang meriah. Pada kesempatan ini, hasil penjualan dari Bazar Murah disalurkan kepada warga daerah Kalisari yang membutuhkan, khususnya anak-anak yatim piatu. Closing ceremony juga menjadi momen untuk merangkum hasil kampanye, menyampaikan pesan-

pesan penting kepada masyarakat, dan menunjukkan komitmen tim dalam menyuarakan isu-isu sosial yang penting.

Melalui kerjasama tim yang solid dan komunikasi yang efektif, semua acara dalam kampanye ini berhasil dilaksanakan dengan lancar dan sukses. Setiap anggota tim panitia berperan aktif dalam menjalankan tugas masing-masing, sehingga menciptakan pengalaman yang berkesan bagi peserta dan memberikan dampak positif pada masyarakat yang dilayani. Dengan demikian, pelaksanaan kampanye ini tidak hanya mencapai tujuan yang ditetapkan, tetapi juga memperkuat komitmen tim dalam memberdayakan masyarakat melalui pendidikan dan kegiatan sosial.

Pemantauan dan Dukungan untuk Kelancaran Acara dan Rencana Panitia Pelaksana

Pada fase Pemantauan, tim panitia kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial" bertekad memastikan bahwa semua kegiatan berjalan lancar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pendampingan dalam tahap ini sangat penting untuk menjamin kelancaran pelaksanaan acara dan memberikan dukungan yang diperlukan kepada panitia pelaksana.

Melalui sistem pemantauan yang terorganisir, tim panitia secara aktif memantau setiap aspek kegiatan, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan, untuk memastikan bahwa tidak ada kendala yang menghambat jalannya acara. Tim secara teratur melakukan rapat koordinasi dan evaluasi untuk memastikan bahwa semua anggota tim memahami tugas dan tanggung jawab mereka serta bertindak secara sinergis.

Selama persiapan, tim panitia secara aktif berkomunikasi dengan pihak terkait, termasuk sponsor, vendor, dan peserta acara, untuk memastikan bahwa semua persiapan berjalan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Dukungan yang diberikan kepada panitia pelaksana meliputi pengorganisasian logistik, koordinasi dengan pihak eksternal, dan pemecahan masalah secara proaktif jika terjadi kendala.

Selama pelaksanaan acara, tim panitia terus memantau perkembangan situasi dan merespons dengan cepat terhadap perubahan yang mungkin terjadi. Mereka memastikan bahwa semua kegiatan berjalan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan memberikan bantuan kepada panitia pelaksana jika diperlukan.

Pendekatan pemantauan yang proaktif dan terorganisir membantu tim panitia untuk mengatasi tantangan dengan efisien dan menjaga kelancaran jalannya acara. Dukungan yang konsisten dan komunikasi yang efektif antar anggota tim

memastikan bahwa setiap anggota tim merasa didukung dan terdorong untuk memberikan yang terbaik dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka.

Dengan demikian, melalui pendampingan dalam tema Pemantauan, tim panitia dapat memastikan bahwa semua kegiatan kampanye berjalan lancar dan sesuai dengan rencana, serta memberikan dukungan yang diperlukan kepada panitia pelaksana untuk mencapai kesuksesan kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial".

Menganalisis hasil kegiatan secara komprehensif untuk menilai kesuksesan kampanye dan mengekstrak pembelajaran untuk acara berikutnya

Dalam fase Evaluasi kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial", tim panitia melakukan analisis menyeluruh terhadap hasil kegiatan, baik dari segi kuantitatif maupun kualitatif. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi keberhasilan kampanye serta mengidentifikasi pelajaran yang dapat diambil untuk meningkatkan kegiatan mendatang.

Analisis kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data-data statistik yang terkait dengan jumlah peserta, jumlah dana yang terkumpul dari Bazar Murah, serta tingkat partisipasi dan interaksi dalam Kelas Ceria. Data-data ini memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa efektif kampanye telah mencapai target dan tujuan yang ditetapkan sebelumnya.

Selain itu, analisis kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dan testimonial dari peserta, relawan, dan masyarakat yang terlibat dalam kampanye. Hal ini memberikan wawasan mendalam tentang dampak sosial dan psikologis dari kegiatan, seperti perubahan sikap dan perilaku yang terjadi pada peserta, serta dampaknya terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Dari hasil evaluasi ini, tim panitia dapat menarik beberapa kesimpulan. Pertama, kampanye berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial dan pentingnya pendidikan. Bazar Murah berhasil mengumpulkan dana yang signifikan untuk disalurkan kepada mereka yang membutuhkan, sementara Kelas Ceria memberikan kontribusi positif dalam membentuk karakter anak-anak dengan nilai sopan santun terhadap orang tua.

Kedua, kampanye juga berhasil membangun solidaritas dan kolaborasi antara mahasiswa Ilmu Komunikasi, panitia pelaksana, dan masyarakat. Ini menunjukkan bahwa kampanye tidak hanya memberikan manfaat secara langsung kepada peserta, tetapi juga menciptakan ikatan yang kuat di antara para pelaku kampanye dan masyarakat.

Dari segi pembelajaran untuk kegiatan mendatang, evaluasi ini menyoroti beberapa area yang perlu ditingkatkan, seperti pengelolaan logistik, promosi acara, dan pengembangan strategi untuk menjangkau target audiens yang lebih luas. Analisis ini membantu tim panitia untuk belajar dari pengalaman masa lalu dan merancang kampanye yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa depan.

Dengan demikian, melalui pendampingan dalam tema Evaluasi, tim panitia dapat menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang dampak kampanye mereka, serta mengidentifikasi pelajaran yang berharga untuk meningkatkan keberhasilan kampanye di masa mendatang.

