



**PENINGKATAN *BRAND AWARENESS* SENIRASA  
MELALUI PELAKSANAAN *EVENT COOKING CLASS*  
*“HEALTHY CUPCAKE”***

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Terapan (S.Tr.) Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas  
Diponegoro

**Oleh:**

**Ratu Faiza Nabila**

**40020621650140**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN (S.Tr)  
INFORMASI DAN HUMAS  
SEKOLAH VOKASI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam daftar pustaka, penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiaris/penjiplakan.

Nama : Ratu Faiza Nabila

NIM : 40020621650140

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2025

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **TUGAS AKHIR**

#### **PENINGKATAN *BRAND AWARENESS* SENIRASA MELALUI PELAKSANAAN *EVENT COOKING CLASS "HEALTHY CUPCAKE"***

**Oleh:**

**Ratu Faiza Nabila  
40020621650140**

Semarang, 27 Agustus 2025

**Disetujui oleh,  
Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, flowing script that starts with a large loop and ends with a long, sweeping horizontal stroke.

**Dr. Adi Nugroho, M.Si.  
NIP. 196510171993111001**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ratu Faiza Nabila  
NIM : 40020621650140  
Program Studi : Informasi dan Humas  
Judul Tugas Akhir : Peningkatan *Brand Awareness* Senirasa Melalui Pelaksanaan *Event Cooking Class “Healthy Cupcake”*

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.**

### TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Adi Nugroho, M.Si.  
Penguji I : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.  
Penguji II : Marlina Mutiara Dewi, M.I.Kom.



Semarang, 27 Agustus 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*Do good, and good will come to you.*

### PERSEMBAHAN

*Dengan penuh rasa syukur, Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:*

- 1. Seluruh civitas akademik Universitas Diponegoro, khususnya para dosen pembimbing dan pengajar yang telah membagikan ilmu, pengalaman, dan bimbingan berharga selama proses studi, hingga akhirnya penulis dapat menuntaskan studi di Universitas Diponegoro.*
- 2. Kedua orang tua tercinta, yang memberikan kasih sayang, doa, serta dukungannya yang tak pernah surut dalam setiap langkah penulis, menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar untuk terus melangkah.*
- 3. Untuk diri sendiri, yang telah memilih untuk tetap berjuang dan bertahan, meski jalan yang ditempuh tidak selalu mudah.*

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan kemudahannya sehingga Tugas Akhir yang berjudul “Peningkatan *Brand Awareness* Senirasa Melalui Pelaksanaan *Event Management*” dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari, pencapaian ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah mendampingi selama proses penyusunan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, petunjuk, dan kemudahan hingga tugas akhir ini terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua tersayang, Mimi dan Popo, terima kasih atas kasih sayang, doa, serta dukungan dalam setiap langkah penulis.
3. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
4. Mas Dr. Adi Nugroho, M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar dan solutif dalam membimbing saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Sosok dosen pembimbing yang sangat menuntun mahasiswanya. Terima kasih banyak Mas Adi atas segala referensi dan ilmu yang Mas Adi berikan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Mbak Marlina Mutiara Dewi, M.I.Kom. selaku dosen penguji penulis yang telah memberikan saran dan arahan untuk tugas akhir penulis.
6. Senirasa Kue Forever, terima kasih telah bersedia menjadi klien Tugas Akhir penulis dan membantu memenuhi segala data yang penulis butuhkan.
7. Mamah Nessa Ghozal dan Om Koko, yang selalu memberikan energi positif, perhatian tulus, dan motivasi berharga yang membantu penulis melewati setiap proses hingga tugas akhir ini selesai.

