



**PERANCANGAN *EVENT PUBLIC RELATIONS*
SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS KOMUNITAS SATOE ATAP SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas
Diponegoro Semarang

Oleh:

Hayunisa Maharani

40020622650046

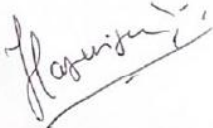
**PROGRAM STUDI S.Tr INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir (TA) 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 Tugas Akhir 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 plagiasi/penjiplakan.

Nama : Hayunisa Maharani

NIM : 40020622650046

Tanda Tangan : 

Tanggal : 03 Agustus 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *EVENT* PUBLIC RELATIONS SEBAGAI STRATEGI
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* KOMUNITAS SATOE ATAP SEMARANG

Hayunisa Maharani
40020622650046

Semarang, 03 Agustus 2026

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mohammed Aden Suryana', with a stylized initial 'A' and a horizontal line across the middle.

Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A.
NIP. 199804292024061001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Hayunisa Maharani

NIM : 40020622650046

Program Studi : Informasi dan Humas

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Event Public Relations* Sebagai Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Komunitas Satoc Atap Semarang

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

Pembimbing : Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A.
NIP. 199804292024061001

(.....)

Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199003172019032014

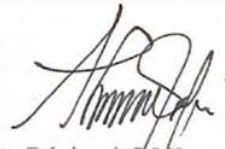
(.....)

Penguji II : Nisrina Laila Nabila, M.I.Kom.
NIP. 199512232024062002

(.....)

Semarang, 03 Agustus 2026

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“You have no idea what you’re capable of until you try.”

— The Devil Wears Prada (2006)

PERSEMBAHAN

1. Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro
2. Kedua orang tua dan keluarga besar
3. Sahabat dan orang terdekat
4. Teman-teman kuliah beserta teman seperjuangan
5. Diri saya sendiri

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyelesaian Tugas Akhir ini tentunya melewati berbagai kendala dan hambatan. Namun, berkat rahmat, keberkahan, dan kemudahan yang diberikan oleh Allah subhanahu wa ta'ala, alhamdulillah penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa proses penyusunan Tugas Akhir ini tak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah subhanahu wa ta'ala, atas segala rahmat, keberkahan, dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan izin bagi penulis dalam melaksanakan berbagai project selama perkuliahan.
3. Penghormatan dan rasa terima kasih saya haturkan kepada Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan dan kebijakan untuk menyusun Tugas Akhir ini.
4. Penghormatan dan rasa terima kasih juga saya sampaikan kepada Mas Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Magang, hingga Dosen Pembimbing TA atas segala dukungan, masukan yang membangun, serta motivasi dan kepedulian yang diberikan kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan TA ini dengan baik.
5. Penghargaan dan terima kasih penulis haturkan pula kepada Mba Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Mba Nisrina Laila Nabila, M.I.Kom. atas kesediaan untuk meluangkan waktu dan pemikirannya untuk menjadi Dosen Penguji dalam seminar proposal dan sidang akhir. Segala arahan dan kritik yang

membangun yang telah diberikan menjadikan penulis dapat menyempurnakan TA ini dengan baik.

6. Kedua orang tua penulis, Mama dan Papa. yang telah menjadi rumah, tempat pulang, dan sumber kekuatan terbesar bagi penulis. Terima kasih atas cinta yang tanpa syarat, doa yang tidak pernah terputus, serta segala pengorbanan yang telah diberikan demi masa depan penulis. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan rasa syukur penulis atas setiap perjuangan yang telah dilakukan. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Bapak dan Ibu atas segala kasih sayang dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Mama, perempuan terhebat dalam hidup penulis yang tidak pernah berhenti mencintai, mendoakan, dan memperjuangkan penulis. Terima kasih atas setiap doa yang selalu menyertai setiap langkah penulis, atas kasih sayang yang tidak pernah berkurang, serta atas segala pengorbanan yang telah diberikan tanpa pernah mengharap balasan. Terima kasih karena selalu menjadi tempat penulis pulang, tempat penulis menguatkan diri ketika merasa lelah, dan sosok yang selalu percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan setiap proses yang dijalani. Tugas akhir ini merupakan salah satu wujud dari doa, perjuangan, dan kasih sayang yang mama berikan kepada penulis. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, serta keberkahan kepada mama.
8. Kakak penulis, Elice Putri Angelita, yang membuktikan bahwa jarak tidak pernah menjadi penghalang untuk tetap hadir bagi penulis, menjadi tempat penulis belajar, bertumbuh, dan menemukan banyak semangat dalam menjalani setiap proses. Terima kasih karena selalu percaya pada penulis, meluangkan waktu untuk mendengarkan setiap cerita, serta memberikan dukungan dan doa yang tidak pernah putus. Di balik setiap langkah yang penulis tempuh hingga menyelesaikan tugas akhir ini, terdapat begitu banyak kebaikan dan ketulusan yang kakak berikan. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