KESIMPULAN

Dalam fase persiapan kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial", tim panitia telah berhasil membentuk struktur kepemimpinan yang solid dan terorganisir dengan baik. Penentuan tema yang mengedepankan pendidikan dan kegiatan sosial menunjukkan komitmen tim dalam memberdayakan masyarakat dengan memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Lokasi dan tanggal acara yang dipilih dengan cermat memungkinkan partisipasi luas masyarakat dan memfasilitasi jalannya kegiatan dengan lancar. Peran Koordinator Event dan Koordinator Design menjadi kunci dalam mengatur aspek teknis dan artistik acara, menjamin kelancaran dan daya tarik acara bagi masyarakat. Melalui kerjasama dan dedikasi tim, fondasi yang kuat telah diletakkan untuk kesuksesan pelaksanaan kampanye ini, menandakan kesiapan mereka dalam menghadapi tahap selanjutnya dengan semangat dan determinasi yang tinggi.

Dalam pelaksanaan kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial", tim panitia berhasil menjalankan serangkaian acara dengan sukses, termasuk Kelas Ceria, Bazar Murah, dan kegiatan pendukung lainnya. Acara tersebut dirancang untuk memberdayakan masyarakat melalui pendidikan, kesadaran sosial, dan kegiatan amal. Melalui pendekatan interaktif dan menyenangkan, Kelas Ceria berhasil membentuk karakter anak-anak dengan nilai-nilai sosial yang positif. Sementara itu, Bazar Murah tidak hanya mengumpulkan dana untuk kegiatan amal, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat setempat. Dengan kerjasama tim yang solid, pelaksanaan kampanye ini tidak hanya mencapai tujuan yang ditetapkan, tetapi juga memperkuat komitmen tim dalam memberdayakan masyarakat melalui pendidikan dan kegiatan sosial. Dalam fase Pemantauan kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial", tim

panitia telah menunjukkan komitmen yang kuat untuk memastikan kelancaran acara. Melalui sistem pemantauan yang terorganisir, tim secara aktif memantau setiap aspek kegiatan dari persiapan hingga pelaksanaan. Dukungan yang konsisten dan komunikasi yang efektif antar anggota tim memastikan penyelesaian tugas dan tanggung jawab dengan efisien. Pendekatan proaktif dalam mengatasi tantangan membantu tim menjaga kelancaran jalannya acara dan merespons perubahan dengan cepat. Dengan demikian, pendampingan dalam tema Pemantauan telah memastikan bahwa kampanye ini dapat berjalan lancar dan sukses sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Dalam fase Evaluasi kampanye "Pemberdayaan Masyarakat melalui Bazar Murah dan Kelas Ceria dalam Bidang Pendidikan dan Sosial", tim panitia telah melakukan analisis menyeluruh terhadap hasil kegiatan. Melalui analisis kuantitatif dan kualitatif, tim berhasil mengevaluasi keberhasilan kampanye dan mengidentifikasi pembelajaran yang berharga. Kampanye berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat, membangun solidaritas, dan memberikan kontribusi positif dalam membentuk karakter anak-anak. Evaluasi juga mengungkap area yang perlu ditingkatkan untuk kegiatan mendatang, seperti pengelolaan logistik dan promosi acara. Dengan demikian, pendampingan dalam tema Evaluasi telah membantu tim panitia untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam dan meningkatkan kesuksesan kampanye di masa mendatang.

REFERENCES

- Darubekti, N., Hanum, S. H., Suryaningsih, P. E., & Waryenti, D. (2021). Permainan Edukatif untuk Meningkatkan Literasi, Membentuk Karakter, dan Membangun Cita-Cita pada Anak-Anak di Pulau Terluar-Enggano. *SNPKM: Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 97–102.
- Fariastuti, I., & Pasaribu, M. (2020). Kampanye Public Relations# Medialawancovid19 Di Media Massa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 212–220.
- Fathoni, T., & Muqorrobin, S. (2024). Development of the Creative Economy of the Village Karang Taruna Community Based on YouTubers and Microstokers. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 5(1), 61–74.
- Fitri, A. N. (2023). Kampanye Public Relations sebagai Upaya Meningkatkan Awareness Moderasi Beragama. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 22(1), 35–49.
- Gulo, R. P., Sisi, S., & Zega, Y. A. (2023). Upaya Edukatif-Pedagogis Tentang Signifikansi Pendidikan Kecerdasan Moral Bagi Anak Usia Dini di Dusun

- Meramun. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 55–67.
- Maulana, M. (2022). *Peluang dan Tantangan Penerapan Qanun Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Sya. Dinas Syariat Islam Aceh*.
- Mulia, F. S. P., & Fauzi, R. (2021). Kampanye Public Relations “Ngopi tapi Go Green” di RBoJ Coffee. *Jurnal Riset Public Relations*, 39–56.
- Pertiwi, S., & Daherman, Y. (2021). Pengaruh Iklan Netflix Di Twitter Terhadap Minat Beli Pada Followers@ Netflixid. *KOMUNIKASI DIGITAL: Dalam Bingkai Riset*, 73.
- Rum, A. M., Agusantia, D., Prasetyo, F., Verina, I., Klorina, M. J., Martadiputra, B. A. P., & Kusnandi, K. (2023). Penanaman Karakter Pada Siswa Melalui Pendidikan Karakter Berbasis Kartu Edukatif dan Teka Teki Silang. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 1028–1038.
- Saifulloh, M., & Lazuardi, M. F. (2021). Manajemen Kampanye Public Relations Dalam Sosialisasi Program Tanggap Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 53–65.