8. Mbak Titis, Mbak Cacho, Kaynu, dan seluruh keluarga besar yang selalu memberi dukungan, perhatian, dan doa terbaik, sehingga menjadi sumber semangat bagi penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Dwi Atifa Prasasya, sahabat terbaik yang selalu hadir memberikan dukungan dan tawa, terima kasih telah menjadi pengingat untuk terus melangkah dan teman setia di setiap proses yang penulis lalui.
10. Arbulea – Dini, Nia, dan Angel, terima kasih telah menjadi pelengkap cerita penulis sejak SMP, berbagi canda, cerita, dan kebersamaan yang membuat setiap langkah terasa lebih ringan.
11. Rafey – Rifanny dan Belinda, yang tak hanya menjadi teman, tetapi juga keluarga di bangku kuliah. Terima kasih telah menjadi saksi jatuh bangunnya penulis hingga akhirnya tiba di titik ini.
12. Aliya, Devani, dan Eirene, terima kasih sudah menjadi teman perjalanan sejak awal perkuliahan, berbagi suka dan duka, serta membuat perjalanan ini terasa lebih indah.
13. Kepada 18 anggota “Dikepung Sarjana”, meski tak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih telah memberi begitu banyak momen berharga dan kebersamaan yang tak ternilai.
14. Allysa Zachrianka, si perempuan centil yang pemarah, terima kasih sudah menjadi teman yang selalu ada untuk memberi semangat, membantu, dan membuat penulis tidak merasa sendirian dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Tiara Ghina Yuniarwan, sosok yang selalu menjadi kakak peri terbaik bagi penulis, terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah, memberikan arahan, dan menguatkan di saat penulis hampir menyerah.
16. Farhan Aditya Pratama beserta keluarga, terima kasih telah hadir dengan kata-kata penyemangat dan kehadiran yang selalu membuat penulis merasa mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
17. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas peran dan kehadirannya dalam perjalanan pendidikan penulis.

18. Untuk diriku sendiri, Ratu Faiza Nabila, terima kasih telah berani bermimpi, melalui semua proses ini, dan tidak menyerah meski perjalanan ini penuh tantangan. Selamat atas pencapaianmu hari ini, Ratu!

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Peningkatan *Brand Awareness* Senirasa Melalui Pelaksanaan *Event Cooking Class ‘Healthy Cupcake’*”.

Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas. Melalui penulisan ini, penulis berharap *project* yang dilaksanakan dapat memberikan manfaat bagi Instansi terkait serta berkontribusi dalam meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap merek tersebut.

Laporan ini disusun dalam lima BAB yang saling berkaitan. Secara garis besar, pembahasan pada tiap BAB dapat penulis uraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang yang menjelaskan bahwa kesadaran masyarakat terhadap Senirasa Kue Forever masih tergolong rendah, ditambah interaksi di media sosial yang relatif rendah. Melalui latar belakang tersebut, penulis merumuskan permasalahan utama, yaitu perlunya upaya peningkatan *brand awareness* Senirasa di kalangan target audiens. Strategi yang dipilih adalah penyelenggaraan *event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for a Better Life* sebagai pendekatan yang menarik, edukatif, dan interaktif.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI, pada BAB ini memuat kajian teori yang menjadi landasan pelaksanaan *project* Tugas Akhir. Seluruh teori yang dipaparkan disesuaikan dengan kebutuhan penulis dalam menyusun *project*.

BAB III METODE PELAKSANAAN, berisi penjabaran mengenai metode pelaksanaan yang mencakup perencanaan hingga *timeline* pelaksanaan. Tahapan *event* dibagi menjadi tiga, yaitu *pre-event*, pelaksanaan *event*, dan *post-event*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, penulis memaparkan hasil pelaksanaan *event cooking class* beserta analisisnya. Isi bab mencakup gambaran umum perusahaan, identifikasi masalah, serta uraian setiap rangkaian *event* dari awal hingga akhir. Pada

bagian akhir, penulis juga menguraikan hambatan yang ditemui selama rangkaian *event* dilaksanakan.

BAB V PENUTUP, bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menjelaskan secara garis besar tingkat keberhasilan *event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for a Better Life* dalam meningkatkan *brand awareness* Senirasa Kue Forever. Sementara itu, saran diberikan sebagai masukan untuk pengembangan kualitas dan keberlanjutan *project* di masa mendatang.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan dan penyusunan Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan karena faktor pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir “Peningkatan *Brand Awareness* Senirasa Melalui Pelaksanaan *Event Cooking Class ‘Healthy Cupcake’*” dapat memberikan manfaat serta digunakan secara tepat.

