

**KAMPANYE PROGRAM KAMPUNG RAMAH ANAK DALAM
MEWUJUDKAN KOTA LAYAK ANAK DI YOGYAKARTA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif di Kampung Badran RW 11, Kelurahan Bumijo,
Kecamatan Jetis, Yogyakarta)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Disusun Oleh:

Untari Wahyuningsih

NIM 15730116

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Untari Wahyuningsih

Nomor Induk : 15730116

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya penelitian orang lain.


Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, Desember 2018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yang Menyatakan,




Untari Wahyuningsih

NIM. 15730116



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara

Nama : Untari Wahyuningsih
NIM : 15730116
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**KAMPANYE PROGRAM KAMPUNG RAMAH ANAK DALAM
MEWUJUDKAN KOTA LAYAK ANAK DI YOGYAKARTA
(Studi Deskriptif Kualitatif di Kampung Badran RW 11, Kelurahan, Bumijo,
Kecamatan Jetis, Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 4 Desember 2018

Pembimbing

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
NIP. 19610816 199203 2 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN 02/ DSH/PP.00.9/1602 /2018

Tugas Akhir dengan judul : KAMPANYE PROGRAM KAMPUNG RAMAH ANAK DALAM MEWUJUDKAN KOTA LAYAK ANAK DI YOGYAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif di Kampung Badran RW 11, Kelurahan Bumijo, Kecamatan Jetis, Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : UNTARI WAHYUNINGSIH
Nomor Induk Mahasiswa : 15730116
Telah diujikan pada : Selasa, 18 Desember 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dra. Mochmah Soli Sanityastuti, M.Si.
NIP. 19610816 199203 2 003

Penguji I

Penguji II

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dr. Mohamad Sojik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19730701 201101 1 002

Nizen Rizkiyuliy, S.P., M.A.
NIP. 19830111 201503 2 004

Yogyakarta, 18 Desember 2018

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN

Dr. Mohamad Sojik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19730416 199503 1 004



MOTTO

“Selesaikan apa yang telah kamu mulai”

**“Setiap Pemimpin punya masanya, setiap masa punya pemimpinnya-
Ridwan Kamil”**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Almamater

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Keluarga

Bapak, Ibu, Kakak dan Ponakan

Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya dari zaman jahiliyah kepada zaman peradaban.

Skripsi berjudul “Kampanye Program Kampung Ramah Anak Dalam Mewujudkan Kota Layak Anak di Yogyakarta” merupakan salah satu bentuk pertanggung jawaban untuk mendapatkan gelar strata satu Ilmu Komunikasi. Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Maka, pada kesempatan ini peneliti ingin berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos. M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti dengan sabar sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si selaku Dosen penguji I dan Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M. A sebagai penguji II
5. Para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi.
6. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu peneliti dalam hal pengurusan surat perizinan maupun yang lainnya.
7. Para Informan yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Kedua orang tua peneliti, Alm.Basuki dan Sulasih serta kakak peneliti Septiawan Nugroho&Vina Ristiana dan ponakan peneliti Dimas Jovan

Ramadan dan Nadia Hilma Suwita. Terimakasih atas dukungan yang diberikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan masa studi di UIN Sunan Kalijaga.

9. Irfan Fahmi Nooryadi. Terimakasih sudah menjaga mood dalam keadaan baik-baik saja selama proses skripsi.
10. Teman-teman KUBEL; Wama, Ayra, Ami, Lelita, Firda, Vani dan Lulu. Terimakasih telah menjadi teman terbaik selama masa kuliah.
11. Sahabat-sahabat peneliti; Berlian, Fatah, Riko, Jati, Mbak Aan dan Kity. Terimakasih atas dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada peneliti saat suka maupun duka.
12. Teman-teman KKN; Rosya, Ofi, Nisa, Arif, Malik, Dila, Silfi, dan Aafath. Terimakasih atas dukungan yang diberikan kepada peneliti.
13. Teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi: Istiqomah, Meldi, Mike, Tresna, Vina, Dwi dan Destri. Terimakasih karena telah memberikan semangat agar terus mengerjakan skripsi.
14. Seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi dari awal sampai akhir pembuatan skripsi yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu.

Dalam skripsi ini membutuhkan kritik dan saran yang membangun sebagai perbaikan peneliti, karena peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, Desember 2018

Penulis

Untari Wahyuningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Telaah Pustaka	12
F. Landasan Teori	14
1. Kampanye	14
2. Tahapan Kampanye	17
3. Teori Tahapan Perubahan	22
4. Kota Layak Anak	24
G. Kerangka Pemikiran	27
H. Metode Penelitian	28
1. Metode Penelitian	28
2. Subjek dan Objek Penelitian	28
3. Metode Pengumpulan Data	29
4. Metode Analisis Data	30
5. Metode Keabsahan Data	31

BAB II GAMBARAN UMUM	33
A. Sejarah Kampung Badran	33
B. Letak Geografis Kampung Badran	35
C. Tingkat Pendidikan Kampung Badran RW 11	37
D. Jenis Mata Pencaharian Kampung Badran RW 11	38
E. Tingkat Keagamaan Kampung Badran RW 11	39
F. Tingkat Sosial dan Budaya Kampung Badran RW 11.....	41
G. Profil Informan.....	42
BAB III PEMBAHASAN	44
A. Perencanaan Kampanye Dalam Mewujudkan Kota Layak Anak di Yogyakarta	45
B. Pelaksanaan Kampanye Dalam Mewujudkan Kota Layak Anak di Yogyakarta	78
C. Evaluasi Kampanye Dalam Mewujudkan Kota Layak Anak di Yogyakarta	97
BAB IV PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Kasus Perlindungan Anak	5
Gambar 2 Paradigma Pemenuhan Hak Anak	24
Gambar 3 Peta Wilayah Kampung Badran	36
Gambar 4 Gapura Kampung Badran RW 11	49
Gambar 5 Kolam Renang Kampung Badran RW 11	51
Gambar 6 Percakapan Pengurus Forum Anak Kampung Badran	60
Gambar 7 Kegiatan Mengisi Waktu Luang	72
Gambar 8 Papan Hak Anak	82
Gambar 9 Program Bunda Mengajar	88
Gambar 10 Papan PAUD	90
Gambar 11 Suasana JBM	91

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penduduk Kampung Badran RW 11 Tahun 2016	36
Tabel 2 Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan di Kampung Badran RW 11 Tahun 2016	37
Tabel 3 Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan di Kampung Badran RW 11 Tahun 2016.....	39
Tabel 4 Jumlah Penduduk Menurut Agama di Kampung Badran RW 11 Tahun 2016.....	40



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Berfikir27



ABSTRACT

To raise children to be a good generation for Indonesia, children must get a good environment to grow up. Beside education for their intelligence/cognitive abilities, a good environment will mentally support the individuals. In making Yogyakarta as a child-friendly city, Yogyakarta city government, through the DPPA (Office of Women's Empowerment and Child Protection), created a Child Friendly Village program. The heads of the community/public figures registered their villages as child-friendly villages, as an awareness to protect the children's rights in their environment. One of the pilot projects for the Child Friendly Village is Badran village, which historically had negative stigma of goons. The Opinion leaders of Badran village had influence in the implementation of the child-friendly village programs.

This research aims to observe/analyze the campaign done by the opinion leaders of Badran RW 11 to persuade the residents to join the child-friendly village program. The approach used for the research is qualitative descriptive method; using interviews, observation and documentation as the data collection. The informants were the heads of the community of Badran RW 11 who understood well about the program. The informants were selected using snowball sampling. This research uses concepts of campaign, which are planning, implementing, and evaluating campaigns and theory of stages of change. The result indicates that the campaign conducted by the heads of the community/figures of Badran RW 11 has passed the planning, implementing and evaluating stages. However, the campaign programs were less innovative and the programs were not well evaluated.

Keywords: Campaign, Child Friendly Village, Badran Village

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Anak berperan penting bagi penerus bangsa Indonesia. Dalam membentuk anak menjadi generasi penerus yang baik, anak harus mendapatkan tempat yang layak untuk tumbuh. Selain dari segi pendidikan yang harus diperhatikan untuk tumbuh kembang kecerdasan, lingkungan yang baik tentu akan menunjang mental dari individu seorang anak. Indikator lingkungan yang baik dapat terlihat dari adanya ruang gerak bagi anak. Lingkungan yang baik mempunyai peran dalam pemenuhan hak-hak anak. Anak mendapatkan pemenuhan untuk hak-haknya seperti anak merasa aman di dalam lingkungan, dapat bersosialisasi dengan masyarakat sekitar, dan mendapatkan perlindungan didalam sebuah lingkungan yang di tinggali.

