



***EVENT WORKSHOP* BUKET BALON SEBAGAI
PENERAPAN PR DALAM MENINGKATKAN
*BRANDING BAMBYLOONS***

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 :

Amanda Syallom Wulandari

40020622650177

PROGRAM STUDI S.Tr. INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO


2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir 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 : Amanda Syallom Wulandari

NIM : 40020622650177

Tanda Tangan : 

Tanggal : 8 Juni 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

EVENT WORKSHOP BUKET BALON SEBAGAI PENERAPAN PR DALAM MENINGKATKAN *BRANDING BAMBYLOONS*

Oleh

Amanda Syallom Wulandari

40020622650177

Semarang, 8 Juni 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Tiara Pascanoviera Robaeni, S.Ikom., M.I.Kom.

NIP. 199311102024062003

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Amanda Syallom Wulandari

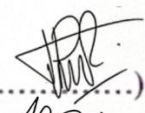
NIM : 40020622650177


Program Studi : Informasi dan Humas

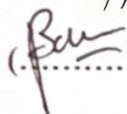
Judul Tugas Akhir : *Event Workshop* Buket Balon sebagai Penerapan
PR dalam Meningkatkan *Branding Bambyloons*

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 : Tiara Pascanoviera Robaeni, S.Ikom., M.I.Kom. (.....)

Penguji I : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)

Penguji II : Rizki Halim, S.E., M.I.Kom. (.....)

Semarang, 18 Juni 2026

Ketua Prodi Informasi dan Humas



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

NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“If you can dream it, you can do it” – Walt Disney

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan moril, dan pengorbanan tanpa henti sepanjang perjalanan pendidikan penulis.
2. Keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung penulis.
3. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2022 Program Studi D4 Informasi dan Humas, khususnya Monica Putri Maharani, yang telah menjadi rekan diskusi dan saling mendukung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, kekuatan, dan penyertaan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Keluarga tercinta, yang telah memberikan dukungan moril, doa, dan semangat tanpa henti selama proses kuliah dan penyusunan tugas akhir.
3. Tiara Pascanoviera Robaeni, S.Ikom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sabar serta mendalam selama proses penyusunan.
4. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi dan Dosen Penguji I, yang telah memberikan masukan konstruktif dan penilaian selama ujian.
5. Rizki Halim, S.E., M.I.Kom., selaku Dosen Penguji II, yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat untuk perbaikan tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi D4 Informasi dan Humas, Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bekal selama perkuliahan.
7. Pihak *Bambyloons*, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh sebagai objek penelitian serta mitra pelaksanaan *workshop*.
8. Teman-teman S.Tr. Informasi dan Humas Angkatan 2022 Sekolah Vokasi, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan bantuan selama proses kuliah dan penyusunan tugas akhir.
9. Monica Putri Maharani, selaku rekan sekelompok dalam tugas akhir ini, yang telah bekerja sama dan saling mendukung selama pelaksanaan kegiatan.
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya proyek tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia, kasih serta kesehatan yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “*Event Workshop* Buket Balon sebagai Penerapan PR dalam Meningkatkan *Branding Bambyloons*” ini dengan tepat waktu sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi D4 Informasi dan Humas.

Penulisan tugas akhir ini merupakan wujud dari penerapan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah, sekaligus menjadi bentuk kontribusi penulis dalam mengaplikasikan konsep *public relations* dan *event management* ke dalam kegiatan nyata yang bermanfaat bagi mitra. Melalui tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas *event workshop* sebagai strategi komunikasi untuk meningkatkan *brand awareness* suatu *brand* di industri *gift* kreatif.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya ini. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi *Bambyloons*, Program Studi D4 Informasi dan Humas, serta pembaca pada umumnya.