## ABSTRAK

Senirasa Kue Forever merupakan salah satu pelopor toko *cupcake* di Kota Semarang yang telah berdiri selama 15 tahun. Meski demikian, kesadaran masyarakat terhadap merek ini masih terbatas, didukung oleh interaksi media sosial yang belum optimal. Untuk menjawab tantangan tersebut, dilaksanakan *event cooking class* dengan tema “*Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for a Better Life*” sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*, khususnya pada generasi Z. Kegiatan ini dirancang melalui tiga rangkaian, yaitu *pre-event*, pelaksanaan *event*, dan *post-event*. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap Senirasa, dibuktikan melalui partisipasi aktif, publikasi di media sosial, serta liputan dari media eksternal yang memperluas jangkauan audiens. Evaluasi juga mengungkapkan bahwa nilai interaksi di media sosial meningkat sebelum *event cooking class* diselenggarakan. Hambatan yang muncul, seperti faktor teknis saat pelaksanaan dapat menjadi perbaikan di masa mendatang. Secara keseluruhan, pelaksanaan *event* ini efektif dalam memperkuat citra dan kedekatan Senirasa Kue Forever dengan target audiens.

**Kata Kunci:** *Brand Awareness, Event Management, Healthy Cupcake, Generasi Z, Senirasa Kue Forever*

## ***ABSTRACT***

*Senirasa Kue Forever is one of the pioneering cupcake stores in Semarang City that has been established for 15 years. However, public awareness of the brand remains limited, coupled with suboptimal engagement on social media platforms. To address this challenge, a cooking class event themed “Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for a Better Life” was held as an effort to increase brand awareness, particularly among Generation Z. The program was designed in three stages: pre-event, event implementation, and post-event. The results indicated an improvement in participants’ understanding of Senirasa, as demonstrated through active participation, social media posts, and external media coverage that broadened the audience reach. The evaluation also revealed an increase in social media engagement prior to the cooking class. Challenges such as technical issues during the event were noted as areas for improvement in future activities. Overall, the event effectively strengthened Senirasa Kue Forever’s brand image and fostered closer connections with its target audience.*

**Keywords:** *Brand Awareness, Event Management, Healthy Cupcake, Generation Z, Senirasa Kue Forever.*

## DAFTAR ISI

|                                                  |       |
|--------------------------------------------------|-------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....            | ii    |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                        | iii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                         | iv    |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                      | v     |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                        | vi    |
| KATA PENGANTAR.....                              | ix    |
| ABSTRAK .....                                    | xi    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                            | xii   |
| DAFTAR ISI .....                                 | xiii  |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | xvi   |
| DAFTAR TABEL .....                               | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xix   |
| BAB I.....                                       | 1     |
| PENDAHULUAN.....                                 | 1     |
| 1.1.    Latar Belakang.....                      | 1     |
| 1.2.    Rumusan Masalah .....                    | 9     |
| 1.3.    Tujuan.....                              | 9     |
| 1.4.    Manfaat.....                             | 10    |
| 1.4.1.    Bagi Penulis.....                      | 10    |
| 1.4.2.    Bagi Klien.....                        | 10    |
| 1.4.3.    Bagi Program Studi .....               | 10    |
| 1.4.4.    Bagi Masyarakat.....                   | 10    |
| 1.5.    Luaran.....                              | 10    |
| BAB II .....                                     | 11    |
| TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....         | 11    |
| 2.1.    Kajian Karya Terdahulu .....             | 11    |
| 2.2.    Landasan Teori .....                     | 13    |
| 2.2.1.    Strategi <i>Public Relations</i> ..... | 13    |