Hak-hak anak merupakan hak-hak yang sudah tertuang dalam undang-undang di Indonesia. Untuk itu, pemenuhan hak-hak anak seharusnya sudah menjadi kesadaran setiap warga negara Indonesia. Kepedulian terhadap pemenuhan hak-hak anak juga tertuang dalam konvensi hak anak. Indonesia merupakan salah satu negara yang meratifikasi konvensi hak anak melalui Keppres No. 36/1990 tertanggal 25 Agustus 1990 yang pada poin B dituliskan “Bahwa pembinaan kesejahteraan anak termasuk pemberian kesempatan untuk mengembangkan haknya, pelaksanaannya tidak saja merupakan tanggung jawab orang tua, keluarga, bangsa, dan negara melainkan diperlukan pula kerjasama internasional”

(<http://ditjenpp.kemenkumham.go.id> diakses pada 23 Mei 2018 pukul 15.00 WIB). Pernyataan tersebut menegaskan bahwa hak-hak anak yang terpenuhi akan menyangkut pada kesejahteraan anak. Hal ini dilanjutkan oleh UU No.4 Tahun 1979 tentang Kesejahteraan Anak Pasal 1 No.1 poin A “Kesejahteraan anak adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan anak yang dapat menjamin pertumbuhan dan perkembangannya dengan wajar, baik secara rohani, jasmani maupun sosial” (<https://www.hukumonline.com> diakses pada 18 Maret 2018 pukul 22.15 WIB).

Pada poin tersebut dapat dijelaskan bahwa seorang anak harus mendapatkan penghidupan yang layak bagi tumbuh kembangnya, salah satunya pada lingkup sosial yaitu lingkungan. Pernyataan mengenai lingkungan yang baik untuk anak diperkuat oleh pernyataan Menteri Yohana sebagai berikut:

“Bermain merupakan hak atas setiap anak. Adanya permainan-permainan yang membangun karakter anak di beberapa daerah disertai dengan tersedianya Ruang Bermain Ramah Anak menjadi salah satu terobosan baru yang dapat diterapkan di masyarakat. Dengan bermain, baik permainan modern maupun tradisional mempunyai nilai filosofis yang tinggi serta dapat merangsang anak untuk aktif dan bersosialisasi dengan baik.”

(<https://www.kemenpppa.go.id> diakses pada 18 Maret 2018 pukul 22.00 WIB)

Pengertian ruang bermain untuk anak dapat diartikan sebagai salah satu lingkungan yang baik, karena dengan adanya ruang bermain seorang anak mampu belajar dan bersosialisasi dengan sebayanya tidak bercampur dengan orang dewasa, jadi lingkungan akan lebih edukatif serta terkontrol. Lingkungan yang layak menjadikan sarana untuk anak bertumbuh kembang

dengan baik. Lingkungan seperti itulah yang dapat membentuk anak menjadi generasi yang baik untuk bangsa Indonesia. Selain adanya ruang bermain, lingkungan yang baik membuat anak merasa nyaman untuk bermasyarakat di sekitar tempat tinggalnya. Kemudian, lingkungan tersebut mampu menunjang anak dalam hal minat dan bakat serta jalur pendidikannya seperti diadakan pembuatan kreasi daur ulang dan pengadaan sistem jam belajar.

Dalam mewujudkan lingkungan yang baik seperti pemaparan diatas, peran orang tua dan keluarga juga sangat berpengaruh pada anak. Pada dasarnya keluarga merupakan tempat yang mampu memberikan stimulus dan motivasi pada anak. Orang tua memegang peranan dan tanggung jawab pada anak agar anak mendapatkan lingkungan yang baik untuk tumbuh kembangnya. Orang tua dan keluarga juga bertanggung jawab untuk ikut andil dalam menciptakan lingkungan yang baik tersebut dengan memperlakukan anak dalam lingkungan keluarga dengan baik. Meskipun lingkungan dari dalam keluarga mampu menjadikan anak menjadi lebih baik namun apabila lingkungan sekitar tidak mendukung hal tersebut, maka mampu mengancam keamanan dari seorang anak. Namun sampai saat ini masih banyak kekerasan dan kriminalitas pada anak. Kejahatan-kejahatan pada anak di Indonesia menyebar diseluruh daerah dengan berbagai macam bentuk, salah satunya ada di Yogyakarta.

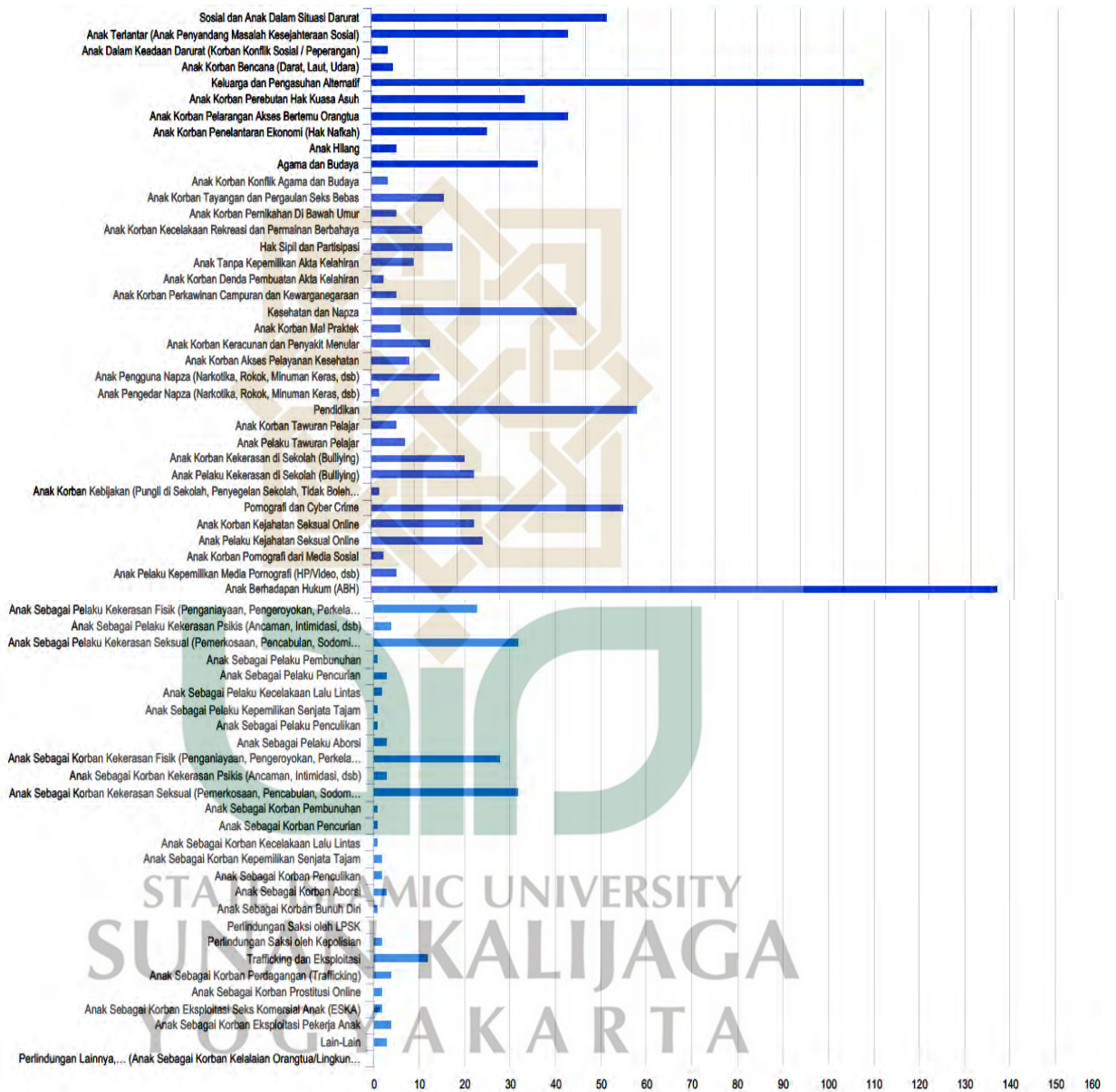
Dalam pemberitaan harian Tribun Jogja pada tanggal 07 Oktober 2017 diketahui bahwa Sri Sultan menjelaskan “Kami di Jogja ini agak kewalahan juga menghadapi kenakalan anak-anak khususnya anak-anak yang

berpendidikan SMP. Banyak anak-anak kita yang banyak melakukan kekerasan. Bukan anak SMA tapi anak SMP, kita ikut prihatin” (<http://www.tribunnews.com> diakses pada 24 Mei 2018 pukul 19.30 WIB). Hal tersebut menunjukkan harus ada gerakan yang dapat mengurangi kasus-kasus anak dan gerakan tersebut disadari serta dilakukan bersama baik dari pemerintah maupun masyarakat. Salah satu kasus kejahatan pada anak adalah kekerasan dan kriminalitas pada anak. Dalam pemberitaan di Tribun Jogja pada tanggal 12 Maret 2018, “Sepanjang tahun 2017, sebanyak 471 kasus kekerasan pada perempuan dan anak terjadi di Kabupaten Sleman” (<http://jogja.tribunnews.com> diakses pada 24 Mei 2018 pukul 19.00 WIB).