Semarang, Juni 2026

Penulis

ABSTRAK

Brand awareness Bambyloons di Kota Semarang masih relatif rendah meskipun produk buket balon yang ditawarkan memiliki keunikan, estetika, dan nilai personalisasi yang tinggi. Tugas akhir ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas penerapan *event workshop* sebagai strategi *public relations* dalam meningkatkan *brand awareness Bambyloons*. Kegiatan “*Bambyloons Balloon Bouquet Experience*” dilaksanakan pada 9 Mei 2026 di *WWW Creative Space* dengan melibatkan 15 peserta melalui pendekatan *hands-on experience*. Proyek menggunakan metode terapan dengan tahapan *pra-event*, pelaksanaan, dan *pasca-event*. Data dikumpulkan melalui survei awal (50 responden), wawancara, survei *pasca-event*, serta analisis *insight* media sosial. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan *brand awareness* yang signifikan dari 44% menjadi 100% (naik 56%). Potensi rekomendasi peserta mencapai 98% (melebihi target 75%), dan testimoni positif yang menunjukkan perubahan persepsi mencapai 93,4%. Jumlah *followers* Instagram *Bambyloons* juga meningkat sebanyak 50 akun. *Event workshop* berbasis *hands-on experience* terbukti efektif sebagai strategi *public relations* untuk meningkatkan *brand awareness Bambyloons*. Pendekatan ini berhasil menciptakan pengalaman langsung yang positif serta berpotensi menghasilkan *word-of-mouth* yang kuat. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan strategi komunikasi *brand* di industri *gift* kreatif.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Public Relations, Event Workshop, Hands-On Experience, Bambyloons*

ABSTRACT

Bambyloons brand awareness in Semarang City is still relatively low despite the uniqueness, aesthetics, and high personalization value of its balloon bouquet products. This applied research aims to evaluate the effectiveness of implementing an event workshop as a public relations strategy to increase Bambyloons brand awareness. The “Bambyloons Balloon Bouquet Experience” activity was held on May 9, 2026, at WWW Creative Space, involving 15 participants through a hands-on experience approach. The research employed an applied method with pre-event, implementation, and post-event stages. Data were collected through an initial survey (50 respondents), interviews, post-event survey, and social media insight analysis. The results showed a significant increase in brand awareness from 44% to 100% (an increase of 56%). The potential for participant recommendations reached 98% (exceeding the 75% target), and positive testimonials indicating perception change reached 93,4%. The number of Instagram followers for Bambyloons also increased by 50 accounts. The hands-on experience-based event workshop proved effective as a public relations strategy to increase Bambyloons brand awareness. This approach successfully created positive direct experiences and has the potential to generate strong word-of-mouth. This research provides practical recommendations for developing brand communication strategies in the creative gift industry.

Keywords: *Brand Awareness, Public Relations, Event Workshop, Hands-On Experience, Bambyloons*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan.....	14
1.4 Manfaat.....	15
1.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa.....	15
1.4.2 Manfaat bagi <i>Bambyloons</i>	15
1.4.3 Manfaat bagi Peserta.....	15
1.5 Luaran.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 <i>Public Relations</i>	19
2.2.2 <i>Event Management</i>	21
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	23
2.2.4 Produksi Konten Multiplatform.....	24
BAB III METODE.....	26
3.1 Profil Klien.....	26