9. Sahabat saya serta rekan tim *project* tugas akhir saya selama perkuliahan Leviana, yang tidak pernah menemani penulis sejak awal masuk perkuliahan hingga akhir penulisan Tugas Akhir. sebagai sahabat yang selalu hadir memberikan dukungan, motivasi, doa, serta semangat kepada penulis. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, dan kebersamaan yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. penyemangat bagi penulis untuk terus berusaha menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
10. Sahabat penulis, Paleyu (Pasha dan Levi), yang telah menjadi rumah dan keluarga bagi penulis selama menjalani kehidupan di Semarang. Terima kasih karena selalu hadir dalam setiap proses, memberikan waktu, dukungan, motivasi, dan kebersamaan yang begitu berarti, sehingga penulis mampu bertahan menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih karena selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan setiap keluh kesah penulis, memberikan dukungan tanpa ragu, membantu penulis selama menjalani kehidupan di Semarang, serta selalu mengajak penulis untuk berbagi cerita dan menciptakan berbagai kenangan yang berarti.
11. Sahabat penulis, Angelique, yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak bangku SMP. Terima kasih karena selalu memilih untuk tetap ada, mendengarkan tanpa menghakimi, menguatkan ketika penulis merasa lelah, serta tidak pernah membiarkan penulis menghadapi berbagai fase kehidupan seorang diri. Kehadiran, doa, dan dukungan yang diberikan menjadi salah satu alasan terbesar penulis mampu bertahan dan menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Sahabat penulis, Adila, yang senantiasa hadir menemani penulis sejak masa SMA. Terima kasih atas segala doa, dukungan, perhatian, dan kebersamaan yang tidak pernah putus diberikan kepada penulis. Kehadiranmu menjadi salah satu sumber semangat yang menguatkan penulis dalam menghadapi berbagai tantangan hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

13. Sahabat penulis, Arthur Nagari, yang senantiasa menghadirkan tawa, semangat, dan kebersamaan selama masa perkuliahan. Terima kasih karena selalu menjadi teman berbagi cerita, pendengar yang baik, serta menciptakan banyak momen sederhana yang penuh makna. Kehadiranmu memberikan warna dalam perjalanan perkuliahan penulis dan menjadi salah satu penyemangat hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
14. Sahabat penulis Asik (Dila, Bianca, Lika, Dira, Sheila, Syafa) yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak masa SMA. Terima kasih karena selalu hadir melalui doa, dukungan, perhatian, serta setiap pesan penyemangat yang diberikan. Meskipun tidak selalu berada di tempat yang sama, kebersamaan dan persahabatan yang terus terjaga menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah hingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Sahabat penulis, Gamon (Dinda, Gadis, Nadya, Naura, Dhira) yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak bangku SMP. Terima kasih karena selalu menjaga tali persahabatan, hadir melalui doa, dukungan, dan perhatian, serta tetap menjadi tempat berbagi cerita di setiap fase kehidupan. Persahabatan yang telah terjalin selama bertahun-tahun menjadi salah satu kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
16. Sahabat penulis, Ayang (Angel, Shada, Rindu, Khansa) yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis sejak masa SMP. Terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, serta ketulusan yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiranmu dan persahabatan yang terus terjaga hingga saat ini menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
17. Mba Kristin, Mba Fannie, Mba Anggie, Mba Ikhe, dan Kak Tashya, yang telah menerima penulis dengan hangat selama menjalani program magang. Terima kasih atas segala bimbingan, ilmu, dukungan, perhatian, serta pengalaman berharga yang diberikan. Kehangatan dan kebersamaan yang tercipta selama

masa magang menjadi salah satu kenangan terbaik sekaligus motivasi bagi penulis untuk terus berkembang dan menyelesaikan tugas akhir ini.