Kasus pada anak yang meliputi kriminalitas, kenakalan dan kekerasan pada anak dapat berawal dari lingkungan anak yang kurang baik. Kasus-kasus yang terjadi pada anak juga diakibatkan dari hak-hak anak yang belum terpenuhi seutuhnya. Selain kasus-kasus tersebut masih banyak kasus yang melibatkan anak sehingga harus segera ditanggulangi dan dilakukan pencegahan agar kasus-kasus pada anak dapat berkurang. Kasus-kasus tersebut membuat keresahan yang berlebih pada masyarakat karena mengkhawatirkan anaknya bila terpengaruh dan ikut dalam kasus yang terjadi pada anak lainnya. Jenis-jenis kasus pada anak serta jumlah anak yang terlibat dalam kasus dijelaskan pada Gambar 1. Data tersebut merupakan jumlah kasus dari tahun 2011-2016 dari Kementerian Perlindungan Anak Indonesia.

Gambar 1

Grafik Kasus Perlindungan Anak Periode 2011-2016



Sumber: <http://bankdata.kpai.go.id/tabulasi-data/> diakses pada 15 Maret 2018

pukul 20.00 WIB.

Grafik diatas menjelaskan jumlah anak yang mengalami permasalahan dan membutuhkan perlindungan dari Komisi Perlindungan Anak.

Perlindungan kepada anak juga dijabarkan pada firman Allah SWT pada surat An-Nisa ayat 9:

وَيَخْشَ لِيْنَ لَوْ شَاءُوا مِنْ عِبَادِهِمْ ذُرِّيَّةً ضَعِيفًا خَلُوا عَلَىٰ عِزِّهِمْ قَوِيَ ۗ لِلَّهِ وَلِيُّ الْقَوْمِ ۗ

سَيِّدًا

Artinya:

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar” (Q.S An-Nisa 9).

Kemudian, beberapa tahun yang lalu Indonesia berusaha mewujudkan lingkungan yang baik untuk anak melalui Peraturan Menteri Nomor 6 tahun 2013 tentang Pelaksanaan Pembangunan Keluarga dan Kebijakan menuju Kota Layak Anak. Pembentukan kota Layak Anak ini di harapkan mampu memberikan ruang gerak bagi anak untuk tumbuh, agar terwujud lingkungan yang baik untuk anak serta pemenuhan hak-hak anak. Hal tersebut ditanggapi baik oleh setiap daerah, termasuk Yogyakarta. Menuju Yogyakarta sebagai kota layak anak, Pemerintah kota Yogyakarta melalui DPPA (Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak) membuat sebuah program Kampung Ramah Anak. Meskipun pada tahun 2009 Yogyakarta sudah mendapatkan predikat kota layak anak karena adanya ruang bermain untuk anak seperti taman pintar, hal tersebut tidak membuat Pemerintah kota Yogyakarta untuk berhenti berinovasi mewujudkan dan mempertahankan Yogyakarta sebagai kota layak anak.

Sesuai dengan Perda (Peraturan Daerah) Kota Yogyakarta Pasal 1

no.14:

“Kampung Ramah Anak yang selanjutnya disebut KRA adalah kesatuan wilayah yang berbasis RW, yang menyatukan komitmen dan sumber daya lokal, masyarakat dan dunia usaha dalam pelaksanaan pembangunan yang berada di lingkungan setempat, dalam rangka menghormati, menjamin, dan memenuhi hak anak, melindungi anak dari tindak kekerasan, eksploitasi, pelecehan dan diskriminasi, dan mendengar pendapat” (<https://www.hukum.jogjakota.go.id> pada 18 Maret 2018 pukul 20.00 WIB).

Program kampung ramah anak ini mengambil perwakilan dari setiap rukun warga yang berada di kelurahan Yogyakarta. Program kampung ramah anak awalnya diberikan pada Kampung Badran dan Kampung Daragan. Kedua kampung ini menjadi *pilot project* untuk kampung ramah anak di kota Yogyakarta. Kampung ramah anak sebagai penyeimbang padatnya kota Yogyakarta sekarang yang dipenuhi oleh bangunan bertingkat. Hal tersebut mengakibatkan anak-anak mempunyai keterbatasan pada ruang bermain. Selain itu adanya kampung ramah anak merupakan salah satu perwujudan dari Kota Layak Anak.

Salah satu kelurahan yang menjadi titik rintis program kampung ramah anak adalah Kelurahan Bumijo, pada Kampung Badran. Kampung Badran awalnya merupakan bong China yang kemudian dijadikan sebuah pemukiman. Puluhan tahun yang lalu, Kampung Badran mendapatkan julukan sebagai kampung preman, karena adanya preman bernama Joko yang terkenal dengan sebutan Gun Jack. Julukan kampung preman juga muncul dari kebiasaan masyarakat di kampung Badran yang kurang baik. Julukan

yang diberikan oleh masyarakat mengenai Kampung Badran sebagai kampung preman sangat melekat di benak masyarakat.

Tahun 2011 di bulan Juli, walikota Herry Zudianto mencanangkan program kampung ramah anak tersebut. Pada Kampung Badran, program kampung ramah anak berawal di RW 11. Meskipun merupakan program dari pemerintah, program kampung ramah anak tidak bisa berjalan tanpa adanya bantuan dari masyarakat yang ada. Semenjak didirikannya program kampung ramah anak, hingga saat ini kampung ramah anak terus bertambah. Hingga saat ini kampung ramah anak berjumlah 188 kampung ramah anak di kota Yogyakarta. Saat ini Kampung Badran sudah memiliki beberapa kampung ramah anak di beberapa RW, yang awalnya hanya berada RW 11. Di dalam Kampung Badran pun terdapat perkumpulan anak yang diberi nama Forum Anak Kampung. Sadarnya masyarakat merupakan kekuatan dalam mengubah stigma Kampung Badran membantu terwujudnya program kampung ramah anak.

Hal ini menunjukkan adanya kemajuan dari program yang diberikan oleh pemerintah. Aktivitas warga kampung preman yang semula kurang kondusif karena banyaknya stigma atas kampung preman berubah menjadi kampung ramah anak. Perubahan yang dialami masyarakat Kampung Badran menjadi kampung ramah anak juga bertahap dari pengubahan kebiasaan yang awalnya kurang layak untuk anak-anak menjadi layak untuk anak. Tentunya dalam mewujudkan perubahan stigma tersebut, pemerintah juga bekerjasama dengan masyarakat. Meskipun tidak mengubah segala tatanan Kampung

Badran, namun Kampung Badran harus mengubah dari awal dalam pembuatan konsep kampung. Program kampung ramah anak dalam sebuah kampung tentu mengedepankan hak-hak anak didalam program. Tentunya, akan terlihat berbeda dari kampung biasa. Mengingat pula sebelum menjadi kampung ramah anak, Kampung Badran kuat dengan stigma sebagai kampung preman.

Kekuatan dalam perubahan stigma di Kampung Badran berada pada masyarakat Kampung Badran. Pada sebuah kampung, masyarakat merupakan komponen yang penting dalam sebuah perubahan. Dalam sebuah perkumpulan masyarakat di kampung, ada beberapa orang yang mampu mendorong dan menggerakkan masyarakat yang lain. Beberapa orang tersebut di sebut dengan tokoh masyarakat. Undang-undang nomor 8 tahun 1987 tentang protokol pada pasal 1 menyebutkan, tokoh masyarakat adalah seseorang yang karena kedudukan sosialnya mendapatkan penghormatan dari masyarakat dan pemerintah. (www.hukumonline.com diakses pada 21 Juni 2018 pukul 05.29 WB).

Melalui pengertian di atas tentang tokoh masyarakat, maka dapat diartikan bahwa keberadaan beberapa tokoh masyarakat berpengaruh dalam sebuah gerakan dalam sebuah kampung karena wewenang yang dimilikinya. Begitu pula dengan tokoh masyarakat yang berada di Kampung Badran RW 11. Tokoh masyarakat dalam Kampung Badran RW 11 merupakan ketua RW sebagai pemangku kampung. Dalam hal ini, tokoh masyarakat bertanggung jawab dengan segala tatanan yang ada di Kampung Badran RW 11. Termasuk

dengan program kampung ramah anak. Pihak dari pemerintah sebatas menjadi fasilitator untuk terciptanya kampung ramah anak. Maksudnya adalah, pemerintah memberikan fasilitas berupa dana untuk dikelola oleh tokoh masyarakat. Program kampung ramah anak, merupakan inisiatif dari tokoh masyarakat yang berada di wilayah setempat untuk mengajukan kampungnya sebagai kampung ramah anak. Pengajuan kampung ramah anak tentu dengan harapan agar kampung yang dimilikinya menjadi layak dan aman untuk ditinggali anak. Adanya tokoh masyarakat mampu menggerakkan masyarakat yang lain untuk mengubah stigma kampung preman yang berada di Kampung Badran dan menciptakan lingkungan yang baik untuk anak. Keberhasilan Kampung Badran mengubah stigma kampung preman menjadi kampung ramah anak, menjadikan Kampung Badran sebagai kampung percontohan untuk kampung-kampung lain di kota Yogyakarta.