3.2	Segmentasi Target Peserta	27
3.3	Metode <i>Pra-Event</i> , Pelaksanaan <i>Event</i> , dan <i>Pasca-Event</i>	29
3.3.1	<i>Pra-Event</i>	29
3.3.2	Pelaksanaan <i>Event</i>	40
3.3.3	<i>Pasca-Event</i>	43
3.4	<i>Timeline Upload</i> Konten	51
3.4.1	Konten Promosi/ <i>Pra-Event</i>	51
3.4.2	Konten <i>Pasca-Event</i>	52
3.5	Diagram Alur Pembuatan <i>Event</i>	54
3.6	Rancangan Anggaran Biaya (RAB).....	54
3.7	Proyek <i>Timeline</i>	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2	Analisis Masalah	56
4.3	Pembahasan Hasil	57
4.3.1	Tahap <i>Pra-Event</i>	57
4.3.2	Tahap Pelaksanaan	69
4.3.3	Tahap <i>Pasca-Event</i>	72
4.4	Evaluasi & Indikator Keberhasilan	81
4.4.1	Evaluasi Kegiatan.....	81
4.4.2	Indikator Keberhasilan	81
BAB V PENUTUP.....		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN.....		98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data survei hadiah yang paling sering diberikan	3
Gambar 1. 2 Data survei kesadaran akan buket balon	3
Gambar 1. 3 Data survei persepsi buket balon.....	4
Gambar 1. 4 Data survei <i>brand awareness Bambyloons</i>	4
Gambar 1. 5 Data survei media/sumber mengetahui <i>Bambyloons</i>	5
Gambar 3. 1 Logo <i>Bambyloons</i>	26
Gambar 3. 2 Timeline unggah konten promosi.....	52
Gambar 3. 3 Diagram alur pembuatan <i>event</i>	54
Gambar 3. 4 Proyek <i>timeline event</i>	55
Gambar 4. 1 <i>Flyer</i> kegiatan.....	59
Gambar 4. 2 Unggahan <i>flyer</i> di IG.....	60
Gambar 4. 3 <i>Insight</i> unggahan <i>flyer</i>	61
Gambar 4. 4 Unggahan SSG 1	62
Gambar 4. 5 <i>Insight</i> unggahan SSG 1	63
Gambar 4. 6 Unggahan SSG 2	64
Gambar 4. 7 <i>Insight</i> unggahan SSG 2.....	65
Gambar 4. 8 Unggahan SSG 3	66
Gambar 4. 9 <i>Insight</i> unggahan SSG 3.....	66
Gambar 4. 10 Sesi pembukaan, <i>Emina</i> , dan pengenalan <i>Bambyloons</i>	70
Gambar 4. 11 Sesi <i>workshop</i>	70
Gambar 4. 12 Sesi testimoni dari peserta.....	71
Gambar 4. 13 Dokumentasi peserta <i>workshop</i>	71
Gambar 4. 14 Unggahan <i>reels</i> rekap kegiatan	73
Gambar 4. 15 <i>Insight</i> unggahan <i>reels</i> rekap.....	73
Gambar 4. 16 Unggahan <i>feeds carousel</i>	75
Gambar 4. 17 <i>Insight feeds carousel</i>	76
Gambar 4. 18 Unggahan konten <i>story</i>	77
Gambar 4. 19 <i>Insight story</i>	78
Gambar 4. 20 Data survei persepsi <i>Bambyloons</i>	85
Gambar 4. 21 ER IG <i>Bambyloons</i>	87
Gambar 4. 22 Data survei potensi rekomendasi peserta	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis lima konten terbaru Instagram <i>Bambyloons</i>	6
Tabel 1. 2 Analisis lima konten terbaru TikTok <i>Bambyloons</i>	10
Tabel 3. 1 <i>Rundown</i> kegiatan <i>workshop</i>	32
Tabel 3. 2 SSG <i>Reels</i> 1	36
Tabel 3. 3 SSG <i>Reels</i> 2	38
Tabel 3. 4 SSG <i>Reels</i> 3	39
Tabel 3. 5 Pembagian tugas	41
Tabel 3. 6 SSG <i>Reels</i> rekap	45
Tabel 3. 7 SSG <i>feeds carousel</i>	46
Tabel 3. 8 SSG <i>story</i>	47
Tabel 3. 9 RAB satuan rangkaian bunga	54
Tabel 3. 10 RAB <i>event</i>	55
Tabel 4. 1 Rekap <i>insight</i> konten promosi	67
Tabel 4. 2 Rekap <i>insight</i> konten <i>pasca-event</i>	79
Tabel 4. 3 Analisis rata-rata performa konten Instagram <i>Bambyloons</i>	81
Tabel 4. 4 Analisis rata-rata performa konten TikTok <i>Bambyloons</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ciptaan - HKI.....	98
Lampiran 2 Hasil cek turnitin	99