18. Teman penulis Lula dan Rendy, yang selalu meluangkan waktu untuk berbagi cerita, menghadirkan tawa, serta mengajak penulis menikmati berbagai momen sederhana melalui setiap perjalanan dan kebersamaan. Terima kasih atas perhatian, dukungan, dan pertemanan yang tulus. Kehadiran kalian membuat perjalanan penulis terasa lebih ringan dan penuh makna hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
19. Komunitas Satoe Atap Semarang, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga besar Komunitas Satoe Atap Semarang atas kesempatan, dukungan, kerja sama, serta bantuan yang telah diberikan selama proses pelaksanaan Tugas Akhir ini. Semoga kebaikan dan dedikasi yang diberikan menjadi manfaat bagi banyak pihak.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Dengan menyebut nama Allah Subhanahu wa Ta'ala, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wasallam beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Perancangan *Event Public Relations* Sebagai Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Komunitas Satoe Atap Semarang”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Tugas Akhir ini berfokus pada perancangan dan pelaksanaan *event public relations* bertajuk **“Satoe Atap Connect: Kenali, Peduli, Berbagi.”** sebagai strategi untuk meningkatkan *brand awareness* Komunitas Satoe Atap Semarang. *Event* tersebut dirancang melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi guna memperkenalkan identitas, program, serta nilai-nilai yang dimiliki komunitas kepada masyarakat secara langsung melalui pendekatan komunikasi yang interaktif.

Adapun pokok bahasan dalam Tugas Akhir ini diuraikan ke dalam 5 (lima) bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini menjelaskan latar belakang permasalahan yang dihadapi Komunitas Satoe Atap Semarang, yaitu rendahnya tingkat *brand awareness* masyarakat terhadap komunitas. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis merancang sebuah *event Public relations* sebagai strategi komunikasi untuk memperkenalkan komunitas, program, serta kegiatan yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Bab ini membahas penelitian terdahulu beserta nilai kebaruan yang terdapat dalam proyek Tugas Akhir. Selain itu, dijelaskan teori-teori yang menjadi landasan dalam perancangan *event public relations*, meliputi

teori *public relations*, *Event Management*, *Brand Awareness*, dan *Experiential Communication*.

BAB III METODE PENGKARYAAN. Bab ini menjelaskan metode penelitian terapan yang digunakan penulis mulai dari tahap pra produksi, produksi, pasca produksi, hingga evaluasi. Selain itu, dipaparkan profil klien, target sasaran, konsep event, indikator keberhasilan (*Key Performance Indicator/KPI*), anggaran biaya, serta timeline pelaksanaan proyek Tugas Akhir.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Bab ini menguraikan secara rinci proses pelaksanaan proyek Tugas Akhir, mulai dari persiapan, pelaksanaan *event*, hingga evaluasi hasil berdasarkan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Pada bab ini juga disajikan analisis mengenai efektivitas *event* dalam meningkatkan *brand awareness* Komunitas Satoe Atap Semarang.

BAB V PENUTUP. Bab ini memuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil pelaksanaan serta evaluasi proyek Tugas Akhir sebagai bahan pertimbangan bagi Komunitas Satoe Atap Semarang maupun pihak yang akan melaksanakan kegiatan serupa di masa mendatang.

Melalui Tugas Akhir ini, penulis berharap hasil perancangan dan pelaksanaan *event public relations* dapat memberikan manfaat bagi Komunitas Satoe Atap Semarang sebagai salah satu strategi komunikasi untuk meningkatkan *brand awareness*. Selain itu, Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi institusi pendidikan, praktisi *public relations*, maupun peneliti selanjutnya dalam mengembangkan strategi komunikasi berbasis *event* yang efektif.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan	11
1.4 Manfaat	11
1.5 Luaran	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Karya Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 <i>Public Relations</i>	16

2.2.2 Strategi <i>Public Relations</i>	17
2.2.3 <i>Event Management</i>	18
2.2.4 <i>Brand Awareness</i>	19
2.2.5 <i>Experiential Communications</i>	20
2.2.6 <i>Media Public Relations</i>	22
BAB III METODE PENGKARYAAN	24
3.1 Klien Pencipta Karya	24
3.2 Profil Klien	24
3.3 Segmentasi/Target Audiens	27
3.3.1 Segmentasi Demografis	27
3.3.2 Segmentasi Geografis	27
3.3.3 Segmentasi Psikografis	27
3.4 Alur Pembuatan Karya	27
3.5 Konsep Karya	28
3.6 Metode Pelaksanaan	28
3.6.1 <i>Pra Event</i>	28
3.6.2 <i>Event</i>	41
3.6.3 <i>Pasca Event</i>	44
3.7 Indikator Keberhasilan	45
3.8 <i>Timeline</i> Pelaksanaan	46
3.9 Rancangan Anggaran	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	49