Melihat fenomena di atas mengenai dirubahnya stigma kampung yang semula preman menjadi kampung ramah anak, membuat peneliti ingin melihat bagaimana kampanye yang dilakukan oleh tokoh masyarakat di Kampung Badran RW 11 untuk mengajak warganya menjalankan program kampung ramah anak. Kampanye masuk dalam perencanaan program komunikasi (PPK) yang mempunyai tujuan untuk mempengaruhi sikap khalayak. Ajakan untuk menjadikan kampung preman menjadi kampung ramah anak tidak hanya dilakukan oleh satu orang namun beberapa orang dengan tujuan yang sama. Karena merupakan struktur sebuah kampung, maka kampanye dilakukan oleh para tokoh masyarakat untuk mengajak warganya

mengikuti dan merubah stigma dari kampungnya yang semula kampung preman menjadi kampung ramah anak.

Kampanye merupakan sebuah pembahasan yang penting karena dalam upaya merubah kampung preman menjadi kampung ramah anak, dibutuhkan tindakan yang berkelanjutan yang kemudian memberikan efek tertentu dari sasaran yang ingin dituju. Kampanye dalam ranah kampung merupakan kampanye sosial dalam rangka mencapai sebuah perubahan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti akan menyusun rumusan masalah agar penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian. Rumusan masalah penelitian adalah “Bagaimana kampanye yang dilakukan oleh tokoh masyarakat di Kampung Badran RW 11 dalam mengajak warganya untuk menjalankan program kampung ramah anak?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui kampanye yang dilakukan oleh tokoh masyarakat dalam mengajak warganya untuk menjalankan program kampung ramah anak di Kampung Badran RW 11, Kecamatan Jetis, Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian diharapkan mampu menambahkan pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi pada pembahasan mengenai Kegiatan Komunikasi.

b. Penelitian diharapkan menambah referensi dalam pembahasan Kegiatan Komunikasi untuk para akademisi.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian diharapkan bermanfaat bagi Pemerintah Kota Yogyakarta untuk meningkatkan program Kampung Ramah Anak agar menjadi percontohan untuk daerah lain.
- b. Penelitian diharapkan menjadi salah satu evaluasi pemerintah untuk menciptakan lingkungan yang layak untuk anak.

E. Telaah Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai telaah pustaka antara lain:

1. Penelitian pertama dengan judul KAMPANYE PRODUK MINUMAN KESEHATAN INTERAKTIF (*studi kasus Go Sweat Go Ion Game Sebagai Media Kampanye Pemasaran Produk Pocari Sweat*). Penelitian tersebut merupakan jurnal karya RHEZA RAMADHYAN WICAKSANA, ATWAR BAJARI dari Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjadjaran, Volume 3, No.1, Juni 2015, hlm 81-92.

Ketertarikan pada penelitian ini berada pada penggunaan games sebagai strategi pemasaran dari sebuah produk, dan media kampanye menjadi saluran komunikasi dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah pemasaran produk melalui *games* dengan media kampanye sebagai media komunikasi terbilang efektif. Lebih dari 15.000 peserta mendownload aplikasi *games* dalam kurun waktu kurang lebih 1 bulan.

Persamaan dalam penelitian ini adalah pembahasan mengenai kampanye sosial untuk melakukan sebuah perubahan sosial. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian menggunakan media kampanye sebagai salah satu cara dalam memasarkan produk, namun penelitian yang akan dilakukan kampanye sebagai bentuk untuk melakukan perubahan sosial.

2. Penelitian yang kedua berjudul *MANAGEMENT KAMPANYE PUBLIC RELATIONS DALAM MENGHADAPI ISU (Studi deskriptif kualitatif pada kegiatan factory visit di PT.Djarum Kudus)*. Penelitian ini merupakan skripsi karya DRARA NOVIA DWI ASTRINI dari Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ketertarikan pada penelitian ini terletak pada manajemen kampanye yang dilakukan oleh public relations dari PT Djarum Kudus dalam menghadapi isu rokok yang sedang berlangsung. Hasil penelitian adalah penelitian ini menjabarkan langkah-langkah dalam manajemen kampanye tersebut. Pertama, dari segi organisasi yang merupakan pembuat program dan publik yang menjadi sasaran dari kegiatan. Kampanye disini digunakan sebagai salah satu teknik dalam menyelesaikan isu yang ada. Persamaan yang ada dalam penelitian ini terletak pada kajian kampanye sebagai kegiatan komunikasi. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada posisi kampanye dalam penelitian ini hanya sebatas praktik yang ada di perencanaan program, bukan menjadi bahasan utama.

3. Penelitian ketiga berjudul DAMPAK KAMPANYE KESELAMATAN LALU LINTAS DINAS PERHUBUNGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DIKALANGAN PELAJAR (*Studi deskriptif kualitatif pada perilaku berlalu lintas siswa SMA AI 1 Surabaya*). Penelitian ini merupakan skripsi karya ROFIK FITRIANI jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ketertarikan penelitian ini adalah berfokus pada dampak kampanye yang dilakukan oleh subjek penelitian. Hasil penelitian ini adalah dampak kampanye yang terjadi pada siswa setelah diberi kampanye lalu lintas. Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah pada kajian pembahasan yaitu kampanye. Perbedaan yang ada dalam penelitian ini terletak pada jenis kampanye yang dilakukan sudah terdapat di program dari objek penelitian.

F. Landasan Teori

1. Kampanye

Dalam melakukan tindakan yang menciptakan efek tertentu bagi khalayak, maka pembahasan mengenai tindakan tersebut dapat masuk dalam pengertian kampanye.

“Kampanye merupakan sebuah upaya yang diorganisasi oleh satu kelompok (agen perubahan) yang bertujuan untuk mempengaruhi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu agar dapat melakukan tindakan sesuai dengan yang tujuan bersama (Cangara,2016:229).”

Menurut pengertian di atas dapat diketahui bahwa kampanye merupakan tindakan yang menggunakan saluran komunikasi dengan khalayak

yang banyak. Pengertian mengenai kampanye diperkuat oleh Rogers dan Storey (1987) yang mendefinisikan kampanye sebagai “Serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Venus,2004:7). Karena kampanye merupakan tindakan komunikasi, diperlukan komunikator yang baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak dengan jumlah yang besar.

Kampanye dibedakan sesuai dengan tujuan masing-masing, terdapat tiga kategori kampanye menurut Charles U. Larson (1992) dalam (Ruslan,2005:25), yaitu:

a. *Product-oriented campaign*

Istilah lain dari kampanye ini adalah kampanye produk. Kampanye ini bertujuan untuk sebuah produk baru dari sebuah perusahaan. Program-program kampanye berorientasi pada promosi produk dari perusahaan. Pada kampanye ini *public relations* memiliki peran untuk memberikan citra yang positif terhadap perusahaan melalui kampanye.

b. *Candidate-oriented campaign*

Kampanye ini adalah kampanye kandidat yang berorientasi pada politik dan kewenangan. Kampanye ini menentukan kemenangan dari kandidat yang telah di pilih. Pada kampanye ini, *public relations* membantu untuk pemasaran dan pengiklanan dari kandidat untuk pendukung kandidat yang tersebar di daerah.

c. *Ideologically or cause oriented campaign*

Kampanye ini merupakan kampanye dalam bentuk sosial untuk memberikan perubahan sosial. Kampanye jenis ini juga disebut dengan *social campaign*. Karena tujuannya berbentuk sosial maka kampanye ini kerap digunakan dalam menangani masalah-masalah sosial yang berdampak pada perubahan sikap.

Pembahasan mengenai kampanye kampung ramah anak masuk kedalam jenis kampanye *ideologically or cause oriented campaign*. Hal tersebut menjadi jelas karena riwayat dari Kampung Badran yang merupakan kampung preman berubah menjadi kampung ramah anak.

