



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* MELALUI *EVENT*
WORKSHOP SEBAGAI *HANDS - ON EXPERIENCE* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* *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 :

Monica Putri Maharani

40020622650165

**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 : Monica Putri Maharani

NIM : 40020622650165

Tanda Tangan :



Tanggal : 10 Juni 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* MELALUI *EVENT WORKSHOP* SEBAGAI *HANDS - ON EXPERIENCE* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS BAMBYLOONS*

Oleh

Monica Putri Maharani
40020622650165

Semarang, 10 Juni 2026

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing



Tiara Pascanoviera Robaeni, S.Ikom., M.I.Kom.
NIP. 199311102024062003

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Monica Putri Maharani
NIM : 40020622650165
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Strategi *Public Relations* Melalui *Event Workshop*
Sebagai *Hands - On Experience* Dalam Meningkatkan
Brand Awareness Bambyloons

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.

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, 26 Juni 2026

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Long Story Short, I survived” – Taylor Swift

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, untuk Papa yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, dukungan, dan doa dalam setiap langkah kehidupan penulis. Untuk Almarhumah Mama tercinta yang meskipun sudah tidak berada di sisi penulis namun cinta, doa, dan segala kenangannya akan selalui hidup.
2. Keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung penulis.
3. Teman – teman seperjuangan Angkatan 2022 Program Studi D4 Informasi dan Humas, khususnya Amanda Syallom Wulandari yang telah menjadi rekan diskusi dan saling mendukung.
4. Dan untuk diri saya sendiri, Monica Putri Maharani, terimakasih karena tidak menyerah meskipun ada banyak hal yang harus dihadapi, kehilangan yang harus diterima, dan tantangan yang harus dilewati. Terimakasih karena tetap memilih untuk bangkit, belajar, dan melanjutkan perjalanan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Kuasa, berkat kesehatan, kesempatan, dan kelancaran yang diperoleh selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta semangat selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
4. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
5. Tiara Pascanoviera Robaeni, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.
6. Seluruh dosen Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama masa perkuliahan.
7. Bambyloons yang telah menjadi mitra dalam pelaksanaan proyek Tugas Akhir serta memberikan kesempatan, dukungan, dan kerja sama selama kegiatan berlangsung.
8. Seluruh peserta Workshop Balloon Bouquet Experience yang telah berpartisipasi dan mendukung keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan.

9. Teman-teman Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan maupun penyusunan Tugas Akhir.
10. Sahabat dan orang-orang terdekat yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca, khususnya dalam bidang hubungan masyarakat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi *Public relations* Melalui *Event Workshop* sebagai Hands-On Experience dalam Meningkatkan *Brand awareness Bambyloons*” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi D4 Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Melalui penelitian terapan ini, penulis berupaya mengimplementasikan konsep dan strategi *Public relations* dalam bentuk penyelenggaraan *event workshop* sebagai media hands-on experience untuk meningkatkan *brand awareness Bambyloons* di Kota Semarang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis dalam pengembangan strategi komunikasi dan branding bagi pelaku usaha kreatif.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaiannya tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kekuatan, kesehatan, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, serta kasih sayang yang tiada henti kepada penulis.
3. Tiara Pascanoviera Robaeni, S.Ikom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan Tugas Akhir.
4. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi dan Dosen Penguji I, yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun bagi penyempurnaan Tugas Akhir ini.

5. Rizki Halim, S.E., M.I.Kom., selaku Dosen Penguji II, yang telah memberikan kritik dan saran yang bermanfaat untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi S. Tr. Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran selama masa perkuliahan.
7. Pihak *Bambyloons* yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta kepercayaan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian dan program Tugas Akhir ini.
8. Mitra kolaborasi *Emina Beauty Semarang* yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan *workshop* sehingga dapat berjalan dengan baik.
9. 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.
10. Amanda Syallom Wulandari, selaku reka sekelompok dalam Tugas Akhir ini, yang telah bekerja sama dan saling mendukung selama pelaksanaan kegiatan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi *Bambyloons*, Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas, serta pembaca pada umumnya.