4.2 Analisis Masalah	50
4.3 Analisis Tahap Pra- <i>Event</i>	52
4.3.1 Penyesuaian Anggaran Dana	52
4.3.2 Perubahan <i>Timeline</i> Pelaksanaan	54
4.3.3 Koordinasi Pra Pelaksanaan <i>Event</i>	55
4.3.4 Perizinan Tempat	56
4.3.5 Promosi.....	57
4.3.6 Persiapan Kebutuhan <i>Event</i>	58
4.3.7 <i>Rundown</i>	60
4.4 Analisis Tahap <i>Event</i>	64
4.4.1 Persiapan Pelaksanaan <i>Event</i>	64
4.4.2 Persiapan <i>Booth Event</i>	68
4.4.3 Penarikan Pengunjung ke <i>Booth</i>	70
4.4.4 Pengisian Survei Pra <i>Event</i>	70
4.4.5 Pengenalan Komunitas Satoe Atap Semarang	71
4.4.6 Jejak Satoe Atap	72
4.4.7 <i>Mini Games</i>	73
4.4.8 Pengisian Survei Pasca <i>Event</i>	74
4.4.9 <i>Wall of Hope</i>	75
4.5 Analisis Tahap Pasca <i>Event</i>	77
4.5.1 Dokumentasi dan Publikasi Kegiatan	77
4.5.2 Penyusunan dan Publikasi <i>Press Release</i>	78
4.5.3 Evaluasi Pengalaman Peserta (<i>Participant Experience Evaluation</i>). 79	

4.6 Evaluasi.....	81
4.6.1 Evaluasi Keberhasilan <i>Event</i>	81
4.6.2 Evaluasi Indikator Keberhasilan	91
4.7 Hambatan	92
4.8 Tindak Lanjut (<i>Sustainability</i>)	93
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
5.2.1 Bagi Komunitas Satoe Atap Semarang	97
5.2.2 Bagi Penelitian atau Tugas Akhir Selanjutnya	98
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram pengetahuan (awareness) Komunitas Satoe Atap Semarang.....	6
Gambar 1.2 Persentase responden tertarik menghadiri event sebagai media memperkenalkan profil dan program suatu komunitas sosial.....	8
Gambar 1.3 persentase mengenai format event yang diminati	9
Gambar 1.4 persentase kesediaan responden untuk menghadiri event pengenalan Komunitas Satoe Atap Semarang.....	10
Gambar 2.1 piramida brand awareness	20
Gambar 3.1 Logo Komunitas Satoe Atap	24
Gambar 3.2 Tata letak booth	36
Gambar 3.3 Rancangan X-Banner	37
Gambar 3.4 Rancangan merchandise	38
Gambar 3.5 Rancangan jejak satoe atap	39
Gambar 3.6 Rancangan Wall of Hope.....	40
Gambar 4.1 Dokumentasi koordinasi sebelum pelaksanaan event bersama Kaka pembina.....	55
Gambar 4.2 Unggahan Instagram Story promosi Event Satoe Atap Connect.....	58
Gambar 4.3 X-Banner event	59
Gambar 4.4 Aktivitas interaktif event	60
Gambar 4.5 Jejak Satoe Atap	65
Gambar 4.6 Flash card untuk mini games.....	66
Gambar 4.7 Wall of Hope	67
Gambar 4.8 Merchandise event	68
Gambar 4.9 Lokasi pelaksanaan event.....	69
Gambar 4.10 Registrasi pengunjung	70
Gambar 4.11 Dokumentasi pelaksanaan pengenalan awal komunitas.....	72
Gambar 4.12 Dokumentasi aktivitas Jejak Satoe Atap	73
Gambar 4.13 Dokumentasi pelaksanaan mini games	74

