

**TUGAS MATA KULIAH PUBLIC RELATIONS AND BUSINESS WRITING**  
**PLANNING SHEET AND SCRIPT FOR EDITORIAL-STYLE AD AND**  
**PSA**



**Oleh:**  
**Kelompok 14**

1. Syafira Aulia Putri (176241087)
2. Ravda Anindya Dhianty (176241088)
3. Muhammad Ali Akbar (176241089)
4. Sang Garwita Pratista (176241092)
5. Vela Razita (176241097)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**2025**

## A. Planning Sheet For Editorial Style-Ad

No.	Komponen	Penerapan
1.	<p><b>Tujuan Komunikasi</b> (What is the desired communication outcome? In other words, what do you want your audience to do or not do?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Menjadikan UNAIR <i>Help Center</i> sebagai <i>top-of-mind</i> bagi mahasiswa yang mengalami kendala sehingga menjadi solusi prioritas.</li> <li>● Dibuat dengan narasi untuk menarik audiens dalam rasa "relate" dengan konflik cerita, lalu melakukan tindakan nyata berupa pendaftaran <i>online</i>.</li> <li>● Mendorong tindakan preventif (jaga-jaga) dengan mengikuti akun media sosial atau menyimpan kontak layanan bagi mahasiswa, bukan hanya saat krisis.</li> </ul>
2.	<p><b>Audiens Utama</b> (Who is your primary audience?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mahasiswa Universitas Airlangga yang kebanyakan tergolong sebagai Gen Z yang sangat peduli pada citra, kenyamanan, dan efisiensi dalam menghadapi fenomena <i>burnout</i>, merasa terisolasi oleh ekspektasi tinggi, dan membutuhkan validasi dari figur yang mengalami hal serupa..</li> <li>● Menarik mahasiswa dengan menawarkan kemudahan digital (pendaftaran <i>online</i>) prosesnya tanpa antrre lama serta lingkungan yang nyaman, dan mudah dijangkau.</li> </ul>
3.	<p><b>Kebutuhan atau Kepentingan Audiens</b> (What are your primary</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sebagai mahasiswa, hal yang dapat terpikir adalah kepastian bahwa fasilitas kampus mereka berfungsi</li> </ul>

	audience's needs, concerns, and interests?)	<p>dengan baik dan mudah diakses (gratis/inklusif) sebagai perwujudan hak mahasiswa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa akan mencari tempat yang bisa mendukung performa akademik mereka terutama dalam investasi menjaga kesehatan mental.</li> <li>• Keinginan untuk dibantu tanpa merasa dikotakkan oleh sistem kampus yang rumit dan kaku.</li> </ul>
4.	<b>Pesan Utama</b> (What is your message? Do you want to inform or persuade?)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspek utamanya adalah untuk membujuk (Persuasif) dengan pendekatan <i>good image branding</i>.</li> <li>• "UNAIR <i>Help Center</i> adalah kemudahan atau modernitas fasilitas yang ditawarkan oleh Universitas Airlangga untuk memastikan perjalanan akademikmu aman dan nyaman."</li> </ul>
5.	<b>Saluran Media</b> (What communication channel is most effective?)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diunggah pada media internal yang dimiliki oleh UNAIR (media sosial atau website) dan media lokal (majalah terbitan Surabaya dan sebagainya) sebagai bentuk peduli terhadap kesejahteraan kesehatan mahasiswanya (sebagai alat PR untuk meningkatkan reputasi universitas).</li> </ul>
6.	<b>Juru Bicara</b> (Who is your most believable spokesperson?)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepala UNAIR <i>Help Center</i> atau Rektorat (untuk menunjukkan dukungan institusi).</li> <li>• Tokoh mahasiswa/influencer kampus</li> </ul>

		<p>yang mencerminkan nilai yang diangkat untuk menunjukkan bahwa fasilitas ini dikemas secara modern dan sudah terbukti bermanfaat.</p>
--	--	---

## **B. Script For Editorial-Style Ad**

### **Lebih dari Sekadar Konseling: Menemukan Ruang Aman untuk Pulih di Help Center Unair**

Di tengah padatnya jadwal kuliah dan tuntutan akademik, kesehatan mental kerap terabaikan. Banyak mahasiswa terbiasa menahan lelah, menyimpan tekanan, dan memaksakan diri untuk tetap terlihat baik-baik saja. Padahal, ada kalanya yang dibutuhkan hanyalah ruang aman untuk bercerita.

Help Center Unair hadir sebagai solusi nyata bagi mahasiswa yang ingin mulai peduli pada kesehatan mentalnya. Hal inilah yang dirasakan oleh “Aulia” (nama samaran), mahasiswa tingkat akhir di Universitas Airlangga. Di tengah tekanan skripsi dan ekspektasi, ia sempat merasa sendirian. Hingga akhirnya, ia menemukan satu tempat yang dapat membantunya, yaitu Help Center Unair.