Semarang, 10 Juni 2026

Penulis

ABSTRAK

Bambyloons merupakan usaha kreatif di bidang buket balon dan dekorasi yang masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan brand awareness di Kota Semarang. Rendahnya tingkat pengenalan masyarakat terhadap brand mendorong perlunya strategi komunikasi yang mampu menciptakan pengalaman langsung bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan strategi Public Relations melalui event workshop sebagai hands-on experience dalam meningkatkan brand awareness Bambyloons. Penelitian ini menggunakan metode penelitian terapan (applied research). Strategi diwujudkan melalui penyelenggaraan Workshop Balloon Bouquet Experience Bambyloons x Emina Cosmetics yang melibatkan 15 peserta. Data dikumpulkan melalui survei pra dan pasca kegiatan, observasi, dokumentasi, serta evaluasi berdasarkan process evaluation, outcome evaluation, dan impact evaluation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Public Relations melalui event workshop berhasil meningkatkan brand awareness Bambyloons secara signifikan. Tingkat pengenalan brand meningkat dari 44% menjadi 100% setelah kegiatan berlangsung. Selain itu, 98% peserta bersedia merekomendasikan Bambyloons kepada orang lain, 93,4% memberikan testimoni positif, dan 86,7% menyatakan tertarik membeli produk Bambyloons. Sebanyak 53,3% peserta juga menunjukkan minat untuk mengikuti kegiatan lanjutan yang diselenggarakan oleh Bambyloons. Kolaborasi dengan Emina Cosmetics turut membantu memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan partisipasi peserta. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi Public Relations melalui event workshop sebagai hands-on experience efektif dalam meningkatkan brand awareness Bambyloons, sekaligus membangun persepsi positif, keterlibatan peserta, dan potensi loyalitas terhadap brand.

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

ABSTRACT

Bambyloons is a creative business specializing in balloon bouquets and decorations that faces challenges in increasing brand awareness in Semarang. The low level of public recognition of the brand highlights the need for a communication strategy that creates direct and memorable consumer experiences. This study aims to analyze the implementation of a Public Relations strategy through a workshop event as a hands-on experience to increase Bambyloons' brand awareness. This study employed an applied research method. The strategy was implemented through the Balloon Bouquet Experience Workshop Bambyloons x Emina Cosmetics, involving 15 participants. Data were collected through pre- and post-event surveys, observations, documentation, and evaluations based on process evaluation, outcome evaluation, and impact evaluation. The results indicate that the Public Relations strategy implemented through the workshop successfully increased Bambyloons' brand awareness. Brand recognition rose from 44% before the event to 100% afterward. In addition, 98% of participants were willing to recommend Bambyloons to others, 93.4% provided positive testimonials, and 86.7% expressed interest in purchasing Bambyloons products. Furthermore, 53.3% of participants showed interest in attending future Bambyloons events. The collaboration with Emina Cosmetics also contributed to expanding audience reach and increasing participant engagement. Based on these findings, it can be concluded that a Public Relations strategy through a workshop event as a hands-on experience is effective in increasing Bambyloons' brand awareness while fostering positive perceptions, participant engagement, and potential brand loyalty.

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

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	<i>ii</i>
<i>HALAMAN PERSETUJUAN</i>	<i>iii</i>
<i>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</i>	<i>v</i>
<i>UCAPAN TERIMAKASIH</i>	<i>vi</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>viii</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>xii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xiv</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xv</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	<i>17</i>
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	9
1.5 Luaran	10
<i>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>12</i>
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	14
<i>BAB III METODE</i>	<i>23</i>
3.1 Profil Klien.....	23
3.2 Segmentasi Target Peserta	25
3.3 Metode Pra <i>Event</i> , Pelaksanaan <i>Event</i> , dan Pasca <i>Event</i>	27
3.4 Diagram Alur Pembuatan.....	42
3.5 Rancangan Anggaran Biaya.....	42
3.6 Timeline Pelaksanaan	43
<i>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</i>	<i>44</i>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.2 Analisis Masalah	45
4.3 Tahap Pra – Event “Balloon Bouquet Experience”	47

