

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Mitra

Bagian ini memaparkan gambaran umum mengenai objek penelitian, yaitu *Bambyloons*, beserta permasalahan yang dihadapi di lapangan. Uraian tersebut disusun berdasarkan data hasil survei awal dan wawancara dengan pihak *Bambyloons*. *Bambyloons* merupakan *brand* lokal yang bergerak di bidang *gift* dan dekorasi kreatif, dengan fokus utama pada produk buket balon. Cabang *Bambyloons* di Semarang resmi beroperasi sejak Oktober 2024 dan berlokasi di Jalan Wanara Barat No. 729, Pedurungan Tengah. *Brand* ini menawarkan berbagai pilihan desain buket balon yang kreatif, dekorasi balon untuk berbagai acara, hingga layanan *workshop* pembuatan buket balon. Produk yang ditawarkan memiliki nilai unggul dari segi estetika, personalisasi, serta daya tahan yang lebih lama dibandingkan bunga segar. Namun demikian, tingkat *brand awareness Bambyloons* di Kota Semarang masih tergolong rendah.

Berdasarkan hasil survei awal terhadap 50 responden di Semarang, sebanyak 56% responden mengaku belum pernah mendengar tentang *brand Bambyloons*. Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun buket balon memiliki potensi sebagai alternatif *gift* modern, tingkat visibilitas dan pengenalan *brand Bambyloons* di kalangan target pasar, khususnya generasi muda Semarang, masih terbatas. Mengingat *Bambyloons* tidak hanya berfokus pada penjualan produk namun juga menawarkan kelas *workshop* sebagai bentuk pengembangan usaha dan interaksi dengan konsumen, kegiatan ini menjadi salah satu strategi yang dinilai efektif. Pada *workshop* kali ini, *Bambyloons* menghadirkan konsep baru melalui kolaborasi dengan *Emina* sebagai *brand* yang memiliki target pasar serupa dengan *Bambyloons*, yaitu kalangan remaja dan anak muda yang menyukai aktivitas kreatif, estetis, dan interaktif. Kolaborasi ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik *event*

karena kegiatan yang ditawarkan lebih sesuai dengan minat dan *lifestyle* target peserta. Berbeda dengan *workshop* sebelum - sebelumnya yang berkolaborasi dengan *brand* yang kurang relevan dengan target pasar *Bambyloons*. Sehingga kegiatan yang dihadirkan cenderung monoton karena hanya berfokus pada pembuatan buket balon tanpa adanya aktivitas pendukung lain. Oleh karena itu, pada *workshop* kali ini *Bambyloons* menghadirkan konsep baru sehingga peserta tidak hanya mendapatkan pengalaman membuat buket balon, tetapi juga memperoleh berbagai aktivitas dan benefit tambahan yang dapat meningkatkan pengalaman mengikuti *event*. Permasalahan ini kemudian menjadi latar belakang diselenggarakannya *Event Workshop "Balloon Bouquet Experience"* sebagai bentuk implementasi strategi *Public relations* untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus memperkenalkan produk *Bambyloons* kepada masyarakat secara lebih luas dan interaktif.

4.2 Analisis Masalah

Sebagai usaha kreatif yang bergerak di bidang buket balon dan dekorasi, *Bambyloons* menghadapi tantangan dalam memperkenalkan mereknya kepada masyarakat Kota Semarang. Meskipun telah beroperasi sejak tahun 2024 dan aktif melakukan promosi melalui media sosial, partisipasi dalam berbagai *event*, serta kolaborasi dengan berbagai pihak, tingkat *brand awareness Bambyloons* masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini terlihat dari masih banyaknya masyarakat yang belum mengenal *Bambyloons* maupun produk buket balon sebagai alternatif hadiah yang unik dan personal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa eksposur merek yang telah dilakukan belum sepenuhnya mampu menciptakan kesadaran merek yang kuat di kalangan target audiens.

Permasalahan ini menjadi penting karena *brand awareness* merupakan fondasi dalam membangun hubungan antara merek dan konsumen. Ketika konsumen belum mengenal atau mengingat suatu merek, kemungkinan mereka untuk mempertimbangkan produk tersebut dalam proses pembelian akan menjadi lebih rendah. Bagi *Bambyloons*, rendahnya tingkat kesadaran merek dapat menghambat upaya perluasan pasar, peningkatan penjualan, serta

pembentukan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, diperlukan strategi *Public Relations* yang mampu menciptakan komunikasi dua arah dan memberikan pengalaman langsung kepada target audiens agar pesan merek dapat diterima secara lebih efektif.

Salah satu pendekatan yang dinilai sesuai adalah penyelenggaraan *event workshop* berbasis *hands-on experience*. Berbeda dengan promosi konvensional yang hanya berfokus pada penyampaian informasi, *workshop* memberikan kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi secara langsung dengan produk dan *brand*. Melalui pengalaman membuat buket balon secara mandiri, peserta dapat memahami nilai produk, mengenal identitas *Bambyloons*, serta membangun pengalaman positif yang lebih mudah diingat. Dengan demikian, *workshop* tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan *brand recognition* dan *brand recall Bambyloons*.

Selain rendahnya *brand awareness*, *Bambyloons* juga menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah peserta *workshop*. Pada kegiatan *workshop* yang pernah diselenggarakan sebelumnya, jumlah peserta yang diperoleh masih terbatas sehingga jangkauan audiens yang dapat dikenalkan kepada merek juga belum maksimal. Padahal, semakin banyak peserta yang terlibat dalam kegiatan *workshop*, semakin besar pula peluang *Bambyloons* untuk memperluas eksposur merek, menciptakan interaksi langsung dengan calon konsumen, serta memperoleh promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya strategi yang dapat meningkatkan daya tarik kegiatan sekaligus menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan *workshop* sebelumnya. Oleh karena itu, *Bambyloons* mengembangkan konsep *workshop* yang lebih menarik melalui kolaborasi dengan *Emina Cosmetics* sebagai mitra kegiatan. Kolaborasi ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berpartisipasi, memperluas jangkauan promosi, dan menghadirkan nilai tambah bagi peserta melalui kombinasi pengalaman kreatif dan kecantikan dalam satu acara.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama yang dihadapi *Bambyloons* adalah bagaimana memanfaatkan *event workshop* sebagai strategi *Public Relations* untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus menarik jumlah peserta yang lebih banyak dibandingkan kegiatan sebelumnya. Keberhasilan dalam mengatasi kedua permasalahan tersebut diharapkan dapat memperluas jangkauan merek, memperkuat posisi *Bambyloons* di benak konsumen, serta mendukung pengembangan bisnis *Bambyloons* di Kota Semarang.

4.3 Tahap Pra – Event “Balloon Bouquet Experience”

Pada tahap pra *event*, penulis mengalami beberapa hambatan yang cukup signifikan. Salah satunya adalah pergantian mitra kolaborasi yang awalnya Koempoel Bersama menjadi *Emina Beauty Semarang*. Kondisi ini menyebabkan penyelenggara harus melakukan *reschedule* kegiatan dan melakukan penyesuaian mitra kolaborasi. Berdasarkan evaluasi, berubahnya mitra kolaborasi ini mengakibatkan perubahan strategi dalam penyelenggaraan *event*. Perubahan ini terjadi berdasarkan perbandingan sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Perbandingan Kolaborasi Workshop Sebelum dan Saat Ini