Cerita Aulia hanyalah satu dari sekian banyak bukti bahwa bantuan profesional kini semakin mudah dijangkau di lingkungan kampus. Help Center Unair telah bertransformasi menjadi unit yang Terpadu. Berbeda dengan pandangan lama yang tergolong kaku, pusat ini kini menawarkan ruang yang tenang dan terbuka.

Melalui program *Peer Counseling*, mahasiswa dapat berbicara dengan rekan sebaya yang terlatih sebelum melangkah ke bantuan psikolog profesional. Keamanan data dan kerahasiaan identitas menjadi prioritas utama yang dijaga ketat oleh standar operasional universitas.

Kini, akses layanan semakin praktis dengan sistem pendaftaran online yang terintegrasi. Mahasiswa dapat dengan mudah memilih jadwal konseling sesuai dengan aktivitas mereka, tanpa harus merasa terburu-buru, dan tanpa antre lama untuk membuang waktu. Jangan biarkan bebanmu menumpuk hingga menghalangi impianmu. Help Center Unair siap menjadi bagian dari sistem pendukung mu menuju akademik yang sehat dan bahagia.

Tentang Help Center Unair: Merupakan unit layanan kesehatan mental dan kesejahteraan mahasiswa di bawah koordinasi Universitas Airlangga. Berlokasi strategis di

area kampus, pusat ini berkomitmen menyediakan layanan konseling, pengembangan diri, dan dukungan krisis yang aksesibel bagi seluruh keluarga besar civitas akademika Unair.

### C. Planning Sheet For PSA (Public Service Announcement)

No.	Komponen	Isi
1.	<p><b>Tujuan Komunikasi</b>            (What is the desired communication outcome? In other words, what do you want your audience to do or not do?)</p>	<p>Mahasiswa berhenti memendam perasaan mereka sendiri, mulai menyadari kondisi kesehatan mentalnya, dan berani mengambil langkah nyata untuk mencari bantuan ke UNAIR Help Center minimal dengan membuka informasi atau menghubungi layanan. Bukan sekadar menonton, tapi sampai tahap:  <i>“Sepertinya saya butuh bercerita dengan seseorang.”</i></p>
2.	<p><b>Audiens Utama</b>            (Who is your primary audience?)</p>	<p>Mahasiswa UNAIR aktif usia 18–25 tahun, terutama yang:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Terlihat aktif dan baik-baik saja di luar, tapi sebenarnya sedang capek secara mental.</li> <li>● Terbiasa menyembunyikan perasaan dan takut dianggap lemah kalau meminta bantuan.</li> </ul>
3.	<p><b>Kebutuhan atau Kepentingan Audiens</b>            (What are your primary audience’s needs, concerns, and interests?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kebutuhan:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Didengar tanpa dihakimi</li> <li>2. Ruang aman untuk jujur</li> </ol> </li> <li>● <b>Kekhawatiran:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Takut dianggap lemah</li> </ol> </li> </ul>

		<p>2. Takut diremehkan atau dibandingkan</p> <p>3. Merasa masalahnya nggak cukup penting untuk diselesaikan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Realita yang sering terjadi:</b></li> </ul> <p>Mereka lebih sering bilang: “Gapapa kok”, padahal sebenarnya: “Capek banget, tapi nggak tau harus cerita ke siapa.”</p>
4.	<p><b>Pesan Utama</b> (What is your message? Do you want to inform or persuade?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Jenis:</b> Persuasive (emosional dan rasional)</li> <li>● <b>Pesan utama:</b> Minta bantuan bukan tanda lemah. Itu cara kamu bertahan.</li> <li>● <b>Pendekatan:</b> Bukan menggurui atau menasihati, tapi menggambarkan realita mereka sendiri, sampai mereka merasa: “Ini yang saya perlukan.”</li> </ul>
5.	<p><b>Saluran Media</b> (What communication channel is most effective?)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Instagram Reels:</b> cepat, relatable, sering dikonsumsi</li> <li>2. <b>TikTok:</b> storytelling pendek yang emosional</li> <li>3. <b>YouTube Shorts:</b> distribusi lebih luas</li> </ol> <p>Karena targetnya mahasiswa, maka channel harus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● cepat dikonsumsi</li> <li>● tidak terasa seperti “kampanye formal”</li> <li>● terasa seperti konten sehari-hari</li> </ul>
6.	<p><b>Juru Bicara</b></p>	<p>Dari mahasiswa itu sendiri. Karena</p>