Kampanye memiliki tujuan kampanye agar pesan tersebut dapat diterima oleh khalayak pada umumnya. Tujuan kampanye adalah sebagai berikut (Liliweri,2011:676):

- a. Bekerja sama dengan orang-orang untuk menyebar informasi baik secara langsung maupun tidak langsung agar orang-orang dapat menentukan sikap untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai dengan kepentingan umum.
- b. Menekan para pemberi kewenangan untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi oleh masyarakat umum.
- c. Memberikan informasi dan kependudukan pada setiap individu atau publik.
- d. Memberikan perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan harapan untuk menyejahterakan kehidupan.

- e. Mempengaruhi orang-orang untuk melakukan sebuah tindakan tertentu.

2. Tahapan Kampanye

Kampanye dilakukan untuk membuat orang lain mempercayai dan melakukan suatu tindakan tertentu. Karena merupakan sebuah tindakan komunikasi, dalam mempersiapkan sebuah kampanye harus melalui beberapa tahapan, agar kampanye dapat mencapai tujuan. Tahapan dalam kampanye ada tiga, yaitu (Venus,2004:143-219):

a. Perencanaan Kampanye

Tahap perencanaan merupakan tahapan awal dalam melakukan kampanye. Kampanye merupakan kajian dalam bidang perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi diperlukan agar perencanaan kampanye sesuai dengan tujuan yang ditentukan. Pada perencanaan sebuah kampanye, Assifi dan French (1982) menyusun delapan langkah yang dapat dilakukan dalam perencanaan komunikasi untuk kampanye, yakni (Cangara,2016:232):

1) Menganalisis masalah

Analisis masalah diperlukan untuk mengidentifikasi masalah sesuai dengan sasaran kampanye. Sasaran kampanye sebaiknya mampu menyelesaikan permasalahan publik.

2) Menganalisis khalayak

Setelah menganalisis masalah yang akan diangkat, maka selanjutnya adalah menganalisis khalayak. Hal ini diperlukan agar masalah dan khalayak memiliki kesinambungan.

3) Merumuskan tujuan (*objective*)

Saat melakukan sebuah kampanye, tentunya ada tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Misalnya kampanye lingkungan, tujuannya untuk menyadarkan kepada masyarakat tentang menjaga lingkungan. Untuk itu, merumuskan tujuan perlu masuk dalam daftar perencanaan kampanye.

4) Memilih media

Kampanye juga harus memperhatikan media yang akan menjadi saluran kampanye. Media menjadi poin yang penting, karena apabila salah dalam menentukan media, tujuan kampanye tidak dapat tercapai dengan maksimal.

5) Mengembangkan pesan

Pengembangan pesan merupakan tugas dari seorang komunikator dalam kampanye. Pesan yang disampaikan komunikator harus dapat diterima oleh khalayak.

6) Merencanakan produksi media

Setelah menentukan media, produksi media harus direncanakan agar berjalan dengan lancar.

7) Merencanakan manajemen program

Program yang dihasilkan juga harus diperhatikan agar kampanye tetap memenuhi tujuan dan masalah yang diresahkan dapat teratasi.

8) Monitoring dan evaluasi

Kampanye juga harus di evaluasi dan di monitoring, agar kegiatan kampanye kelak tidak keluar dari apa yang diharapkan.

b. Pelaksanaan Kampanye

Pelaksanaan kampanye merupakan tahapan setelah merencanakan sebuah kampanye. Perencanaan kampanye yang baik dapat membuat pelaksanaan berjalan secara lebih baik dan sistematis. Beberapa tahapan yang dapat dilakukan dalam melaksanakan sebuah kampanye, antara lain (Venus,2004:200);

1) Realisasi unsur-unsur kampanye

Terdapat beberapa macam unsur-unsur realisasi kampanye, yaitu:

a) Perekrutan dan pelatihan personel kampanye

Kampanye merupakan kerja tim, untuk itu kampanye membutuhkan personel yang baik dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

b) Mengonstruksi pesan

Terris (Pfau dan Parrot, 1993) menyarankan konstruksi pesan yang lebih bersifat personal yang seolah-olah ditujukan untuk setiap individu untuk memotivasi khalayak yang apatis.

c) Menyeleksi penyampai pesan kampanye

Saat melaksanakan kampanye, seorang komunikator harus dipilih secara seksama agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat sesuai dengan tujuan kampanye.

d) Menyeleksi saluran kampanye

Hal-hal yang perlu diperimbangkan dalam memilih saluran media kampanye antara lain; jangkauan media, tipe dan ukuran besarnya.

2) Uji coba rencana kampanye

Uji coba rencana kampanye digunakan untuk menyusun strategi (pesan, media dan penyampai pesan) yang paling sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

3) Tindakan dan pemantauan kampanye

Kampanye merupakan kegiatan yang terencana dan terprogram, untuk itu tindakan kampanye harus dipantau agar tidak keluar dari arah yang ditetapkan. Kampanye

mempunyai sifat adaptif, antisipasif, integratif dan berorientasi pada pemecahan masalah.

4) Laporan kemajuan

Laporan kemajuan umumnya dimuat berbagai data dan fakta tentang berbagai hal yang telah dilakukan selama masa kampanye. Data tersebut berupa realisasi rencana kampanye, temuan lapangan baik yang positif maupun negatif.

c. Evaluasi Kampanye

Evaluasi merupakan tahapan akhir dalam melakukan kampanye. Evaluasi diperlukan untuk mengetahui kegiatan kampanye yang berjalan sudah sesuai dengan tujuan kampanye dan pesan yang diberikan pada komunikator dapat diterima oleh khalayak. Evaluasi juga dapat diartikan sebagai pemeriksaan kembali atas kegiatan yang sudah dilakukan. Terdapat jenis evaluasi kampanye, sebagai berikut (Liliweri,2011:729):

1) Evaluasi Formatif

Evaluasi formatif adalah evaluasi yang dilaksanakan ketika suatu program sedang berlangsung. Tujuan dari evaluasi formatif adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari strategi kampanye dan materi kampanye.

2) Evaluasi Proses

Evaluasi proses adalah evaluasi yang dilakukan untuk mengukur keseluruhan proses dalam sebuah kampanye. Evaluasi proses dapat menjawab dari implementasi kampanye.

3) Evaluasi *Outcomess*

Evaluasi *outcomes* adalah pengukuran kampanye setelah kampanye dilaksanakan. Evaluasi *outcomes* dapat melihat dari segi pandangan, persepsi, dan sikap pelaku kampanye yang sebanding dengan efek dari kampanye yang terjadi pada audiens yang menjadi sasaran.

3. Teori Tahapan Perubahan

Kampanye merupakan tindakan komunikasi yang terencana dan terprogram. Kampanye juga disebut sebagai praktik dari tindakan persuasi, untuk itu teori-teori kampanye banyak mengadopsi dari teori komunikasi persuasi. Membahas mengenai kampanye secara keseluruhan, tentu hal tersebut berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Teori yang berkaitan dengan kampanye secara keseluruhan adalah teori tahapan perubahan (*Stages of Change Theory*).

Teori tahapan perubahan merupakan teori yang menguraikan kembali bagaimana sebuah kampanye yang sudah berjalan dan melihat kampanye dari tahap perubahan.

Karena tujuan kampanye adalah melakukan sebuah perubahan, ada lima unsur perubahan (Venus,2004:39);

a. *Precontemplation* (praperenungan)

Pada tahap ini masalah sosial bermunculan namun khalayak tidak menaruh simpati pada masalah yang sedang dihadapi. Khalayak belum merasa membutuhkan sebuah perubahan perilaku.

b. *Contemplation* (perenungan)

Pada tahap ini khalayak menyadari atas masalah yang telah terjadi di masyarakat. Tahap ini merenungkan perubahan perilaku yang mampu menghadapi permasalahan yang dihadapi.

c. *Preparation* (persiapan)

Tahap persiapan adalah tahap perubahan perilaku akan dilakukan oleh khalayak. Tahapan ini menentukan pesan kampanye yang telah berlangsung mampu mengubah perilaku khalayak atau tidak.

d. *Action* (tindakan)

Tahap tindakan merupakan tahapan dalam pelaksanaan kampanye. Tahapan ini adalah tindakan perubahan perilaku yang telah didapatkan dari kampanye.

e. *Maintenance* (pemeliharaan)

Tahap pemeliharaan merupakan tahap penilaian dari manfaat yang didapatkan dari sebuah kampanye. Kampanye yang telah berlangsung juga melalui tahap evaluatif, tentu pada tahap ini

evaluatif termasuk didalamnya. Tahap ini akan melihat kampanye yang berlangsung sesuai dengan tujuan kampanye yang diharapkan sebelumnya atau tidak.