Aspek Perbandingan	Kolaborasi <i>Workshop</i> Sebelumnya (Koempoel Bersama)	Kolaborasi <i>Workshop</i> Saat ini (<i>Emina Beauty</i>)
Kesesuaian Target Pasar	Target pasar kolaborasi sebelumnya kurang sesuai dengan target utama <i>Bambyloons</i> sehingga daya tarik <i>event</i> masih terbatas	Memiliki target pasar yang sejalan dengan <i>Bambyloons</i>
Konsep <i>Event</i>	Konsep <i>workshop</i> cenderung sederhana dan hanya berfokus	Mengahdirkan konsep <i>workshop</i> yang lebih interaktif, menarik, dan sesuai lifestyle peserta

	pada pembuatan buket balon	
Aktivitas yang Ditawarkan	Aktivitas yang tersedia monoton dan belum memiliki variasi kegiatan lain selain membuat buket balon	Tidak hanya membuat buket balon, tetapi juga menghadirkan aktivitas tambahan yang lebih variatif dan engaging
Merchandise dan Goodie Bag	Tidak menyediakan merchandise maupun goodie bag bagi peserta	Menyediakan merchandise dan goodie bag yang dapat meningkatkan antusiasme dan pengalaman peserta selama <i>event</i>
Daya Tarik Event	Daya tarik masih terbatas karena minimnya elemen pendukung kegiatan	Memiliki daya tarik lebih besar karena konsep kolaborasi lebih relevan dengan minat target peserta
Pengalaman Peserta	Peserta hanya mendapatkan pengalaman dasar dalam <i>workshop</i> buket balon	Peserta memperoleh pengalaman yang lebih lengkap melalui <i>workshop</i> kreatif dan berbagai benefit tambahan
Tujuan Pengembangan Event	Masih berfokus pada pelaksanaan <i>workshop</i> sebagai kegiatan promosi dasar	Menjadi strategi pengembangan <i>event</i> untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> dan

		memperluas interaksi dengan konsumen
Harga Tiket Masuk (HTM)	Rp 120.000,00	Rp 70.000,00

Tahap *pra-event* untuk *Balloon Bouquet Experience* dimulai dengan penyusunan konsep bersama mitra kolaborasi yaitu *Emina*. Pada tahap ini, tim melakukan koordinasi terkait konsep acara, pembagian tugas, penyusunan *rundown*, hingga menentukan aktivitas lain yang akan dilaksanakan selama *workshop*. Kegiatan *workshop* ini bertujuan untuk memperkenalkan *Bambyloons* tidak hanya sebagai *brand* yang menjual produk buket balon, namun juga menyediakan kelas *workshop* kreatif yang bisa memberikan pengalaman langsung kepada peserta (*hands on experience*). Dengan adanya *workshop* ini peserta diharapkan dapat mengembangkan kreativitas juga mengenal proses pembuatan buket balon secara langsung.

Dalam proses persiapan, tim *Bambyloons* bersama pihak *Emina* melakukan berbagai koordinasi untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai target yang telah ditentukan. Persiapan dilakukan mulai dari penyusunan konsep, pembuatan rencana anggaran biaya, pengajuan mitra kolaborasi dan *sponsorship*, serta promosi kegiatan. Selama tahap persiapan, tim juga melakukan survei lokasi untuk memastikan tempat pelaksanaan *workshop* telah sesuai dengan kebutuhan acara, mulai dari kapasitas ruangan, penataan dekorasi, serta konsumsi peserta. Secara keseluruhan, tahap *pra-event* ini dirancang secara matang agar pelaksanaan *event* dapat berjalan lancar dan mampu meningkatkan *brand awareness Bambyloons*.

4.3.1 Penyusunan Konsep

Tahap *pra event* untuk *Balloon Bouquet Experience* dimulai dengan penyusunan konsep yang melibatkan tim *Bambyloons* dan tim *Emina* Semarang. Tahap penyusunan ini dilakukan sebagai langkah awal agar memiliki nilai pembeda dibandingkan *workshop* sebelumnya. Pada tahap ini, kedua pihak melakukan diskusi melalui Zoom untuk

menentukan tujuan kegiatan, sasaran peserta, hingga konsep acara yang sesuai dengan identitas masing – masing *brand*. Selain itu, tim juga membahas tema acara, alur kegiatan, dekorasi, serta bentuk aktivitas yang dapat meningkatkan ketertarikan peserta untuk mengikuti *workshop*. Konsep *Balloon Bouquet Experience* disusun tidak hanya berfokus pada kegiatan utama berupa pembuatan buket balon, namun juga menghadirkan aktivitas tambahan seperti *Personal Color Analysis*, *Face Body Shape Tips*, pembagian *merchandise*, dan juga *goodie bag* bagi peserta. Konsep ini dipilih karena dinilai mampu menggabungkan unsur kreativitas, hiburan, dan interaksi secara langsung dengan peserta. Dalam proses ini, *Bambyloons* berperan dalam penyusunan teknis *workshop* dan konsep kreatif *balloon bouquet*, sedangkan *Emina Semarang* mendukung dari sisi kolaborasi *brand*. Dengan demikian. Pelaksanaan *workshop* ini dapat digunakan sebagai strategi membangun *brand experience* untuk meningkatkan *brand awareness Bambyloons*.

4.3.2 Pembuatan Rancangan Anggaran Biaya

Pada tahap ini, tim *Bambyloons* melakukan perhitungan kebutuhan dana secara rinci agar seluruh kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Terdapat sedikit penyesuaian RAB awal dengan RAB terbaru, hal ini terjadi karena terdapat beberapa perubahan seperti *venue* dan jenis *bouquet* yang akan digunakan sebagai materi *workshop*. Pada Rancangan Anggaran Biaya sebelumnya terdapat biaya *venue* sebesar Rp 600.000 namun di RAB terbaru biaya *venue* menjadi gratis, karena penyelenggara mendapatkan promo dari pihak WWW Creative Space. Lalu setelah terdapat penyesuaian, RAB satuan rangkaian bunga untuk *workshop* yang awalnya sebesar Rp 50.000 sekarang menjadi Rp 45.000 karena balon *bouquet* yang dipakai sebagai materi juga mengalami perubahan. Awalnya materi *workshop* adalah *Retro Bouquet Series* namun setelah pematangan konsep, materi yang

digunakan menjadi *Medium Mix Bouquet Series*. Penyusunan anggaran terbaru ini meliputi perlengkapan *workshop*, bahan pembuatan *balloon bouquet*, konsumsi peserta, media promosi, hingga biaya operasional lainnya. Rancangan Anggaran Biaya dibuat sebagai acuan pengelolaan keuangan agar penggunaan dana lebih terarah dan efisien. Penyusunan anggaran juga membantu dalam menentukan strategi kerja sama dengan sponsor serta memperkirakan target pemasukan dan pengeluaran selama kegiatan berlangsung. Berikut merupakan rancangan anggaran biaya kegiatan yang telah disusun :

Tabel 4. 2 RAB Pelaksanaan

Satuan Rangkaian Bunga untuk <i>Workshop</i>			
Keterangan Jenis Kebutuhan	Unit	Biaya / Unit	Jumlah Harga
Balon Twist	18 pcs	1.000	18.000
Card	1 pcs	3.000	3.000
Gunting	1 pcs	4.000	4.000
Pompa	1 pcs	20.000	20.000
Jumlah			45.000
Anggaran <i>Event</i>			
Keterangan Jenis Kebutuhan	Unit	Biaya / Unit	Jumlah Harga
Penyewaan Tempat	3 jam	free	free
Konsumsi	17 pcs	25.000	425.000
Biaya Promosi (Ads)	3x ads	30.000	90.000
Goodie Bag	15 pcs	40.000	600.000
Jumlah			1.115.000

4.3.3 Pengajuan Mitra Kolaborasi dan Sponsorship

Pengajuan mitra kolaborasi dan sponsorship dilakukan sebagai bentuk untuk memperoleh dukungan dalam mendukung keberlangsungan kegiatan *workshop Balloon Bouquet Experience*. Pengajuan ini menyasar kepada *Emina* karena dinilai memiliki

kesesuaian dengan target peserta yang didominasi oleh kalangan muda serta memiliki citra *brand* yang kreatif dan interaktif. Melalui kolaborasi ini, diharapkan kegiatan tidak hanya menjadi *workshop* kreatif namun mampu membrikan pengalaman yang lebih menarik dan berkesan bagi peserta. Proposal *sponsorship* diajukan kepada pihak *Emina* dengan menawarkan bentuk kerja sama yang saling menguntungkan. Setelah melauai proses negosiasi dan koordinasi, kerja sama kemudian diperkuat melalui penandatanganan MoU.

MEMORANDUM OF UNDERSTANDING (MoU)
KERJA SAMA WORKSHOP KREATIF ANTARA BAMBYLOONS SEMARANG DAN
EMINA COSMETICS

Nomor: 001/MoU/BMB-EMN/2026

Pada hari ini, Jumat tanggal 8 bulan Mei tahun 2026, yang bertanda tangan di bawah ini:

PIHAK PERTAMA

Nama : Monica Putri Maharani
Jabatan : Founder Bambyloons Semarang
Alamat : Jalan Wanara Barat No. 729, Semarang

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama **Bambyloons Semarang**, selanjutnya disebut sebagai **PIHAK PERTAMA**.