Gambar 4.14 Pengisian survei pasca event	75
Gambar 4.15 Dokumentasi kegiatan Wall of Hope.....	76
Gambar 4.16 dokumentasi publikasi event	78
Gambar 4.17 Press release event Satoe Atap Connect.....	79
Gambar 4.18 Pengetahuan responden terhadap Komunitas Satoe Atap Semarang	82
Gambar 4.19 Perbandingan hasil survei pra event dan pasca event terkait nama komunitas	83
Gambar 4.20 Perbandingan hasil survei pra event dan pasca event terkait sasaran komunitas	84
Gambar 4.21 Perbandingan hasil survei pra event dengan pasca event terkait tujuan utama komunitas	85
Gambar 4.22 Perbandingan hasil survei pra event dan pasca event terkait program komunitas	86
Gambar 4.23 Perbandingan hasil survei pra event dengan pasca event terkait tujuan salah satu program komunitas.....	86
Gambar 4.24 Pengetahuan responden terhadap Komunitas Satoe Atap Semarang	88
Gambar 4.25 Evaluasi efektivitas event.....	89
Gambar 4.26 Evaluasi efektivitas interaksi pada event	90
Gambar 4.27 Dokumentasi pemberian file dokumentasi kepada Kakak pengelola....	94
Gambar 4.28 poster laporan event Satoe Atap Connect.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Miskin di Kota Semarang Tahun 2021-2025	2
Tabel 3.1 Indikator KPI.....	45
Tabel 3.2 Timeline Pelaksanaan Penyusunan Tugas Akhir.....	46
Tabel 3.3 Rancangan Anggaran Dana Produksi Event.....	47
Tabel 4.1 Analisis Masalah	50
Tabel 4.2 Penyesuaian Anggaran Dana	52
Tabel 4.3 Penyesuaian Timeline Pelaksanaan	54
Tabel 4.4 Evaluasi KPI.....	91

ABSTRAK

Komunitas Satoe Atap Semarang merupakan komunitas sosial yang bergerak di bidang pendidikan dengan fokus pada pendampingan anak-anak dari keluarga prasejahtera melalui kegiatan pengajaran gratis dan berbagai program sosial. Dalam menjalankan aktivitas komunikasinya, komunitas masih menghadapi permasalahan berupa rendahnya brand awareness masyarakat serta belum adanya kegiatan *public relations* secara langsung yang secara khusus ditujukan untuk memperkenalkan identitas, program, dan aktivitas komunitas kepada publik eksternal. Tugas Akhir ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Komunitas Satoe Atap Semarang dari kategori *unaware of brand* menuju *brand recognition* melalui penyelenggaraan *event public relations* “Satoe Atap Connect: Kenali, Peduli, Berbagi”. Perancangan *event* dilakukan berdasarkan hasil observasi, wawancara dengan pengelola komunitas, dan kuesioner pra survei. *Event* dilaksanakan melalui *booth* interaktif yang memadukan penyampaian informasi mengenai komunitas dengan aktivitas Jejak Satoe Atap, *mini games*, dan *Wall of Hope*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa *event* diikuti oleh 50 pengunjung dan menghasilkan tingkat pengenalan rata-rata sebesar 86% terhadap nama, sasaran, tujuan, program, dan aktivitas Komunitas Satoe Atap Semarang. Selain itu, 100% responden memberikan penilaian positif terhadap efektivitas *event* sebagai sarana pengenalan awal. Berdasarkan hasil tersebut, *event public relations* “Satoe Atap Connect: Kenali, Peduli, Berbagi” mampu mendukung peningkatan brand awareness masyarakat terhadap Komunitas Satoe Atap Semarang dari tingkat *unaware of brand* menuju *brand recognition*.

Kata kunci: *event public relations, brand awareness, brand recognition, strategi komunikasi, Komunitas Satoe Atap Semarang.*

ABSTRACT

Satoe Atap Semarang Community is a social community engaged in education, focusing on supporting children from underprivileged families through free educational activities and various social programs. In carrying out its communication activities, the community still faces the challenge of low public brand awareness, as well as the absence of direct public relations activities specifically aimed at introducing the community's identity, programs, and activities to external audiences. This Final Project aims to increase the brand awareness of Satoe Atap Semarang Community from the category of unaware of brand to brand recognition through the implementation of a public relations event entitled "Satoe Atap Connect: Kenali, Peduli, Berbagi." The event was designed based on observations, interviews with community representatives, and a pre-event survey. The event was conducted through an interactive booth that combined information delivery about the community with several activities, including Jejak Satoe Atap, mini games, and Wall of Hope. The evaluation results showed that the event was attended by 50 visitors and achieved an average recognition rate of 86% regarding the community's name, target beneficiaries, objectives, programs, and activities. In addition, 100% of respondents gave positive assessments of the event's effectiveness as an introductory medium. Based on these results, the public relations event "Satoe Atap Connect: Kenali, Peduli, Berbagi" contributed to increasing public brand awareness of Satoe Atap Semarang Community from the level of unaware of brand to brand recognition.

Keywords: public relations event, brand awareness, brand recognition, communication strategy, Satoe Atap Semarang Community.