|                            |                                                                     |    |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.2.                     | <i>Brand Awareness</i> .....                                        | 15 |
| 2.2.3.                     | <i>Event</i> .....                                                  | 17 |
| 2.2.4.                     | <i>Event Management</i> .....                                       | 21 |
| BAB III .....              |                                                                     | 24 |
| METODE PELAKSANAAN .....   |                                                                     | 24 |
| 3.1.                       | Klien Penciptaan Karya .....                                        | 24 |
| 3.2.                       | Profil Senirasa .....                                               | 24 |
| 3.3.                       | Segmentasi / Target Sasaran .....                                   | 24 |
| 3.3.1.                     | Segmentasi Demografis .....                                         | 24 |
| 3.3.2.                     | Segmentasi Geografis .....                                          | 24 |
| 3.3.3.                     | Segmentasi Psikografis .....                                        | 24 |
| 3.4.                       | Metode Pelaksanaan .....                                            | 25 |
| 3.4.1.                     | <i>Pre-Event</i> .....                                              | 26 |
| 3.4.2.                     | Pelaksanaan <i>Event (Main Event)</i> .....                         | 41 |
| 3.4.3.                     | <i>Post Event</i> .....                                             | 43 |
| 3.5.                       | <i>Timeline</i> .....                                               | 44 |
| BAB IV .....               |                                                                     | 45 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN ..... |                                                                     | 45 |
| 4.1.                       | Gambaran Umum Permasalahan .....                                    | 45 |
| 4.2.                       | Proses Pelaksanaan Karya Bidang Sesuai <i>Job Description</i> ..... | 46 |
| 4.3.                       | Analisis Hasil Tahap <i>Pre-Event</i> .....                         | 46 |
| 4.3.1.                     | Riset .....                                                         | 46 |
| 4.3.2.                     | Desain .....                                                        | 47 |
| 4.3.3.                     | Perencanaan .....                                                   | 50 |
| 4.3.4.                     | Koordinasi .....                                                    | 70 |
| 4.4.                       | Analisis Hasil Tahap Pelaksanaan <i>Event</i> .....                 | 70 |
| 4.4.1.                     | <i>Briefing</i> dan Persiapan Panitia .....                         | 74 |
| 4.4.2.                     | Registrasi Ulang .....                                              | 75 |
| 4.4.3.                     | Pembukaan .....                                                     | 75 |
| 4.4.4.                     | Pemaparan Materi .....                                              | 77 |
| 4.4.5.                     | Pelaksanaan Praktik <i>Cooking Class</i> .....                      | 77 |