4.4	Tahap Pelaksanaan – Event “Balloon Bouquet Experience”	59
4.5	Tahap Pasca – Event “Balloon Bouquet Experience”.....	68
4.6	Evaluasi Kegiatan	70
4.7	Analisis Hands On Experience pada Event.....	71
4.8	Indikator Keberhasilan	73
<i>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</i>		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran.....	82
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>		84
<i>LAMPIRAN</i>		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data survei Tingkat Brand awareness Bambyloons.....	17
Gambar 1. 2 Data survei Media atau Sumber Mengetahui Bambyloons	4
Gambar 1. 3 Data survei seberapa besar kemungkinan memilih buket balon	4
Gambar 1. 4 Data survei Ketertarikan Mengikuti Workshop Bambyloons	7
Gambar 3. 1 Logo Bambyloons	24
Gambar 3. 2 Diagram Alur Pembuatan Event Workshop.....	42
Gambar 3. 3 Timeline Pelaksanaan.....	43
Gambar 4. 1 MoU Bambyloons dan Emina	52
Gambar 4. 2 Proposal Sponsorship Balloon Bouquet Experienc.....	53
Gambar 4. 3 Survey Lokasi Workshop	54
Gambar 4. 4 Penataan Ruangan Workshop.....	55
Gambar 4. 5 Layout Ruangan Workshop.....	56
Gambar 4. 6 Konten TikTok Promosi Workshop	58
Gambar 4. 7 Konten Instagram Flyer Balloon Bouquet Experience	59
Gambar 4. 8 Sesi Personal Color Analysis	64
Gambar 4. 9 Pengenalan Brand Bambyloons	65
Gambar 4. 10 Pengenalan Brand dan Pengisian Survey	65
Gambar 4. 11 Workshop Session	67
Gambar 4. 12 Testimoni Peserta dan Pengisian Survey	67
Gambar 4. 13 Sesi Dokumentasi Bersama	68
Gambar 4. 14 Konten Pasca Event di TikTok dan Instagram.....	70
Gambar 4. 15 Bagan Kaitan Hands On Experience dengan Brand awareness	73
Gambar 4. 16 Data survei seberapa besar Bambyloons dinilai sebagai brand yang kreatif dan inovatif	74
Gambar 4. 17 Data survei seberapa besar Bambyloons dikenal sebelum peserta mendaftar workshop.....	74
Gambar 4. 19 Data survei seberapa besar kemungkinan merekomendasikan Bambyloons kepada teman atau keluarga	75
Gambar 4. 20 Data survei seberapa besar alur kegiatan workshop mudah dipahami	76
Gambar 4. 21 Data survei seberapa besar fasilitator dapat menjelaskan dengan baik.....	76
Gambar 4. 22 Data survei seberapa besar suasana workshop terkesan aman dan enjoyable	77
Gambar 4. 23 Data survei seberapa besar ketertarikan melihat dan mengikut media sosial Bambyloons setelah event workshop	78
Gambar 4. 24 Data survei seberapa besar ketertarikan mengikuti workshop / private class lainnya setelah event workshop.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rundown event workshop.....	33
Tabel 3. 2 Teknis pelaksanaan	35
Tabel 3. 3 Pembagian tugas	36
Tabel 3. 4 RAB Event Workshop	42
Tabel 4. 1 Perbandingan kolaborasi workshop sebelum dan saat ini.....	59
Tabel 4. 2 RAB pelaksanaan.....	51
Tabel 4. 3 Rangkaian kegiatan workshop	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ciptaan – HKI	85
Lampiran 2 Hasil cek turnitin	86