PIHAK KEDUA

Perusahaan : Emina Cosmetics
Alamat : Jalan Kw. Industri Candi V No. 10 Blok A3, Ngaliyan, Semarang

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama **Emina Cosmetics**, selanjutnya disebut sebagai **PIHAK KEDUA**.

Kedua belah pihak sepakat untuk mengadakan kerja sama dalam penyelenggaraan kegiatan workshop dengan ketentuan sebagai berikut:

PASAL 1

LATAR BELAKANG

Bahwa **PIHAK PERTAMA** merupakan usaha kreatif di bidang balloon bouquet dan dekorasi kreatif yang akan menyelenggarakan kegiatan workshop kreatif untuk meningkatkan kreativitas serta brand awareness kepada masyarakat.

Bahwa **PIHAK KEDUA** merupakan brand kosmetik yang mendukung kegiatan kreatif, edukatif, dan engagement dengan target audience anak muda.

Berdasarkan hal tersebut, kedua belah pihak sepakat untuk menjalin kerja sama dalam penyelenggaraan workshop.

PASAL 2

BENTUK KEGIATAN

Kegiatan kerja sama ini berupa penyelenggaraan workshop dengan detail sebagai berikut:

Nama Kegiatan : Balloon Bouquet Experience
Tema : Twist The Fun With Bambyloons
Waktu : 14.00 – 17.00 WIB
Tempat : WWW Creative Space

Gambar 4. 1 MoU Bambyloons dan Emina



Gambar 4. 2 Proposal Sponsorship Balloon Bouquet Experience

Dalam kolaborasi ini pihak *Emina* memberikan dukungan dalam bentuk kolaborasi aktivitas selama acara berlangsung. Bentuk dukungan tersebut meliputi sesi *Personal Color Analysis*, *Face Body Shape Tips*, dan juga aktivitas customize produk. Sebagai bentuk apresiasi kepada peserta, pihak *Emina* turut memberikan *goodie bag* kepada dua peserta terbaik selama acara berlangsung. *Goodie bag* berisi produk dari *Emina* yang diberikan sebagai hadiah tambahan untuk meningkatkan antusiasme peserta dalam mengikuti rangkaian kegiatan. Selain itu, kerja sama *sponsorship* juga diwujudkan melalui bundling HTM dengan souvenir produk berupa *facewash* dan *sunscreen* sehingga setiap peserta mendapatkan produk yang telah disediakan.

4.3.4 Penentuan Lokasi Kegiatan

Pada tahap ini, penentuan lokasi kegiatan menjadi salah satu prioritas penting untuk memastikan kenyamanan dan kelancaran *workshop*. Awalnya lokasi direncanakan di Tentrem Mall dengan

memanfaatkan kolaborasi bersama Koempeol Bersama. Namun, setelah dilakukan evaluasi dan beberapa pertimbangan, penyelenggara memutuskan untuk mengubah lokasi kegiatan di WWW Creative Space. Alasan utama perubahan lokasi adalah harga sewa yang lebih terjangkau dan fasilitas yang lebih mendukung sesuai kebutuhan *workshop*. Survey lokasi dilakukan pada tanggal 24 April 2026. Berdasarkan perencanaan, kegiatan *workshop* akan dilaksanakan pada tanggal 9 Mei 2026 sehingga bisa mendapatkan promo free tempat dengan dengan syarat minimal pembelian sebesar Rp 350.000. Tidak terdapat kendala berarti dalam penentuan lokasi. Keputusan akhir ini diambil setelah mempertimbangkan faktor biaya, aksesibilitas, serta kesesuaian dengan konsep *workshop* yang membutuhkan ruang kreatif serta nyaman bagi peserta.



Gambar 4. 3 Survey Lokasi Workshop

4.3.5 Penyusunan Konsep Visual Acara

Penyusunan konsep visual acara dilakukan sebagai langkah untuk menciptakan identitas kegiatan yang menarik, estetik, dan sesuai dengan tema Balloon Bouquet Experience. Konsep visual yang digunakan mengusung tema soft, playful, dan colorful. Pemilihan warna pastel dan elemen dekoratif yang cerah dilakukan agar suasana lebih menarik, nyaman, dan Instagramable. Untuk mendukung

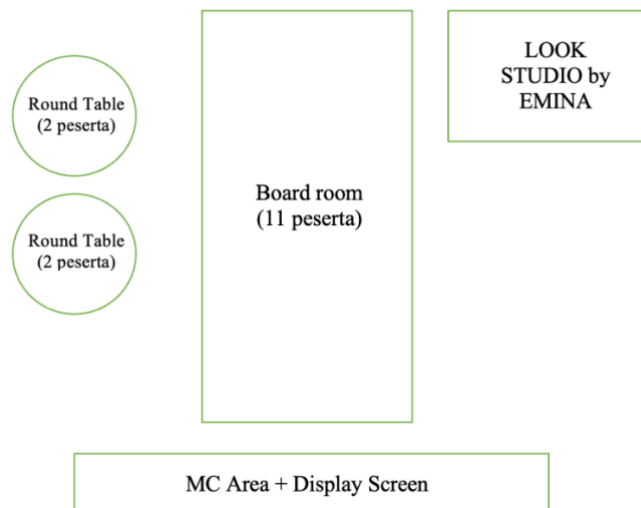
keselarasan visual acara, peserta juga diarahkan menggunakan dresscode bernuansa pastel sehingga suasana kegiatan terlihat lebih harmonis dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Selain itu, konsep visual juga disesuaikan dengan identitas *brand* sponsor sehingga tercipta keselarasan antara dekorasi acara dengan aktivitas kolaborasi yang dilaksanakan selama kegiatan berlangsung. Tata letak area kegiatan juga dirancang secara khusus agar memberikan kenyamanan bagi peserta selama *workshop* berlangsung. Meja peserta disusun menggunakan layout board room sebagai area utama *workshop* balloon bouquet, kemudian ditambahkan dua *round table* di bagian samping untuk mendukung interaksi peserta dan aktivitas pendukung lainnya.



Gambar 4. 4 Penataan Ruang Workshop

Sementara itu, pada bagian ujung belakang ruangan disediakan area khusus berupa Look Studio dari *Emina* yang digunakan untuk kegiatan *Personal Color Analysis* (PCA). Area tersebut dirancang dengan konsep yang menarik dan interaktif agar peserta dapat mengikuti sesi PCA dengan nyaman sekaligus menjadi salah satu spot visual utama dalam kegiatan. Selain memperhatikan tata letak ruangan, setiap meja peserta juga telah disusun dan dikustomisasi secara rapi untuk memberikan pengalaman yang lebih personal dan eksklusif. Pada setiap meja telah disediakan name tag berisi nama peserta, perlengkapan *workshop* balloon bouquet, konsumsi peserta, serta *goodie bag souvenir* yang berisi produk *sunscreen* dan *facewash*

dari *Emina*. Penataan tersebut dilakukan agar peserta merasa lebih nyaman dan siap mengikuti seluruh rangkaian kegiatan sejak awal acara dimulai. Hasil dari penyusunan konsep visual acara menunjukkan bahwa tampilan visual memiliki pengaruh besar terhadap daya tarik dan citra kegiatan. Konsep visual yang terencana dengan baik mampu meningkatkan antusiasme peserta, memperkuat identitas acara, serta mendukung proses promosi kegiatan melalui dokumentasi dan media sosial.



Gambar 4. 5 Layout Ruangan Workshop

4.3.6 Penyusunan Kuesioner Pre dan Pasca *Workshop*

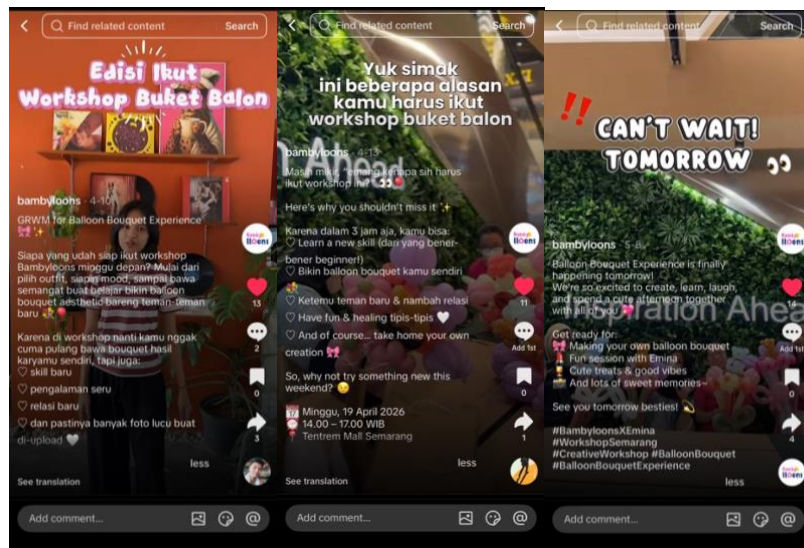
Penyusunan kuesioner pre dan pasca *workshop* dilakukan sebagai salah satu bentuk evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman, pengalaman, serta kepuasan peserta sebelum dan setelah mengikuti kegiatan *Balloon Bouquet Experience with Bambyloons x Emina*. Kuesioner ini disusun untuk membantu penyelenggara memperoleh data mengenai efektivitas kegiatan sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam pelaksanaan acara berikutnya.