|                      |                                                                                             |     |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.4.6.               | Konsumsi .....                                                                              | 78  |
| 4.4.7.               | Dokumentasi dan Publikasi .....                                                             | 79  |
| 4.5.                 | Analisis Hasil Tahap Pasca <i>Event</i> .....                                               | 84  |
| 4.5.1.               | Analisis Hasil Evaluasi <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i> Pelaksanaan <i>Event</i> ..... | 85  |
| 4.5.2.               | Analisis Hasil Evaluasi Kuesioner <i>Post-Event</i> .....                                   | 92  |
| 4.5.3.               | Analisis Hasil <i>Insight</i> Konten Instagram .....                                        | 98  |
| 4.5.4.               | Analisis Keberhasilan <i>Event</i> .....                                                    | 108 |
| 4.6.                 | Hambatan .....                                                                              | 110 |
| 4.6.1.               | <i>Pre-Event</i> .....                                                                      | 111 |
| 4.6.2.               | Pelaksanaan <i>Event</i> .....                                                              | 112 |
| 4.6.3                | <i>Post-Event</i> .....                                                                     | 112 |
| BAB V PENUTUP .....  |                                                                                             | 113 |
| 5.1.                 | Kesimpulan .....                                                                            | 113 |
| 5.2.                 | Saran .....                                                                                 | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |                                                                                             | 115 |
| LAMPIRAN .....       |                                                                                             | 118 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Hasil Survei Pengetahuan tentang Senirasa.....                                                                                 | 7  |
| Gambar 1.2 Hasil Survei Pengetahuan tentang Senirasa.....                                                                                 | 7  |
| Gambar 1.3 Hasil Survei Minat dalam Mengikuti <i>Event Cooking Class "Healthy Cupcake"</i> .....                                          | 8  |
| Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek.....                                                                                                  | 16 |
| Gambar 3.1 Bagan Alur Pembuatan .....                                                                                                     | 25 |
| Gambar 3.2 Contoh <i>Layout Poster Cooking Class Rasio 4:5</i> .....                                                                      | 28 |
| Gambar 3.3 Contoh <i>Layout Poster Cooking Class Rasio 9:16</i> .....                                                                     | 28 |
| Gambar 3.4 Contoh <i>Layout Backdrop Event</i> .....                                                                                      | 28 |
| Gambar 3.5 Contoh <i>Layout Sticker</i> .....                                                                                             | 29 |
| Gambar 3.6 Palet Warna Desain.....                                                                                                        | 29 |
| Gambar 3.7 Contoh <i>Layout Infografis</i> .....                                                                                          | 37 |
| Gambar 3.8 Contoh <i>Layout Video Promosi Event</i> .....                                                                                 | 38 |
| Gambar 4.1 Poster <i>Event Rasio 4:5 Slide 1</i> .....                                                                                    | 48 |
| Gambar 4.2 Poster <i>Event Rasio 4:5 Slide 2</i> .....                                                                                    | 49 |
| Gambar 4.3 Poster <i>Event Rasio 9:16</i> .....                                                                                           | 49 |
| Gambar 4.4 <i>Backdrop Event</i> .....                                                                                                    | 49 |
| Gambar 4.5 Desain <i>Sticker Packing Event</i> .....                                                                                      | 50 |
| Gambar 4.6 Palet Warna Desain.....                                                                                                        | 50 |
| Gambar 4.7 Cuplikan <i>Reels Video Promosi Event 1</i> .....                                                                              | 65 |
| Gambar 4.8 Cuplikan <i>Reels Video Promosi Event 2</i> .....                                                                              | 66 |
| Gambar 4.9 Registrasi Ulang.....                                                                                                          | 75 |
| Gambar 4.10 Pembukaan <i>Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....                                       | 76 |
| Gambar 4.11 Pemaparan Materi <i>Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> Oleh Niken .....                     | 77 |
| Gambar 4.12 Pelaksanaan <i>Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....                                     | 78 |
| Gambar 4.13 Konsumsi .....                                                                                                                | 79 |
| Gambar 4.14 Cuplikan <i>Reels Video After Event</i> .....                                                                                 | 80 |
| Gambar 4.15 <i>Press Release Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> pada Media IDN Times Jateng ..... | 81 |
| Gambar 4.16 <i>Press Release Event Cooking Class Healthy Cupcake: Cupcake for A Better Life</i> pada Media Suarajatengah.id .....         | 81 |
| Gambar 4.17 <i>Press Release Event Cooking Class Healthy Cupcake: Cupcake for A Better Life</i> pada Media Tribunjateng.com .....         | 82 |
| Gambar 4.18 <i>Press Release Event Cooking Class Healthy Cupcake: Cupcake for A Better Life</i> pada Media Smol.id.....                   | 82 |