2. Kota Layak Anak

Kota layak anak merupakan kota/kabupaten yang memiliki sistem pembangunan wilayah berbasis hak anak dengan memadupadankan antara sumber daya, masyarakat, dan dunia usaha. Kota layak anak memiliki program yang berkelanjutan sesuai dengan kebijakan yang berlaku. Kota layak anak merupakan bentuk dari implementasi konvensi hak anak kedalam pembangunan sebagai langkah awal mengedepankan kepentingan anak. Menurut Pusat Kajian Perlindungan Anak Indonesia, transformasi hak-hak anak ini tidak sekedar perubahan substansi perubahan dari kerangka hukum kedalam kerangka strategis pembangunan, namun juga mengubah paradigma para pemangku kepentingan, transformasi dari paradigma pemenuhan hak dan perlindungan dari dari sektoral, parsial dan segmentatif menjadi paradigma holistik, integratif, dan berkelanjutan.



Sumber: <http://www.pkpaindonesia.org/index.php/> diakses pada 25 Mei 2018 pukul 10.00 WIB.

Pada pasal 8 UU Perda Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Kota Layak Anak di sebutkan bahwa kebijakan kota layak anak diarahkan untuk memenuhi hak anak melalui 3 program (<https://www.hukum.jogjakota.go.id> diakses pada 10 April 2018);

a. Pengembangan sekolah ramah anak

Pengembangan sekolah ramah anak adalah salah satu perwujudan kota layak anak dari segi pendidikan. Pendidikan pada umumnya memang telah menjadi kepentingan untuk anak, namun sekolah ramah anak lebih menekankan kembali penjaminan dan pengutamaan hak-hak anak secara bertanggung jawab dan terencana.

b. Pelayanan kesehatan ramah anak

Pelayanan kesehatan ramah anak menunjang terwujudnya kota layak anak dari segi kesehatan. Hal ini mengingat bahwa banyaknya pelayanan kesehatan yang lebih umum, sehingga membuat anak cenderung takut untuk pergi ke layanan kesehatan.

Pelayanan kesehatan ramah anak juga memberikan ruang tunggu nyaman bagi anak.

c. Kampung ramah anak

Kampung ramah anak menjadi salah satu perwujudan kota layak anak dengan menggunakan fungsi lingkungan dalam menciptakan anak yang baik. Kampung ramah anak juga ikut andil

dalam melindungi anak dari segi lingkungan disekitar tempat tinggalnya.

Menurut UU Perda Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Kota Layak Anak, indikator KLA (Kota Layak Anak) adalah variabel yang merupakan acuan untuk mengupayakan terpenuhinya hak anak dan terwujudnya kota layak Anak. Indikatornya sebagai berikut (<https://www.hukum.jogjakota.go.id> diakses pada 10 April 2018):

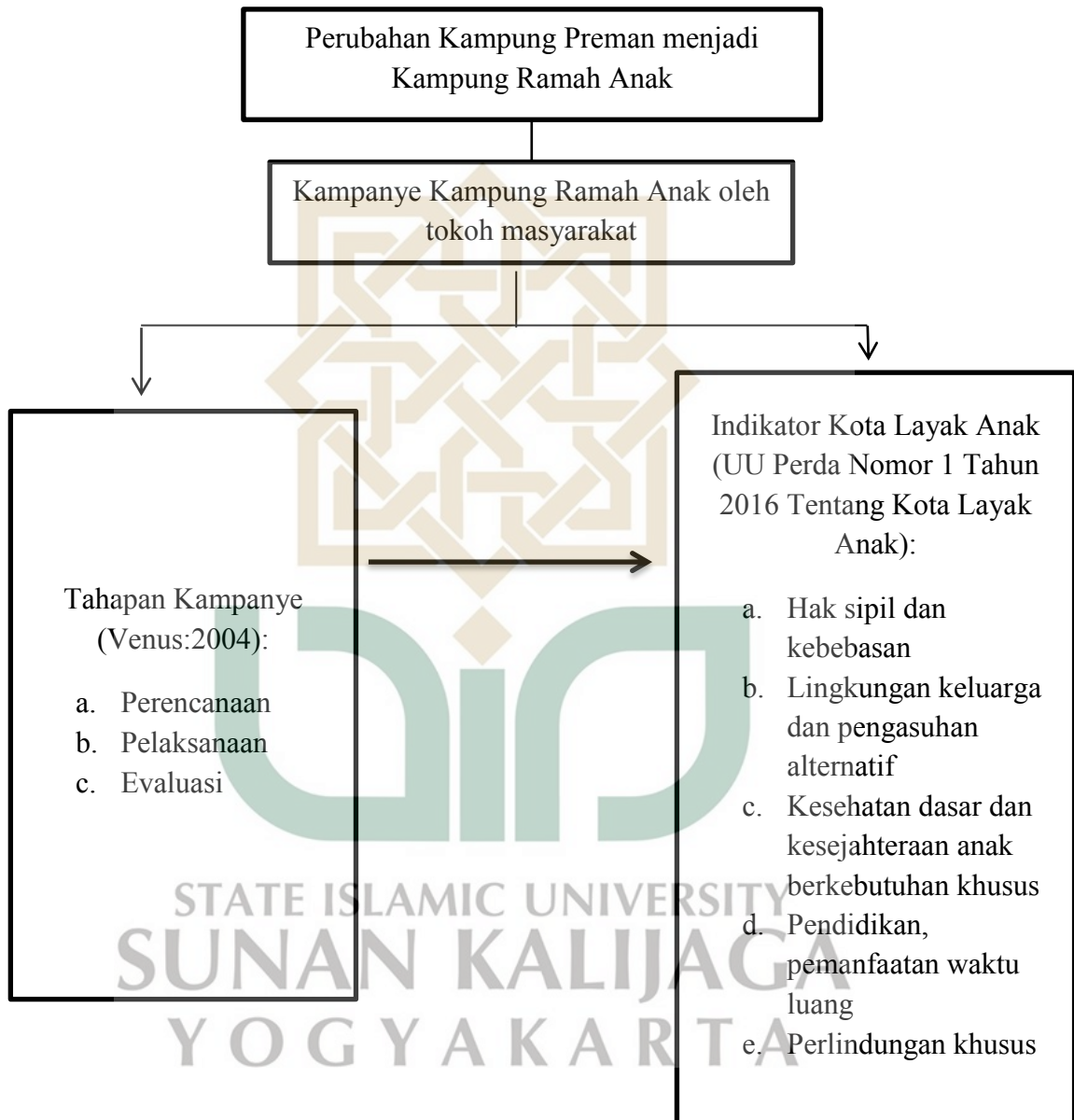
- 1) Hak sipil dan kebebasan
- 2) Lingkungan keluarga dan pengasuhan alternatif
- 3) Kesehatan dasar dan kesejahteraan anak berkebutuhan khusus
- 4) Pendidikan, pemanfaatan waktu luang
- 5) Perlindungan khusus



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

Penelitian akan lebih lengkap dengan adanya sebuah metode dibutuhkan untuk menjelaskan secara detail dan rinci mengenai masalah yang akan diteliti. Langkah-langkah yang harus dilakukan untuk meneliti masalah tersebut. Berikut adalah penjabaran mengenai metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti:

1. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali fenomena secara lebih mendalam dan tidak perlu menggunakan sampling serta menguji hipotesa (Krisyantono, 2009:56). Alasan penggunaan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif karena peneliti bermaksud untuk menjelaskan proses kampanye program kampung ramah anak dalam mewujudkan kota layak anak di Yogyakarta.

2. Subjek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian pada penelitian ini adalah tokoh masyarakat di Kampung Badran yang bersangkutan langsung pada program Kampung Ramah Anak. Sedangkan obyek penelitian adalah Kampanye program Kampung Ramah Anak dalam mewujudkan kota layak anak di Yogyakarta.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal dari penemuan langsung di lapangan. Metode yang digunakan untuk menemukan data primer yaitu:

1) Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang digunakan dalam metode penelitian untuk mendapatkan informasi secara rinci dan detail dari semua responden dengan keperluan informasi yang ingin didapatkan (Mulyana, 2001:181). Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah *in-dept interview*. Teknik wawancara tersebut digunakan untuk mengetahui informasi secara mendalam, rinci mengenai pewawancara dan masalah penelitian yang bersangkutan. Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* dalam menemukan informan untuk diwawancarai. Teknik ini digunakan untuk menemukan satu sampling kemudian menggali sampel lain secara berantai sesuai tujuan dari penelitian. *Key informan* adalah Bapak Joko yang merupakan mantan ketua RW 11 pada saat Program Kampung Ramah Anak di canangkan di Kampung Badran.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti untuk memperkuat penelitian sebagai data pendukung serta data tersebut tidak didapatkan secara langsung di lapangan. Data sekunder yang akan digunakan peneliti sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi merupakan informasi yang diperoleh melalui tahapan pemilihan, pengubahan, pencatatan, pengodean. Observasi berfungsi untuk menjelaskan secara rinci peristiwa (Subandy, Rahmat, 2016:145). Observasi yang digunakan adalah observasi secara tidak langsung karena kampanye telah berlangsung.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk mengumpulkan data dan mempelajari data-data yang ada dalam penelitian. Data-data berupa publikasi, majalah dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian.