Kuesioner *pre-workshop* diberikan kepada peserta sebelum kegiatan dimulai. Sementara itu, kuesioner *pasca workshop* diberikan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan menggunakan pertanyaan yang singkat, jelas, dan mudah dipahami oleh peserta. Bentuk pertanyaan terdiri atas pilihan skala penilaian serta beberapa pertanyaan terbuka agar peserta dapat memberikan pendapat secara lebih bebas. Kuesioner kemudian dibagikan secara digital melalui Google Form sehingga lebih mudah diakses dan diisi oleh seluruh peserta. Hasil evaluasi juga menjadi acuan dalam meningkatkan kualitas konsep dan pelaksanaan *workshop* di masa mendatang.

4.3.7 Promosi

Tahap promosi dilakukan untuk meningkatkan serta menarik minat peserta terhadap *Balloon Bouquet Experience* sekaligus untuk mengikuti kegiatan tersebut. Promosi dilaksanakan melalui media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, dengan memanfaatkan konten visual yang menarik dan komunikatif agar informasi acara dapat tersampaikan secara efektif kepada target audiens.

Pada media sosial TikTok, tim *Bambyloons* membuat tiga video promosi interaktif yang dikemas secara persuasif dengan menampilkan konsep *workshop*, suasana kegiatan, serta hasil *balloon bouquet* yang menarik perhatian audiens. Konten video dibuat dengan mengikuti tren media sosial agar lebih mudah menjangkau pengguna dan meningkatkan *engagement*.



Gambar 4. 6 Konten TikTok Promosi Workshop

Sementara itu, promosi melalui Instagram dilakukan mulai H-7 pelaksanaan acara melalui unggahan snapgram secara rutin untuk mengingatkan audiens mengenai jadwal *workshop* dan informasi pendaftaran. Selain snapgram, tim juga membuat satu postingan feeds yang berisi informasi lengkap mengenai *Balloon Bouquet Experience* with *Bambyloons* x Emina. Postingan tersebut diunggah menggunakan fitur collaboration post bersama akun Instagram *Emina Semarang* sehingga promosi dapat menjangkau *followers* dari kedua pihak dan meningkatkan *exposure* acara secara lebih luas.



Gambar 4. 7 Konten Instagram Flyer Balloon Bouquet Experience

4.4 Tahap Pelaksanaan – Event “*Balloon Bouquet Experience*”

Balloon Bouquet Experience workshop diselenggarakan pada Sabtu, 9 Mei 2026 pukul 14.00 – 17.00 WIB di W WW Creative Space. Dari target peserta yang ditentukan, sebanyak 15 peserta hadir dan mengikuti seluruh rangkaian acara. Pelaksanaan *workshop* berlangsung sesuai susunan acara yang telah dipersiapkan sebelumnya. Kegiatan diawali dengan sesi *Personal Color Analysis* serta *Face & Body Shape Tips* yang dipandu oleh tim *Emina Cosmetics*. Setelah itu, acara dilanjutkan dengan pemaparan materi mengenai pengenalan *Bambyloons* oleh tim *Bambyloons*. Selanjutnya peserta memasuki sesi utama berupa *Workshop Session*, di mana peserta mendapatkan pendampingan langsung dari tim *Bambyloons* sebagai narasumber dalam proses pembuatan *balloon bouquet*. Kegiatan kemudian ditutup dengan sesi dokumentasi bersama seluruh peserta, tim *Bambyloons*, dan juga tim *Emina Semarang*.

Sebagai mitra kolaborasi, *Emina Beauty* turut memberikan dukungan melalui penyediaan goodie bag untuk setiap peserta yang berisi *sunscreen*, *face wash*, serta sticker. Kehadiran *souvenir* tersebut memberikan nilai tambah sekaligus meningkatkan kesan positif peserta terhadap acara yang diselenggarakan.

Walaupun *workshop* sempat mengalami perubahan jadwal dari 19 April menjadi 9 Mei dan pergantian mitra kolaborasi, kegiatan pada hari pelaksanaan tetap berjalan dengan baik dan kondusif. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama *workshop* berlangsung, aktif mengikuti setiap sesi materi, serta mampu menyelesaikan *balloon bouquet* masing-masing dengan baik. Selama acara berlangsung juga tidak ditemukan kendala teknis yang signifikan. Dalam proses dokumentasi kegiatan, penulis turut membantu mengabadikan berbagai momen penting melalui foto dan video, mulai dari sesi pembukaan, praktik *hands-on* peserta, pengambilan testimoni, hingga penutupan acara. Dokumentasi tersebut kemudian dimanfaatkan sebagai bahan konten rekap untuk publikasi *pasca-event* di media sosial. Secara keseluruhan, tahap pelaksanaan *workshop* ini berhasil memberikan pengalaman yang positif dan interaktif bagi peserta sekaligus menjadi salah satu upaya *Bambyloons* dalam meningkatkan *brand awareness* di kalangan masyarakat Semarang.

4.4.1 Rundown Kegiatan

Balloon Bouquet Experience with Bambyloons x Emina dilaksanakan pada Sabtu, 9 Mei 2026. Rundown dimulai pada pukul 13.30 dengan sesi *open gate* dan registrasi selama 30 menit. Pada awal acara ini, penyelenggara dari tim *Bambyloons* dan *Emina* melakukan pendataan ulang peserta serta pembagian *snack* sebagai bentuk penyambutan awal, agar peserta merasa nyaman sebelum acara dimulai. Acara lalu dilanjutkan dengan *Personal Color Analysis (PCA)* dan *Face & Body Shape Tips* oleh tim *Emina Beauty* pada pukul 14.00. Penempatan sesi *Personal Color Analysis* pada awal kegiatan dinilai mampu meningkatkan antusiasme peserta sejak awal acara dimulai. Selain itu, kolaborasi bersama *Emina* memberikan nilai tambah terhadap *workshop* karena menghadirkan *experience* lain

tanpa menugurangi esensi dari mata acara utama yaitu Balloon Bouquet *Workshop*. Setelah sesi bersama sponsor selesai, kegiatan dilanjutkan dengan pengenalan *brand Bambyloons* selama 5 menit. Pada sesi ini, tim *Bambyloons* menyampaikan identitas dan konsep *brand* kepada peserta. Walaupun memiliki durasi yang singkat, sesi ini dinilai penting sebagai media branding dan pengenalan kepada peserta.