|                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.19 <i>Press Release Event Cooking Class Healthy Cupcake: Cupcake for A Better Life</i> pada Media Mediaini.com ..... | 83 |
| Gambar 4.20 Pengumuman Pemenang Konten Kreatif <i>Challenge</i> .....                                                         | 84 |
| Gambar 4.21 Konten Kreatif <i>Challenge</i> .....                                                                             | 84 |
| Gambar 4.22 <i>Pre-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....       | 85 |
| Gambar 4.23 <i>Pre-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....       | 86 |
| Gambar 4.24 <i>Pre-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....       | 86 |
| Gambar 4.25 <i>Pre-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....       | 87 |
| Gambar 4.26 <i>Pre-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....       | 88 |
| Gambar 4.27 <i>Post-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....      | 89 |
| Gambar 4.28 <i>Post-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....      | 90 |
| Gambar 4.29 <i>Post-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....      | 90 |
| Gambar 4.30 <i>Post-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....      | 91 |
| Gambar 4.31 <i>Post-test</i> Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....      | 92 |
| Gambar 4 32 Hasil Kuesioner <i>Post-Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....          | 93 |
| Gambar 4.33 Hasil Kuesioner <i>Post-Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....          | 94 |
| Gambar 4.34 Hasil Kuesioner <i>Post-Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....          | 94 |
| Gambar 4.35 Hasil Kuesioner <i>Post-Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....          | 95 |
| Gambar 4.36 Hasil Kuesioner <i>Post-Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....          | 95 |
| Gambar 4.37 Hasil Kuesioner <i>Post-Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....          | 96 |
| Gambar 4.38 Hasil Kuesioner <i>Post-Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....          | 97 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1.1 Interaksi Konten pada Instagram Senirasa .....                                                            | 2   |
| Tabel 1.2 Data Penurunan Penjualan.....                                                                             | 4   |
| Tabel 3.1 Susunan Acara .....                                                                                       | 32  |
| Tabel 3.2 Peralatan dan Perlengkapan <i>Event</i> .....                                                             | 34  |
| Tabel 3.3 Rancangan Anggaran Dana .....                                                                             | 35  |
| Tabel 3.4 Susunan Panitia <i>Event Cooking Class "Healthy Cupcake"</i> .....                                        | 36  |
| Tabel 3.5 <i>Standart Sequence Guide</i> Video Promosi <i>Event</i> 1 .....                                         | 38  |
| Tabel 3.6 <i>Standart Sequence Guide</i> Video Promosi <i>Event</i> 2 .....                                         | 39  |
| Tabel 3.7 <i>Standart Sequence Guide</i> Video <i>After Event</i> .....                                             | 42  |
| Tabel 3.8 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....                                                               | 43  |
| Tabel 3.9 <i>Timeline</i> .....                                                                                     | 44  |
| Tabel 4.1 Perubahan Desain .....                                                                                    | 48  |
| Tabel 4.2 Perubahan Konsep <i>Event</i> .....                                                                       | 51  |
| Tabel 4.3 Perubahan Peralatan dan Perlengkapan <i>Event</i> .....                                                   | 53  |
| Tabel 4.4 Perubahan Anggaran Dana .....                                                                             | 54  |
| Tabel 4.5 Perubahan Sumber Daya Manusia.....                                                                        | 57  |
| Tabel 4.6 Hasil Pembuatan Infografis .....                                                                          | 58  |
| Tabel 4.7 Perubahan <i>Standart Sequence Guide</i> Video Promosi 1 .....                                            | 64  |
| Tabel 4.8 <i>Standart Sequence Guide</i> Video Promosi 2 .....                                                      | 65  |
| Tabel 4.9 <i>Media Partner Event Cooking Class</i> .....                                                            | 67  |
| Tabel 4.10 Unggahan <i>Media Partner</i> .....                                                                      | 68  |
| Tabel 4.11 Susunan Acara <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> Sesi 1 ..... | 71  |
| Tabel 4.12 Susunan Acara <i>Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> Sesi 2 .....       | 72  |
| Tabel 4.13 Perubahan <i>Standart Sequence Guide</i> Video <i>After Event</i> .....                                  | 80  |
| Tabel 4.14 Insight Konten Infografis .....                                                                          | 100 |
| Tabel 4.15 Analisis Keberhasilan <i>Event</i> .....                                                                 | 109 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1.1 Dokumentasi Pelaksanaan <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....          | 118 |
| Lampiran 1.2 Foto Bersama Panitia dan Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> ..... | 118 |
| Lampiran 1.3 Panitia <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....                          | 119 |
| Lampiran 1.4 Daftar Hadir Peserta <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....             | 119 |
| Lampiran 1.5 Peserta Dekorasi Terbaik <i>Event Cooking Class Healthy Cupcake: Healthy Cupcake for A Better Life</i> .....         | 120 |
| Lampiran 1.6 Pemenang <i>Challenge Konten Kreatif</i> .....                                                                       | 120 |
| Lampiran 1.7 Surat Penciptaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) .....                                                                | 120 |
| Lampiran 1.8 Hasil Turnitin .....                                                                                                 | 121 |