Dokumentasi juga berfungsi untuk memperkuat informasi pada penelitian.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan peneliti merujuk pada analisis model Miles & Huberman (Pawito, 2008: 104) yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan pemilihan data untuk menggolongkan, menanjamkan, mengorganisasikan data hingga kesimpulan akan terlihat. Data yang direduksi mempermudah bagi peneliti dalam mencari kembali data yang diperlukan serta memberikan gambaran yang lebih dalam mengenai hasil pengamatan (Ardianto,2010:216).

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menyusun sebuah informasi sehingga dapat ditarik kesimpulan. Penyajian data digunakan untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari sebuah penelitian (Ardianto,2010:216).

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan atas dasar pengumpulan informasi yang telah disajikan. Kesimpulan yang telah didapat dari data-data yang dikumpulkan kemudian di verifikasi untuk mencapai *intersubjective consesnsus* (Ardianto,2010:216).

5. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data digunakan untuk mengukur nilai kebenaran dalam sebuah penelitian. Metode keabsahan data yang digunakan adalah pendekatan triangulasi data. Triangulasi data

digunakan untuk menguji pemahaman peneliti dan pemahaman informan mengenai masalah yang diinformasikan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan triangulasi sumber data. Sumber pada penelitian ini merupakan DPPA (Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak) dan KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia) kota Yogyakarta.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian yang telah penulis lakukan, maka didapatkan kesimpulan yaitu:

Kampanye menurut Rogers dan Storey (1987) dalam buku Venus (2004:7) merupakan kegiatan atau tindakan komunikasi yang terencana dan menciptakan efek tertentu dan dilanjutkan secara berkelanjutan. Berdasarkan penegertian diatas, dapat diketahui dalam kampanye kampung ramah anak tindakan tersebut dilakukan oleh tokoh masyarakat yang dengan sadar menjadikan kampungnya sebagai kampung ramah anak.

Kampanye yang dilakukan oleh tokoh masyarakat di Kampung Badran RW 11 melewati beberapa tahapan kampanye. Tahapan kampanye tersebut yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Dalam perencanaan kampanye yang dilakukan, tokoh masyarakat memfokuskan tujuan kampanye pada permasalahan perlindungan anak. Hal itu dilakukan karena Kampung Badran RW 11 dirasa memiliki riwayat kekerasan pada anak. Dengan tujuan yang jelas, maka dalam perencanaan kampanye tokoh masyarakat diarahkan pada permasalahan tersebut. Dari pemberian pesan, tokoh masyarakat menyisipkan pesan-pesan yang dengan memberikan pemahaman mengenai hukuman atas kekerasan pada anak.

Saat pelaksanaan kampanye, kegiatan yang telah direncanakan oleh tokoh masyarakat masih terdapat perbedaan dari kegiatan yang sebelumnya di rencanakan oleh tokoh masyarakat. Hal itu dikarenakan kondisi di lingkungan dan respon dari masyarakat yang kurang baik. Namun, dalam pelaksanaan kampanye tokoh masyarakat dibantu dengan program-program yang sebelumnya telah ada serta inisiatif dari Mudiba untuk membuat program yang positif untuk anak. Dalam pelaksanaannya, tokoh masyarakat juga dibantu dengan program-program yang telah dibuat oleh CSR Sari Husada.

Evaluasi kampanye yang ada didalam kampung ramah anak Badran RW 11 masih berada pada evaluasi yang dilakukan oleh masyarakat. Pemerintah belum memberikan evaluasi karena terdapat komunikasi yang kurang baik, dari pemerintah dan tokoh masyarakat. Dalam pelaksanaan evaluasi kampanye, evaluasi belum terstruktur dengan baik. Hal itu dibuktikan dengan adanya program yang direncanakan dan dibuat namun kemudian menghilang, kemudian program-program baru yang ada di dalam Kampung Badran RW 11 merupakan bantuan dari CSR dan inisiatif dari masyarakat. Bukan dari tokoh masyarakat.

Namun, sejauh pengamatan yang telah dilakukan penulis, kampanye yang berlangsung cukup baik karena masyarakat sudah memiliki kesadaran untuk merubah stigma negatif kampungnya yang memiliki riwayat negatif menjadi kampung ramah anak.

B. Saran

Dari uraian analisis mengenai penelitian kampanye program kampung ramah anak dalam mewujudkan kota layak anak di Yogyakarta, penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Kepada akademis, dalam diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih memperdalam mengenai respon dan tanggapan dari adanya kampung ramah anak terutama dari segi orang tua yang menjadi fokus kampanye yang dilakukan. Serta perkembangan dari kampung ramah anak sendiri. Selain itu, penelitian ini dapat menambah referensi dalam pembahasan kampanye di bidang Ilmu Komunikasi.
2. Kepada pemerintah kota Yogyakarta, sebaiknya meskipun dikelola oleh para tokoh masyarakat sendiri, namun pihak pemerintah sebagai fasilitator dapat memberikan *follow up* terhadap perkembangan dari kampung ramah anak.
3. Kepada praktisi penggiat kampung ramah anak, sebaiknya dalam membuat program-program kampung ramah anak harus lebih inovatif agar anak tidak merasa bosan serta program yang berjalan harus terus dikembangkan. Apabila program tidak dikembangkan, generasi anak selanjutnya tidak merasakan program tersebut dan kampung ramah anak akan mengalami kemunduran, bukan kemajuan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan terjemahan

Arfiansyah Panji Purnandaru. 12 Maret 2017. *471 Kasus kekerasan pada perempuan dan anak terjadi di Sleman sepanjang 2017*. <http://jogja.tribunnews.com/2018/03/12/471-kasus-kekerasan-pada-perempuan-dan-anak-terjadi-di-sleman-sepanjang-2017> Diakses pada 24 Mei 2018 pukul 19.00 WIB

Ardianto, Ervinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Bank Data Perlindungan Anak. 17 Juli 2016. *Data Kasus Perlindungan Anak Berdasarkan Lokasi Pengaduan dan Pemantauan Media Se-Indonesia*. <http://bankdata.kpai.go.id/tabulasi-data/> Diakses pada 15 Maret 2018 pada pukul 20.00 WIB.

Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi; Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Bajari Atwar, Rheza Ramadhan. 2015. "Kampanye Produk Minuman Kesehatan Melalui Games Interaktif". *Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung*. Hal 81-92.

Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, Dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.

Departemen Ilmu Komunikasi UGM. 16 Desember 2017. *Kampung Badran: Dari Kampung Preman Menjadi Kampung Ramah Anak*. <http://wargajogja.net/komunitas/kampung-badran-dari-kampung-preman-menjadi-kampung-ramah-anak.html>. Diakses pada 10 Mei 2018 pukul 19.00 WIB.

Dewi Mutia, Masri Hadiwijaya. 2016. "Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang dalam Kampanye Program EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera)". *Jurnal Komunikasi Universitas Islam Indonesia*.

Dwi Nourma Handito. 10 Juli 2017. *Sri Sultan Kewalahan Hadapi Kenakalan Remaja Yogyakarta*. <http://www.tribunnews.com/regional/2017/07/10/sri-sultan-kewalahan-hadapi-kenakalan-remaja-yogyakarta>. Diakses pada 24 Mei 2018 pukul 19.30 WIB

Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Karya

Fitriani, Rofik. 2016. *Dampak Kampanye Keselamatan Lalu Lintas Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika di Kalangan Pelajar*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Greener, Tony. 1993. *Kiat Sukses Public Relations* (Nuraki Azis. Terjemahan). Jakarta: Bumi Aksara.

Hamidi. 2010. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.

Hukum Online. 23 Juli 1979. *Hirarki Peraturan Undang-undang*. <https://www.hukumonline.com> Diakses pada 18 Maret 2018 pukul 22.00 WIB.

Karim, Muhammad Rusli. 2004. *Seluk Beluk Perubahan Sosial*. Surabaya: Usaha Nasional.

Kementrian Pemberdayaan Perlindungan Anak. 2018. *Kabupaten/Kota Layak Anak*. <https://kla.id>. Diakses pada 20 Mei 2018 pukul 21.00 WIB.

Larasati Maulina, Rike Septiyana. 2014. "Kampanye Program Badan Pendudukan Keluarga Berencana Nasional". *Jurnal Komunikasi Universitas Negri Jakarta*.

Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.

- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novia, Drara. 2013. *Managemen Kampanye Public Relations dalam Menghadapi Isu*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Pusat Kajian Perlindungan Anak. 04 Januari 2012. <http://www.pkpaindonesia.org/index.php/> Diakses pada 25 Mei 2018 pukul 10.00 WIB.
- Rahmat, Jalaludin dan Idi Subandy. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Respati, Hokok Nurrachmat. 2017. *Penerapan Program CSR PT Sari Husada Melalui Kemitraan Dengan PKPU di Kampung Badran RW 11*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- SJDI Bagian Hukum Pemerintah Kota Yogyakarta. 2016. *Perda Kota*. <https://www.hukum.jogjakota.go.id> Diakses pada 18 Maret 2018 pukul 21.00 WIB
- Tim Publikasi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. 23 Juli 1979. <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/arsip/ln/1990/kp36-1990.pdf> Diakses pada 23 Mei 2018 pukul 15.00 WIB.
- Tim Publikasi Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. 11 Desember 2017. *Festival Kampung Berseri Ramah Anak*. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/1559/festival->

kampung-berseri-ramah-anak Diakses pada 18 Maret 2018 pukul 22.00
WIB.

Venus, Antara. 2012. *Managemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama
Media.



LAMPIRAN



Papan jam belajar masyarakat



Papan Hati-hati banyak anak



Papan Gemar Membaca



Pelaksanaan JBM



**Proses Wawancara Informan
Sariman**



**Proses Wawancara Informan
Anastasia Partini**



Proses Wawancara Informan Joko

INTERVIEW GUIDE

Rumusan Masalah :

Bagaimana kampanye yang dilakukan oleh tokoh masyarakat di kampung Badran RW 11 dalam mengajak warganya untuk menjalankan program kampung ramah anak?

a. Perencanaan

1. Apakah tujuan kampanye sudah sesuai dengan standar kota layak anak?
2. Bagaimana pemilihan media kampanye untuk program kampung ramah anak di dalam sebuah kampung?
3. Apa saja strategi yang dilakukan dalam perencanaan kampanye?
4. Bagaimana perencanaan penyampaian pesan saat kampanye?
5. Bagaimana pemilihan komunikator penyampai kampanye?
6. Apakah tujuan kampanye program kampung ramah anak sudah sesuai dengan kebebasan anak dalam mengemukakan keinginan?
7. Bagaimana program kampanye dalam menyikapi kesejahteraan lingkungan anak dalam kampung?
8. Bagaimana penjaminan sosial dalam program kampanye kampung ramah anak?
9. Bagaimana strategi dalam pengadaan program pendidikan didalam kampanye kampung ramah anak?
10. Apakah perlindungan anak ada dalam perencanaan program kampanye kampung ramah anak?

b. Pelaksanaan

1. Bagaimana respon masyarakat saat adanya program kampanye kampung ramah anak?
2. Bagaimana penjaminan kebebasan mengemukakan keinginan dalam proses kampanye?
3. Bagaimana dorongan orangtua untuk mengikuti kampanye?
4. Bagaimana permasalahan mengenai kesejahteraan sosial dalam program kampanye?
5. Apakah dalam pelaksanaan kampanye terdapat kegiatan yang mengandung unsur pendidikan?
6. Bagaimana menghadapi anak yang memerlukan perlindungan khusus dari badan hukum?
7. Bagaimana proses penyampaian pesan yang dilakukan?
8. Media apa yang digunakan dalam proses kampanye?

c. Evaluasi

1. Apakah kampanye berjalan sesuai dengan tujuan dan target?
2. Bagaimana perubahan yang terjadi setelah adanya kampanye?
3. Kendala apa saja yang dihadapi saat terjadi kampanye?
4. Apa yang dilakukan dalam meningkatkan kegiatan di bidang pendidikan?
5. Bagaimana tolak ukur dari kesejahteraan sosial sebelum dan setelah adanya kampanye program kampung ramah anak?
6. Apa harapan kedepan dari adanya program kampung ramah anak?
7. Apa anak-anak cukup mendapatkan yang mereka butuhkan setelah adanya program kampung ramah anak?





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)585300; Fax. (0274)519571 Yogyakarta 55281

SURAT KETERANGAN

Nomor : UIN.02/TU.SH/PP.00.9/0035/01/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menerangkan bahwa:

Nama : Untari Wayuningsih
NIM : 15730116
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (tujuh)
Tahun Akademik : 2017/2018

Sudah mengikuti Kegiatan "SOSIALISASI PEMBELAJARAN (SOSPEM) DI PERGURUAN TINGGI BAGI MAHASISWA BARU TAHUN AKADEMIK 2015/2016" yang dilaksanakan pada tanggal 24-26 Agustus 2015 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan dinyatakan lulus. Sertifikat hilang. Surat keterangan ini dibuat sebagai pengganti karena Sertifikat yang bersangkutan hilang.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 8 Januari 2018

Dekan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Tata Usaha,
Dra. Buchi Susilowati, M.A.
NIP. 196204241991032003





SERTIFIKAT

Nomor: UIN-02/L3/PP.00.9/73.0.5927/2015

TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Untari Wahyuningsih
 NIM : 15730116
 Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
 Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Angka	Nilai	Huruf
1.	Microsoft Word	100		A
2.	Microsoft Excel	100		A
3.	Microsoft Power Point	90		A
4.	Internet	85		B
5.	Total Nilai	93.75		A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan		

Standar Nilai:

Angka	Huruf	Predikat
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



Yogyakarta, 18 Desember 2015
 Kepala PTIPD
 Dr. Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom.
 NIP.19770103 200501 1 003





TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.25.1/2018

This is to certify that:

Name : **Untari Wahyuningsih**
Date of Birth : **November 02, 1996**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **October 31, 2018** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	41
Structure & Written Expression	41
Reading Comprehension	41
Total Score	410

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, October 31, 2018
Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.73.26.1/2018

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Untari Wahyuningsih :

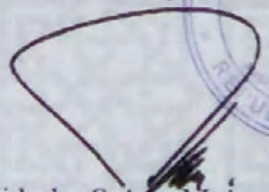
تاريخ الميلاد : ٢ نوفمبر ١٩٩٦

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٣٠ أكتوبر ٢٠١٨، وحصلت على درجة :

٣٧	فهم المسموع
٢٨	التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٩	فهم المقروء

مجموع الدرجات
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ٣٠ أكتوبر ٢٠١٨
المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ág.

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١٠.٠٥



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571

SERTIFIKAT

No. B-045/Un.02/DSH.3/PP.00.09/ 10 /2018

Diberikan Kepada:

UNTARI WAHYUNINGSIH

NIM : 15730116

Program Studi Ilmu Komunikasi

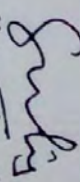
Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Qur'an
dengan Predikat :

Baik (B)

22 Oktober 2018

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan


Sulistyarningsih

Sertifikat

Nomor: UIN.03/KP-073/PP.09/89b/05/2017

dibynkan kepada:

WARTUMNESIH

Sebagai:

Peserta

Pelatihan Public Relations dengan tema "Public Speaking"

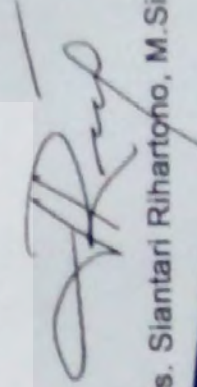
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, 4 Mei 2017
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Ketua Panitia Pelaksana



Dr. Yani Tri Wijayanti, M.Si



Drs. Siantari Rihartono, M.Si



Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga

Sertifikat

Nomor: UIN.03/KP.073/PP.09/61b/08/2018

diberikan kepada:

WANTARI WAHYUNINGSIH

Sebagai:

Peserta

Pelatihan *Public Relations* dengan tema "Fotografi Kreatif dalam Aktivitas *Public Relations*"
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Ketua Panitia Pelaksana

Niken Puspitasari, M.A

Yogyakarta, 4 Mei 2018
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Drs. Siantari Rihartono, M.Si

CURRICULUM VITAE

A. Data Pribadi

Nama : Untari Wahyuningsih
Tempat, tanggal lahir : 02 November 1996
Alamat : Kadirojo 1, Purwomartani, Kalasan
Jenis Kelamin : Perempuan
Kebangsaan : Indonesia
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Nomor handphone : 081246604190
Email : untariwns96@gmail.com



B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD N NOGOPURO (2002-2008)
2. SMP : SMP N 5 DEPOK, SLEMAN (2008-2011)
3. SMK : SMK N 2 YOGYAKARTA (2011-2014)
4. Perguruan Tinggi : UIN SUNAN KALIJAGA, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Prodi Ilmu Komunikasi 2015-2018

C. Pengalaman Organisasi

1. Palang Merah Remaja Unit 40
2. Kidung Ajisaka Divisi Tari
3. Rumah *Guide* Indonesia
4. Futsal Putri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
5. Penulis Muda Republika

D. Pengalaman Pekerjaan

1. Admin *Online JavaQu* Hijab
2. *Customer Service Online* ElsheSkin
3. *Freelance* Penulis Republika