Kegiatan inti *workshop* berlangsung pada pukul 15.05 – 16.45 selama 100 menit melalui pelatihan pembuatan buket balon yang dilakukan oleh tim *Bambyloons*. Pada sesi ini, peserta diberikan *experiential experience* berupa pembuatan langsung buket balon. Dalam rangkaian rundown peserta juga dihimbau mengikuti survey melalui G-Form yang diberikan di awal sesi dan akhir sesi kegiatan. Pengisian survey bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan sekaligus menjadi bahan evaluasi untuk penyelenggara. Kegiatan kemudian ditutup dengan sesi closing dan dokumentasi bersama yang dipandu oleh MC. Secara keseluruhan, rundown kegiatan disusun secara runtut dengan pembagian waktu yang cukup efektif. Kolaborasi antara *beauty session* bersama *Emina* dan *workshop* kreatif dari *Bambyloons* berhasil menciptakan alur kegiatan yang interaktif, variatif, dan tidak monoton mampu menjaga antusiasme peserta selama acara berlangsung. Berikut rangkaian kegiatan *Balloon Bouquet Experience* :

Tabel 4. 3 Rangkaian Kegiatan Workshop

Waktu	Durasi	Acara	Deskripsi	Penanggung Jawab
13.30 – 14.00	30”	Open Gate dan Regestrasi Peserta	Absensi dan Pembagian Snack	Panitia

14.00 – 15.00	60”	Personal Color Analysis & Face and Body Shape Tips	Sapaan dan kegiatan personal color analysis dari <i>Emina Cosmetics</i> , Penyampaian materi mengenai Face and Body Shape Tips dari <i>Emina Cosmetics</i>	MC& Emina
15.00 – 15.05	5”	Penjelasan Produk <i>Bambyloons</i> , Perkenalan <i>Brand Bambyloons</i> dan Pengisian Survey	Penjelasan singkat mengenai produk buket balon dan pengenalan <i>brand Bambyloons</i>	<i>Bambyloons</i>
15.05 – 16.45	100”	Pelatihan Pembuatan Buket Balon	Experiential experience / <i>Workshop Bambyloons</i>	<i>Bambyloons</i>
16.45 – 16.50	5”	Pengisian Survey Testimoni Peserta	Survey online via Google Form	MC

16.50 – 17.00	10”	Closing dan Dokumentasi	Penutupan dan Foto bersama	MC
---------------	-----	-------------------------	----------------------------	----

4.4.2 *Personal Color Analysis & Face and Body Shape Tips*

Balloon Bouquet Experince diawali dengan sesi *Personal Color Analysis & Face and Body Shape Tips* yang dilaksanakan pada pukul 14.00 – 15.00 WIB dengan durasi selama 60 menit. Sesi ini dibawakan langsung oleh tim dari *Emina Beauty* sebagai bentuk edukasi interaktif kepada peserta mengenai pemahaman warna personal serta bentuk wajah dan tubug yang sesuai dengan karakter masing – masing individu. Pada sesi PCA, peserta diberikan penjelasan mengenai jenis undertone kulit serta pemilihan warna yang cocok untuk menunjang penampilan sehari – hari. Tim *Emina* menjelaskan perbedaan warm tone, cool tone, serta natural tone dengan metode demonstrasi secara langsung menggunakan beberapa contoh warna. Peserta juga diajak untuk mencoba menganalisis warna yang paling sesuai dengan diri mereka sehingga suasana sesi menjadi lebih interaktif dan menarik. Selanjutnya, pada materi *Face and Body Shape Tips*, peserta memperoleh pengetahuan mengenai bentuk wajah dan bentuk tubuh beserta tips dalam memilih gaya makeup, outfit, maupun aksesoris yang dapat menyesuaikan karakter visual masing-masing.

Selama sesi berlangsung, peserta terlihat antusias dan aktif berpartisipasi dengan mengajukan pertanyaan maupun mengikuti arahan dari tim *Emina*. Sesi ini tidak hanya memberikan wawasan baru bagi peserta, tetapi juga menjadi pembuka acara yang mampu menciptakan suasana *workshop* yang lebih hangat, menyenangkan, dan interaktif sebelum memasuki sesi inti pembuatan *balloon bouquet*.



Gambar 4. 8 Sesi Personal Color Analysis

4.4.3 Pengenalan *Brand Bambyloons*

Sesi Pengenalan *Brand Bambyloons* dilakukan pada pukul 15.00 – 15.05 setelah sesi *Personal Color Analysis* bersama *Emina* selesai dilaksanakan. Pada sesi ini, tim *Bambyloons* memperkenalkan *brand Bambyloons* kepada peserta, mulai dari *special greeting* dan ucapan terimakasih karena sudah berantusias untuk mengikuti *workshop*, latar belakang berdirinya usaha, konsep bisnis yang dijalankan, perkembangan usaha, hingga produk dan layanan yang ditawarkan. Penyampaian materi dilakukan secara singkat namun interaktif agar peserta dapat memahami identitas *brand* dengan lebih mudah. Selain memperkenalkan profil usaha, peserta juga diberikan materi penjelasan mengenai karakteristik, desain, serta ciri khas dari produk yang dimiliki. Peserta juga diedukasi mengenai produk *Bambyloons* yang *customizeable* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dari *customer*. Melalui sesi pengenalan *brand* ini, peserta diharapkan dapat mengenal lebih dekat identitas *Bambyloons*. Selain menjadi media branding, sesi ini juga bertujuan untuk meningkatkan *awareness* peserta terhadap produk dan layanan *Bambyloons* serta membangun ketertarikan peserta terhadap *brand* ini.



Gambar 4. 9 Pengenalan Brand Bambyloons

4.4.4 Pengisian Survey Pre-Workshop

Setelah pemaparan materi selesai, peserta diarahkan oleh MC untuk mengisi survey pre-workshop yang telah disediakan melalui G-Form. Pengisian survey dilakukan sebelum peserta memasuki sesi praktik pembuatan buket balon. Kuesioner pre workshop bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal peserta mengenai balloon bouquet, pengalaman mengikuti workshop kreatif, serta ekspektasi peserta terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan. Data dari survey ini nantinya digunakan sebagai bahan evaluasi untuk membandingkan pemahaman peserta sebelum dan sesudah workshop berlangsung.



Gambar 4. 10 Pengenalan Brand dan Pengisian Survey

4.4.5 Pelatihan Pembuatan Buket Balon

Sesi Pelatihan Pembuatan Buket Balon merupakan sesi inti dalam kegiatan *Balloon Bouquet Experience with Bambyloons* x Emina. Pada sesi ini, peserta mendapatkan pelatihan secara langsung mengenai teknik dasar pembuatan *balloon bouquet* dengan materi medium mix bouquet. Setiap peserta dibimbing untuk membuat satu rangkaian bouquet yang terdiri dari empat tangkai bunga balon, yaitu dua bunga daisy dan dua bunga tulip. Pelatihan dimulai dengan pengenalan alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan balloon bouquet, seperti jenis balon, *hand pump*, pita, serta perlengkapan pendukung lainnya. Setelah itu, tim *Bambyloons* sebagai narasumber memberikan demonstrasi tahapan pembuatan bunga balon secara bertahap agar peserta dapat memahami teknik dasar dengan lebih mudah.

Materi pertama yang dipelajari peserta adalah teknik membentuk bunga daisy menggunakan balon twisting. Peserta diajarkan cara membentuk kelopak bunga dengan ukuran yang proporsional serta teknik mengunci balon agar hasil bunga lebih rapi dan kuat. Selanjutnya, peserta mempelajari teknik pembuatan bunga tulip dengan bentuk yang lebih sederhana namun tetap memperhatikan estetika dan kerapihan hasil akhir. Selain pembuatan bunga, peserta juga diberikan materi mengenai teknik membuat pita sebagai elemen dekoratif tambahan pada bouquet. Setelah seluruh komponen selesai dibuat, peserta diarahkan untuk mempelajari teknik merangkai bunga balon menjadi satu kesatuan *medium mix bouquet*.

Selama sesi berlangsung, peserta terlihat aktif mengikuti arahan dan praktik secara langsung dengan pendampingan dari tim *Bambyloons*. Suasana interaktif tercipta dengan banyak peserta yang saling membantu satu sama lain, serta peserta yang aktif bertanya apabila menemukan kesulitan di tengah pembuatan *balon bouquet*. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan memperoleh *hands on experience*

sehingga dapat meningkatkan *awareness* terhadap *brand Bambyloons* serta menumbuhkan ketertarikan peserta terhadap produk balon buket.



Gambar 4. 11 Workshop Session

4.4.6 Pengisian Survey Pasca *Workshop* dan Testimoni Peserta

Setelah sesi pelatihan selesai, peserta diarahkan untuk mengisi survey pasca *workshop* sebagai bentuk evaluasi kegiatan Balloon Bouquet Experience with *Bambyloons* x Emina. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta, pemahaman setelah *workshop*, serta respon terhadap materi dan pelaksanaan acara. Selain pengisian survey, dua peserta juga memberikan testimoni mengenai pengalaman mereka selama mengikuti *workshop*. Peserta menyampaikan kesan positif terhadap suasana acara yang interaktif, materi yang mudah dipahami, serta pengalaman baru dalam membuat balon buket secara langsung. Para peserta yang memberikan testimoni juga mendapatkan *goodie bag* spesial dari tim *Emina Beauty*.