	(Who is your most believable spokesperson?)	mahasiswa lebih percaya pada orang yang merasakan hal yang sama. Sehingga mahasiswa biasa adalah tokoh utama, dimana dibuat tidak sempurna dan tidak dibuat dramatis yang berlebihan. Justru dari situ akan muncul kepercayaan terhadap UNAIR Help Center.
--	---	--

#### D. Script For PSA (Public Service Announcement)

WAKTU	VISUAL (VIDEO / TEKS DI LAYAR)	AUDIO (VOICEOVER / SOUND EFFECT)
00:00 - 00:05	<p><b>Visual:</b> Kamera POV (Point of View) atau <i>close-up</i> seorang mahasiswa (tokoh utama) di kantin kampus/selasar kelas. Temannya menyapa dari luar frame.</p> <p><b>Teks on screen:</b> "Lagi capek ya?"</p>	<p><b>Teman (Audio langsung):</b> "Oy, kusut amat lu, kenapa?"</p> <p><b>Tokoh Utama (Tersenyum simpul):</b> "Ah, gapapa kok. Biasa, tugas doang."</p>
00:05 - 00:15	<p><b>Visual:</b> Transisi cepat (montase).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Tokoh utama ketawa bareng teman-teman di warkop/kafe.</li> <li>Tokoh utama rapat organisasi, terlihat aktif mengangguk.</li> </ol>	<p><b>SFX:</b> Suara tawa dan keramaian kampus perlahan <i>fade out</i>, berganti ke lagu latar akustik yang tenang tapi agak <i>melancholic</i>.</p> <p><b>Voiceover (VO) Tokoh Utama:</b></p>

	3. Tiba-tiba adegan <i>cut</i> ke tokoh utama duduk sendirian di lantai kamar kos, bersandar di kasur, menatap kosong ke layar HP yang gelap.	"Berapa kali hari ini kamu bilang 'gapapa'?"
00:15 - 00:25	<b>Visual:</b> Tokoh utama menaruh HP-nya, memeluk lutut. Wajahnya kelihatan lelah banget (tanpa dibuat-buat/menangis histeris, cukup ekspresi 'capek mental').	<b>VO Tokoh Utama:</b> "Ketawa paling kenceng pas nongkrong, kelihatan paling aman pas di kampus. Tapi pas nyampe kos... rasanya capek banget."
00:25 - 00:35	<b>Visual:</b> Kamera <i>close up</i> ke wajahnya dari samping.  <b>Teks on screen muncul bergantian:</b>  "Takut dibilang lemah"  "Ah, masalahku nggak seberapa"	<b>VO Tokoh Utama:</b>  "Nggak tau mau cerita ke siapa. Takut di-judge, takut dibilang lemah, atau malah dibanding-bandingin. Akhirnya, dipendam sendiri lagi."
00:35 - 00:45	<b>Visual:</b> Tokoh utama mengambil nafas panjang. Dia membuka HP-nya lagi. Jempolnya mengetik sesuatu di kolom pencarian Instagram/Browser. Layar HP menyorot ke profil/website <b>UNAIR Help Center</b> .	<b>VO Tokoh Utama (Intonasi mulai lebih terang/hangat):</b>  "Tapi ngerasa capek dan butuh bantuan itu bukan berarti kita lemah kok. Itu bukti... kalau kita"

	Tokoh utama mengklik tombol <i>link in bio / contact us</i> .	lagi berusaha bertahan."
00:45 - 00:55	<p><b>Visual:</b> Tokoh utama mulai mengetik pesan "<i>Halo min, aku mau daftar konseling...</i>"</p> <p>Tokoh utama menatap kamera dengan ekspresi yang lebih lega dan senyum tipis.</p>	<p><b>VO Tokoh Utama:</b></p> <p>"Kalau hari ini rasanya berat banget, nggak apa-apa buat cerita. Ruang ini aman, dan kamu nggak harus berjuang sendirian."</p>
00:55 - 01:00	<p><b>Visual:</b> Layar berubah warna menjadi warna <i>brand</i> UNAIR Help Center.</p> <p><b>Teks on screen:</b></p> <p>Nggak harus hari ini.</p> <p>Tapi kalau kamu sudah siap cerita, kami ada.</p> <p><b>UNAIR Help Center</b></p> <p>[Nomor Kontak]</p> <p>(Logo UNAIR &amp; Help Center di bawah)</p>	<p><b>VO Tokoh Utama:</b></p> <p>"Nggak perlu buru-buru. Tapi kapan pun kamu siap buat bagi beban itu... ruang amanmu selalu ada di sini."</p> <p><b>SFX:</b> Musik memudar dengan lembut (<i>fade out</i>).</p>