

## ABSTRAK

### PELAKSANAAN *SPECIAL EVENT* DALAM KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN PENGETAHUAN KELUARGA (Pelaksanaan Kampanye #SajianJadiKenangan Oleh Warung Bumi Sadayana)

Andini Fahrizalti <sup>1)</sup>, Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Kampanye #SajianJadiKenangan merupakan upaya edukatif yang dirancang untuk membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya makan bersama untuk keharmonisan keluarga. Komunikasi yang kurang efektif dalam keluarga seringkali menyebabkan terjadinya ketidakharmonisan keluarga. Kampanye ini menggunakan kerangka komunikasi persuasif dan strategi kegiatan kampanye offline melalui special event untuk menyampaikan secara langsung dan memberikan pengalaman langsung dengan masyarakat. Special event “Satu Meja, Sejuta Cerita” menjadi taktik utama dalam kampanye ini yang terdiri dari serangkaian acara, yakni proses potong pita, sharing session, mini games, family vision board, makan bersama, serta challenge dan pengambilan hadiah. Melalui kegiatan tatap muka yang melibatkan pembicara untuk mengedukasi dan mengajak partisipasi pengunjung, kampanye diharapkan dapat memberikan pengalaman langsung dan meningkatkan kesadaran pentingnya nilai-nilai kebersamaan dalam makan bersama untuk mengoptimalkan komunikasi keluarga dan keharmonisan keluarga. Hasil penelitian bahwa Kampanye #SajianJadiKenangan bersama Warung Bumi Sadayana berhasil meningkatkan pengetahuan keluarga tentang pentingnya makan bersama melalui special event “Satu Meja, Sejuta Cerita” dan media humas, dengan peningkatan sebesar 88,17% berdasarkan hasil pre-test dan post-test. Optimalisasi media sosial juga berhasil menaikkan engagement rate Instagram menjadi 4,22%, melebihi target 3% dalam satu bulan. Seluruh strategi kampanye dinyatakan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan.

**Kata kunci:** special event, kampanye persuasif, makan bersama, meningkatkan pengetahuan

Pustaka : 31  
Tahun Publikasi : 2015 – 2025