Gambar 4. 12 Testimoni Peserta dan Pengisian Survey

4.4.7 Closing dan Dokumentasi

Pada sesi penutupan, MC mengarahkan seluruh peserta untuk mengikuti dokumentasi bersama sebagai akhir dari rangkaian acara *Balloon Bouquet Experience with Bambyloons x Emina*. Dokumentasi dilakukan melalui sesi foto dan video bersama peserta, tim *Bambyloons*, serta tim *Emina Cosmetics* sambil menampilkan hasil balon bouquet yang telah dibuat masing-masing peserta. Setelah sesi dokumentasi selesai, MC melakukan salam penutup.



Gambar 4. 13 Sesi Dokumentasi Bersama

4.5 Tahap Pasca – Event “*Balloon Bouquet Experience*”

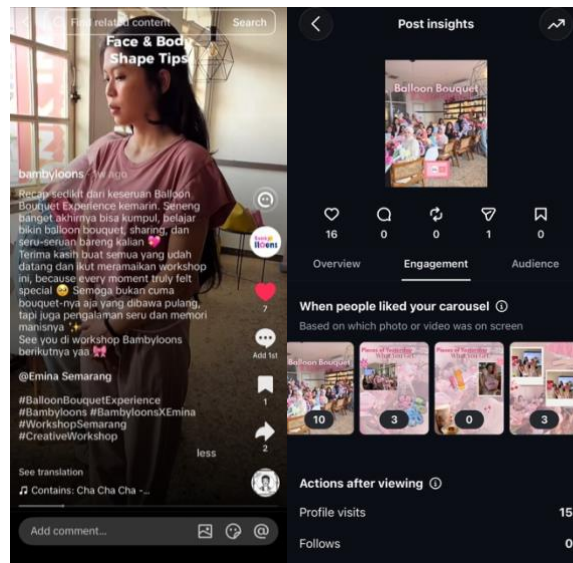
Tahap ini merupakan fase yang bertujuan untuk mendokumentasikan hasil serta memanfaatkan momentum untuk memperkuat *brand awareness Bambyloons*. Tahapan ini dilakukan sebagai bentuk publikasi lanjutan sekaligus evaluasi setelah pelaksanaan *Balloon Bouquet Experience with Bambyloons x Emina*. Pada tahap ini, tim *Bambyloons* membuat konten recap kegiatan untuk diunggah pada media sosial TikTok dan Instagram guna mempertahankan *engagement* serta meningkatkan *brand awareness* pasca acara. Pada platform TikTok, tim mengunggah video recap yang menampilkan rangkaian kegiatan *workshop* mulai dari sesi *Personal Color Analysis*, proses pembuatan balon *bouquet*, suasana interaktif peserta, hingga hasil akhir

bouquet yang telah dibuat. Sementara itu, pada Instagram, publikasi pasca *event* dilakukan melalui unggahan *carousel* pada *feeds* yang berisi dokumentasi kegiatan, suasana *workshop*, produk apa saja yang didapatkan dari *workshop*, serta momen kolaborasi bersama Emina. Konten *carousel* dibuat dengan desain visual yang estetik dan informatif untuk memerikan kesan profesional sekaligus memperkuat identitas *brand Bambyloons*.

Konten recap memiliki peran penting dalam meningkatkan brand awareness karena mampu memperluas eksposur merek kepada audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang tidak mengikuti kegiatan secara langsung. Melalui foto dan video dokumentasi yang menampilkan logo, nama merek, produk, serta aktivitas peserta, konten recap membantu meningkatkan brand recognition, yaitu kemampuan audiens mengenali Bambyloons ketika melihatnya kembali.

Selain itu, konten recap juga mendukung brand recall karena menampilkan pengalaman nyata dan interaksi peserta selama kegiatan berlangsung. Pengalaman yang divisualisasikan melalui konten recap cenderung lebih mudah diingat dibandingkan promosi yang hanya berisi informasi produk. Ketika dibagikan melalui media sosial, konten recap juga dapat menjangkau audiens baru melalui shares, reposts, dan interaksi lainnya, sehingga memperluas jangkauan komunikasi merek.

Dengan demikian, konten recap tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai media komunikasi yang efektif untuk memperkuat pengenalan, ingatan, dan eksposur merek Bambyloons di kalangan target audiens.



Gambar 4. 14 Konten Pasca Event di TikTok dan Instagram

4.6 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi *workshop* menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan *workshop* sebelumnya, terutama dari jumlah peserta yang hadir. *Workshop* Balloon Bouquet Experience with *Bambyloons* x *Emina* berhasil mencapai jumlah peserta terbanyak dibandingkan dua *workshop* *Bambyloons* sebelumnya, sehingga menunjukkan meningkatnya minat masyarakat terhadap kegiatan yang diselenggarakan oleh *Bambyloons*. Selain itu, konsep kegiatan dinilai lebih menarik karena *Bambyloons* berhasil melakukan kolaborasi bersama *Emina Cosmetics* sebagai *brand* yang relevan dengan target audiens *Bambyloons*. Kolaborasi ini memberikan variasi kegiatan yang lebih interaktif melalui sesi *Personal Color Analysis* serta pemberian *goodie bag*, sehingga pengalaman peserta menjadi lebih berkesan dan berbeda dari *workshop* sebelumnya.

Dari sisi *brand awareness*, *workshop* ini juga menunjukkan peningkatan yang positif. Hal tersebut terlihat dari antusiasme peserta selama acara berlangsung, meningkatnya *engagement* pada media sosial pasca-event, munculnya berbagai testimoni positif, serta adanya potensi rekomendasi dari peserta kepada orang lain. Selain itu banyak dari peserta yang mengikuti *workshop* menanyakan sesi personal class dan terdapat pula satu *brand* yang

menawarkan kolaborasi dalam kegiatan selanjutnya. Dengan demikian, *workshop* ini dinilai berhasil meningkatkan eksposur dan citra positif *Bambyloons* di kalangan masyarakat, khususnya target audiens di Semarang.

4.7 Analisis *Hands On Experience* pada *Event*

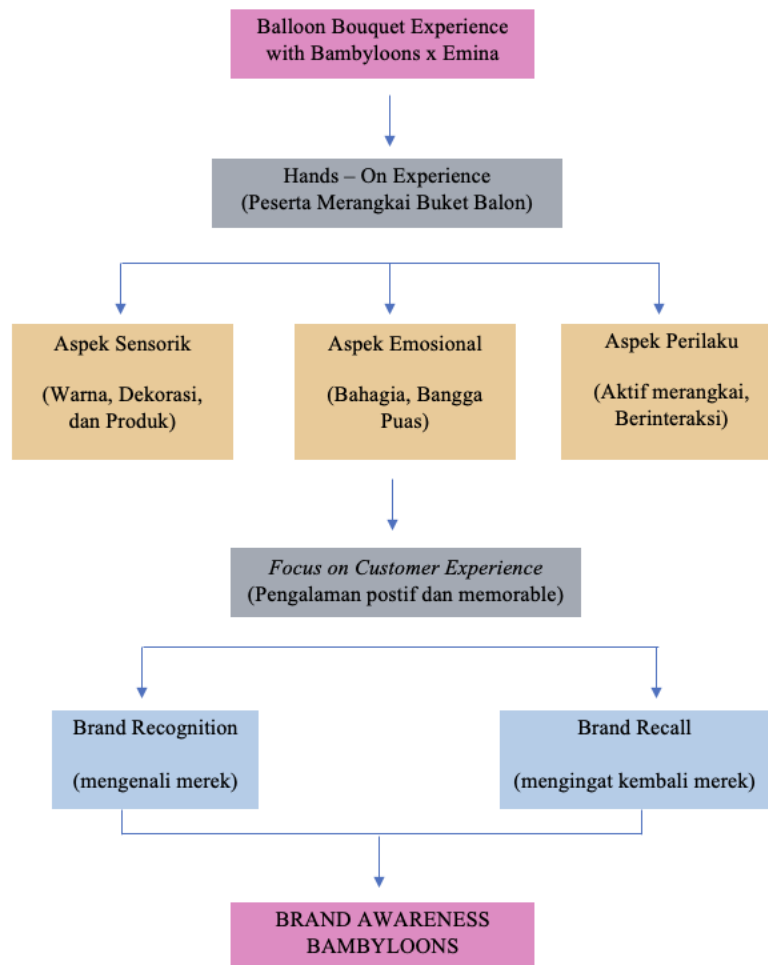
Pelaksanaan *Balloon Bouquet Experience with Bambyloons x Emina* tidak hanya menciptakan pengalaman langsung (*hands-on experience*) bagi peserta, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan *brand awareness*. Hal ini terjadi, karena peserta tidak hanya menerima informasi mengenai *brand* secara pasif melainkan terlibat secara aktif dalam pengalaman yang menyenangkan dan berkesan.

Sesuai dengan teori *Experiential Marketing* dari Bernd Schmitt (1999), pengalaman yang melibatkan aspek sensorik, emosional, dan perilaku cenderung lebih mudah diingat dibandingkan promosi yang hanya berfokus pada penyampaian informasi produk. Dalam *workshop* ini, peserta tidak hanya melihat produk atau mengikuti acara namun menjalani proses pengalaman dengan melakukan interaksi langsung dengan identitas merek *Bambyloons* melalui aktivitas merangkai buket balon. Pengalaman tersebut menciptakan memori yang kuat dalam memori peserta sehingga meningkatkan kemampuan untuk mengenali dan mengingat merek. Berdasarkan karakteristik dari teori *hands-on experience*, *Balloon Bouquet Experience* merupakan implementasi langsung dari *focus on customer experience*. *Event* yang dilakukan lebih berfokus pada pengalaman langsung yang muncul dari proses menghadapi, menjalani, dan langsung berada dalam situasi tersebut. Pengalaman yang diberikan dipicu oleh stimulus panca indera, perasaan, juga pikiran. Hal tersebut memberikan nilai sensor, emosional, kognitif, tingkah laku, dan penghubung yang menggantikan nilai – nilai fungsional (Schmitt, 1999 : 34).

Selain itu, pengalaman positif yang diperoleh selama *workshop* mendorong peserta untuk mendokumentasikan dan membagikan kegiatan mereka melalui media sosial. Aktivitas ini secara tidak langsung memperluas jangkauan eksposur *brand* kepada audiens yang lebih luas. Ketika peserta membagikan

video hasil karya balon buketnya yang disertai identitas *Bambyloons*, maka terjadi penguatan *brand awareness* yang tidak hanya pada individu tersebut melainkan juga pada pengikut mereka di media sosial.

Menurut analisis penulis, terdapat hubungan yang erat antara hands-on experiential dan *brand awareness*. Semakin tinggi keterlibatan peserta dalam aktivitas *workshop*, semakin besar peluang terciptanya pengalaman yang berkesan. Pengalaman yang berkesan tersebut kemudian meningkatkan kemampuan peserta dalam mengenali (*brand recognition*) dan mengingat kembali (*brand recall*) merek *Bambyloons*. Dengan demikian, *workshop* ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan edukasi, tetapi juga menjadi strategi yang efektif dalam membangun kesadaran merek di kalangan konsumen.



Gambar 4. 15 Bagan Kaitan Hands On Experience dengan Brand awareness

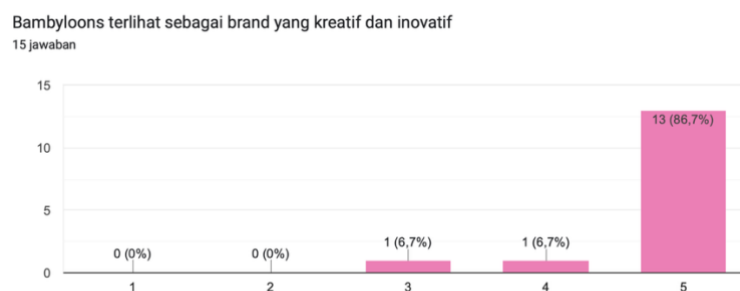
(Sumber : Penulis, 2026)

4.8 Indikator Keberhasilan

Evaluasi keberhasilan kegiatan *Balloon Bouquet Experience with Bambyloons x Emina* dilakukan melalui tiga aspek, yaitu *Outcome Evaluation*, *Process Evaluation*, dan *Impact Evaluation*. Analisis ini dilakukan dengan membandingkan target yang telah ditetapkan dengan hasil yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan.

1. *Outcome Evaluation*, bertujuan untuk mengetahui sejauh mana *event* ini mampu meningkatkan *brand awareness Bambyloons* dan ketertarikan masyarakat terhadap buket balon.

Berdasarkan data kehadiran, jumlah peserta yang hadir mencapai 15 orang. Hasil ini melampaui target yang telah ditetapkan yaitu 10 peserta. Dengan demikian tingkat pencapaian peserta mencapai 150% dari target sehingga menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap kegiatan *workshop*. Dalam hal ini kehadiran peserta juga mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan *workshop* sebelumnya, yang hanya dihadiri oleh 5 – 8 peserta.



Gambar 4. 16 Data survei seberapa besar Bambyloons dinilai sebagai brand yang kreatif dan inovatif

(Sumber : Penulis, 2026)

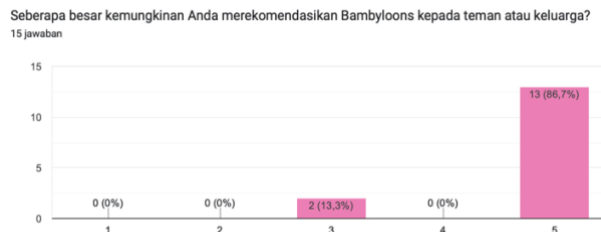
Ditinjau dari penilaian peserta terhadap kreativitas dan keunikan produk, hasil dari survey yang telah dilakukan melampaui dari target yang ditentukan pada indikator keberhasilan, lebih dari 80% peserta memberikan penilaian positif terhadap *Bambyloons*. Dari baseline score ≥ 4 terdapat 6,7% yang memberikan nilai 4 dan 86,7% memberikan nilai 5, hasil ini menunjukkan hal yang positif untuk *brand* tersebut.



Gambar 4. 17 Data survei seberapa besar Bambyloons dikenal sebelum peserta mendaftar workshop

(Sumber : Penulis, 2026)

Disebutkan di atas pada indikator *Outcome Evaluation*, terdapat 33,3% atau sebanyak 5 peserta menjadi mengenal *Bambyloons* karena adanya *event* ini. Jumlah tersebut masi berada di bawah KPI yang ditentukan, karena baseline di awal terdapat $\geq 40\%$ adanya peningkatan *awareness* setelah diselenggarakannya *Balloon Bouquet Experience*.

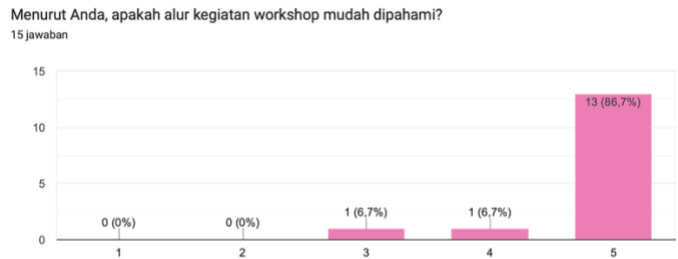


Gambar 4. 18 Data survei seberapa besar kemungkinan merekomendasikan Bambyloons kepada teman atau keluarga

(Sumber : Penulis, 2026)

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 86,7% peserta memberikan skor tertinggi (5) pada pertanyaan mengenai kemungkinan merekomendasikan *Bambyloons* kepada teman atau keluarga, sedangkan 13,3% peserta memberikan skor 3. Tidak terdapat peserta yang memberikan skor 1, 2, maupun 4. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki persepsi positif terhadap *Bambyloons* dan bersedia menjadi promotor produk melalui rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Dengan capaian sebesar 86,7%, hasil tersebut telah melampaui target indikator keberhasilan yang ditetapkan, yaitu minimal 60% peserta bersedia merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal ini mengindikasikan bahwa *workshop* berhasil membangun kepuasan dan kepercayaan peserta terhadap *brand Bambyloons*.

2. *Process Evaluation*, bertujuan untuk menilai kualitas pelaksanaan *workshop*, meliputi kelancaran kegiatan, pengelolaan waktu, fasilitas, logistik, serta partisipasi peserta.



Gambar 4. 19 Data survei seberapa besar alur kegiatan workshop mudah dipahami

(Sumber : Penulis, 2026)

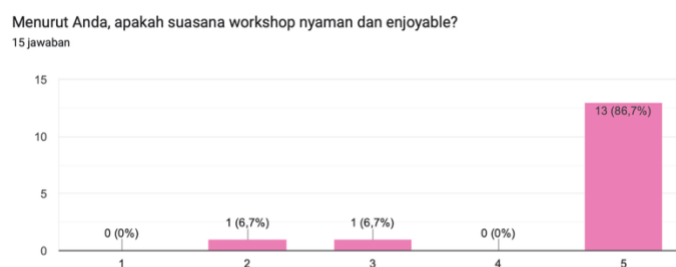
Berdasarkan hasil evaluasi, sebanyak 93,3% peserta memberikan penilaian positif (skor 4 dan 5) terhadap alur kegiatan *workshop Bambyloons*. Mayoritas peserta, yaitu 86,7%, memberikan skor tertinggi (5) yang menunjukkan bahwa alur kegiatan dinilai sangat mudah dipahami. Sementara itu, 6,7% peserta memberikan skor 4 dan 6,7% lainnya memberikan skor 3. Tidak terdapat peserta yang memberikan skor 1 maupun 2. Dengan capaian tingkat kepuasan sebesar 93,3%, hasil ini telah melampaui target indikator keberhasilan yang ditetapkan, yaitu minimal 90% peserta merasa puas terhadap alur kegiatan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa rangkaian *workshop* telah disusun dan dilaksanakan secara sistematis sehingga mudah diikuti oleh peserta dari awal hingga akhir kegiatan.



Gambar 4. 20 Data survei seberapa besar fasilitator dapat menjelaskan dengan baik

(Sumber : Penulis, 2026)

Berdasarkan hasil evaluasi, sebanyak 93,3% peserta memberikan penilaian positif (skor 4 dan 5) terhadap kemampuan fasilitator dalam menjelaskan materi *workshop*. Mayoritas peserta, yaitu 86,7%, memberikan skor tertinggi (5), sedangkan 6,7% memberikan skor 4. Hanya 6,7% peserta yang memberikan skor 3, dan tidak ada peserta yang memberikan skor 1 maupun 2. Hasil ini menunjukkan bahwa fasilitator mampu menyampaikan materi secara jelas, komunikatif, dan mudah dipahami oleh peserta. Dengan capaian sebesar 93,3%, indikator keberhasilan yang ditetapkan, yaitu minimal 90% peserta memberikan penilaian baik terhadap fasilitator, berhasil tercapai. Selain itu target ketepatan waktu pelaksanaan sebesar $\geq 95\%$ sesuai *rundown* belum tercapai. Keterlambatan terjadi karena sejumlah peserta hadir melebihi waktu registrasi yang telah ditentukan, sehingga waktu mulai kegiatan mengalami penyesuaian. Untuk mengakomodasi perubahan tersebut, sesi *personal color analysis* membutuhkan waktu tambahan dan dilaksanakan pada akhir kegiatan. Penyesuaian ini menyebabkan waktu selesai *workshop* mundur sekitar 30 menit dari *rundown* awal. Meskipun terdapat deviasi waktu, seluruh agenda *workshop* tetap terlaksana secara lengkap tanpa mengurangi substansi materi maupun pengalaman peserta.



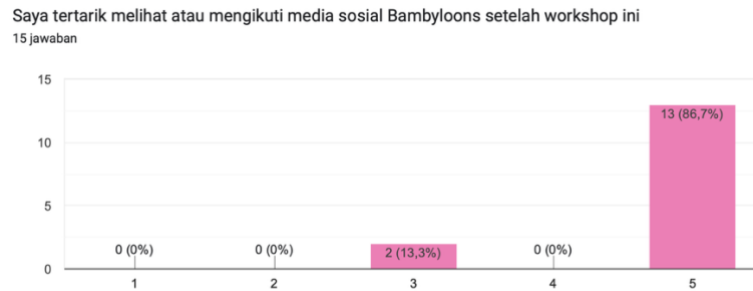
Gambar 4. 21 Data survei seberapa besar suasana workshop terkesan aman dan enjoyable

(Sumber : Penulis, 2026)

Berdasarkan observasi selama *workshop*, peserta menunjukkan keterlibatan yang tinggi dalam seluruh sesi praktik. Antusiasme peserta juga tercermin dari hasil survei kepuasan, di mana 86,7% peserta menilai

suasana *workshop* sangat nyaman dan *enjoyable*. Seluruh peserta mampu mengikuti proses pembuatan buket balon hingga selesai dengan pendampingan fasilitator.

3. *Impact Evaluation*, bertujuan untuk melihat dampak kegiatan terhadap perkembangan *brand Bambyloons* setelah *workshop* berlangsung.



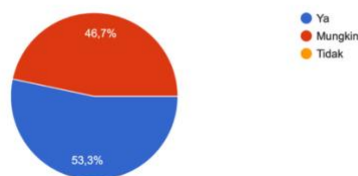
Gambar 4. 22 Data survei seberapa besar ketertarikan melihat dan mengikut media sosial Bambyloons setelah event workshop

(Sumber : Penulis, 2026)

Salah satu target dampak kegiatan adalah terciptanya konversi pasca-*event*, yang diukur melalui minimal 2–3 peserta melakukan pembelian setelah *workshop* berlangsung. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 86,7% peserta (13 dari 15 orang) menyatakan tertarik untuk membeli produk *Bambyloons* setelah mengikuti *workshop*.

Meskipun data ini belum menunjukkan pembelian aktual, tingkat ketertarikan tersebut dapat dianggap sebagai indikator kuat adanya *purchase intention* (niat membeli) yang berpotensi menghasilkan konversi di masa mendatang. Jika dibandingkan dengan target awal yang hanya menargetkan 2–3 peserta melakukan pembelian, maka jumlah peserta yang menunjukkan minat membeli telah jauh melampaui target yang ditetapkan.

Setelah workshop ini, apakah Anda tertarik mengikuti workshop/private class Bambyloons lainnya?
15 jawaban



Gambar 4. 23 Data survei seberapa besar ketertarikan mengikuti workshop / private class lainnya setelah event workshop

(Sumber : Penulis, 2026)

Selain itu, sebanyak 53,3% peserta (8 dari 15 orang) menyatakan tertarik untuk mengikuti *workshop* berikutnya atau *private class* yang diselenggarakan *Bambyloons*. Ketertarikan 8 peserta untuk mengikuti *workshop* berikutnya atau *private class* didasari oleh materi *workshop* dan *private class* yang lebih variatif dan harganya yang sebanding dengan materi yang didapatkan. Menurut analisis penulis, temuan ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya tertarik pada produk yang ditawarkan, tetapi juga pada pengalaman dan aktivitas yang diberikan oleh brand. Ketertarikan untuk mengikuti kegiatan lanjutan mencerminkan adanya keterikatan (*engagement*) dan potensi loyalitas terhadap *Bambyloons*.

Berdasarkan hasil *process evaluation*, *outcome evaluation*, dan *impact evaluation*, *Workshop Bambyloons* dapat dikatakan berhasil mencapai sebagian besar indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Pada *outcome evaluation*, *workshop* berhasil meningkatkan minat peserta terhadap *Bambyloons*. Sebanyak 86,7% peserta tertarik membeli produk *Bambyloons* dan 86,7% peserta bersedia merekomendasikan *Bambyloons* kepada orang lain, sehingga melampaui target yang telah ditetapkan.

Pada *process evaluation*, mayoritas peserta memberikan penilaian positif terhadap alur kegiatan, kemampuan fasilitator, serta suasana *workshop* yang nyaman dan menyenangkan. Meskipun indikator ketepatan waktu

belum tercapai akibat keterlambatan peserta yang menyebabkan kegiatan mundur sekitar 30 menit dari *rundown*, seluruh rangkaian acara tetap terlaksana dengan baik. Sementara itu, pada *impact evaluation*, *workshop* menunjukkan potensi dampak jangka panjang bagi perkembangan brand. Tingginya minat beli peserta serta 53,3% peserta yang tertarik mengikuti *workshop* lanjutan atau *private class* menunjukkan adanya peluang konversi, peningkatan *engagement*, dan potensi loyalitas terhadap *Bambyloons*. Secara keseluruhan, *workshop* berhasil memberikan pengalaman positif kepada peserta sekaligus mendukung tujuan peningkatan *brand awareness*, minat beli, dan keterikatan peserta terhadap *brand Bambyloons*.