



***Aplikasi Event Management pada Acara GO-FOOD Culinary
Festival with 50 Best Merchants dan Road to GO-FOOD Culinary
Festival sebagai Production Manager dan Partnership Manager***

Karya Bidang

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Ribbi Hendriyan Nugroho

NIM : 14030113120061

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro Semarang

2017

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Ribbi Hendriyan Nugroho
NIM : 14030113120061
Program : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa laporan karya bidang yang saya susun berjudul:

***Aplikasi Event Management pada Acara GO-FOOD Culinary Festival with
50 Best Merchants dan Road to GO-FOOD Culinary Festival sebagai
Production Manager dan Partnership Manager***

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau plagiat karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis ini terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiat karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi akademis yang berlaku. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, September 2017
Pembuat Pernyataan,

Ribbi Hendriyan Nugroho
NIM : 14030113120061

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Aplikasi *Event Management* pada Acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants dan Road to GO-FOOD Culinary Festival sebagai *Production Manager* dan *Partnership Manager*

Nama Penyusun : Ribbi Hendriyan Nugroho

NIM : 14030113120061

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, September 2017

Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademis

Dr. Sunarto M.Si

NIP. 19660727.199203.1.001

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si

NIP. 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing:

Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M

(.....)

Denmas Setia Wenas, S.E

(.....)

Dosen Penguji:

S. Rouli Manuli, S.Sos, McommSt, Ph.D

(.....)

M. Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom

(.....)

Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M

(.....)

MOTTO

“Life isn’t about the destination, it’s about the journey”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa membimbing setiap langkah yang saya tempuh. Dalam penyusunan laporan karya bidang ini penulis tidak lepas dari bantuan, dorongan, motivasi dan semangat yang tidak henti-henti dari banyak pihak, baik berupa bimbingan, pengarahan, dukungan, semangat dan doa yang terus-menerus. Dengan tulus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang menyertai perjuangan penulis dalam menyelesaikan karya bidang ini. Secara khusus penulis ingin mempersembahkan karya bidang ini dan menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama proses karya bidang berjalan.
2. S. Rouli Manuli, S.Sos, McommSt, Ph.D dan Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom, selaku dosen penguji yang banyak memberikan masukan selama proses pengerjaan karya bidang.
3. DR. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, MA, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Sunarto, M.Si, selaku dosen wali saya, yang telah membimbing saya selama masa kuliah di jurusan Ilmu Komunikasi dan memberikan pencerahan ketika saya bimbang harus mengambil skripsi atau karya bidang.
5. Mas Wenas, Mba Ica, dan Mas Dimas selaku pihak GO-JEK Semarang yang memberikan kesempatan dan mengizinkan saya dan rekan satu tim untuk mengerjakan project bersama GO-JEK Semarang.

6. Ayah, Bunda, dan Dek Tiwi yang selalu mendukung apapun keputusan yang saya ambil.
7. Inyoi, Rara dan Bram yang menjadi rekan satu tim mengerjakan karya bidang. Terima kasih, kalian luar biasa. Semoga kedepan kita dimudahkan segalanya.
8. Geng Escaper, Geng Menantu Idaman, Tim KKN Tunjungrejo, dan Agnes, sebagai rekan yang selalu peduli baik susah maupun senang.
9. Komundip 13, Komstra 13, FKMM, LPM OPINI, yang memberikan pengalaman organisasi dan mempertemukanku dengan teman-teman yang baik.
10. Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah, yang memberikan kesempatan magang sebagai Humas dan rekanan yang banyak membantu selama kuliah.
11. Allien Mai Dianna, yang mengajarkan saya tentang prioritas dan mengajarkan bahwa apapun halangan yang ada, hidup akan terus berjalan, tak peduli saya siap atau tidak, tak peduli saya suka atau tidak.
12. Semua pihak yang secara sengaja maupun tidak sengaja membantu proses karya bidang saya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

ABSTRAKSI

Judul Karya Bidang : Aplikasi *Event Management* pada Acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants dan Road to GO-FOOD Culinary Festival sebagai *Production Manager* dan *Partnership Manager*

Nama : Ribbi Hendriyan Nugroho

NIM : 14030113120061

GO-JEK Semarang ingin mengapresiasi *merchant-merchant* yang sudah bergabung dengan GO-FOOD Semarang serta mempertemukan secara langsung konsumen dan *merchant* GO-FOOD Semarang dalam sebuah kesempatan. Selain itu, GO-FOOD Semarang ingin mengenalkan berbagai macam jenis makanan yang ada di Semarang mulai dari makanan tradisional hingga makanan kekinian kepada masyarakat Semarang dari berbagai kalangan.

Berdasarkan permintaan GO-JEK Semarang untuk membuat event GO-FOOD, maka strategi dari karya bidang ini adalah mengadakan event yang menghadirkan *merchant-merchant* GO-FOOD paling diminati masyarakat Semarang. Lalu tercetuslah ide event dengan nama GO-FOOD Culinary Festival dengan kegiatannya adalah Road to GO-FOOD Culinary Festival dan GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants.

Dalam hal ini, *Production* dan *Partnership Manager* bertanggung jawab atas seluruh proses produksi, *loading in* dan *loading out*, *gladiresik*, dan kebutuhan *property* selama acara, serta bertanggung jawab atas kegiatan Road to GO-FOOD Culinary Festival.

Dengan terpenuhinya kebutuhan produksi, kegiatan Road to GO-FOOD Culinary Festival dan GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants dapat berjalan dengan baik.

Dengan berhasilnya event ini, menjadi pembelajaran bagi mereka yang akan membuat sebuah acara dimana kebutuhan produksi yang terpenuhi akan membuat acara berjalan dengan baik. Selain itu kegiatan *partnership* yang baik akan mendukung tersebarnya informasi dengan baik.

Kata kunci : *Event*, *Produksi*, *Partnership*

ABSTRACT

Title of Project : Event Management application in GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants and Road to GO-FOOD Culinary Festival as Production Manager and Partnership Manager
Name : Ribbi Hendriyan Nugroho
NIM : 14030113120061

GO-JEK Semarang wants to appreciate merchants who have joined GO-FOOD Semarang and bringing together consumers and Semarang GO-FOOD's merchants in an event. In addition, GO-FOOD Semarang wants to introduce various types of food in Semarang ranging from traditional food to contemporary food to the people of Semarang from various circles.

Based on GO-JEK Semarang's request to hold GO-FOOD event, the strategy of this project is to hold an event that presents GO-FOOD's favorite merchants in Semarang. Then came the idea of the event with the name GO-FOOD Culinary Festival with its activities are Road to GO-FOOD Culinary Festival and GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants.

In this case, Production and Partnership Manager are responsible for the entire production process, loading in and loading out, simulation, and property needs during the event, and are responsible for Road to GO-FOOD Culinary Festival activities.

With the fulfillment of production requirements, Road to GO-FOOD Culinary Festival activities and GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants can run well.

With the success of this event, it becomes a lesson for those who will create an event where the fulfilled production needs will make the event run well. In addition, good partnership activities will support the spread of information well.

Keyword : Event, Production, Partnership

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT dan ucapan terimakasih kepada setiap pihak yang terlibat kedalam tugas akhir ini, sehingga Penulis dapat menyelesaikan karya bidang berupa event GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchant dan Road to GO-FOOD Culinary Festival.

Penulis berharap bahwa rangkaian event tersebut dapat memberi manfaat bagi banyak orang. Semoga laporan karya bidang ini dapat menambah kajian ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi akademis, praktisi, maupun pihak yang membutuhkan.

Penulis sadar bahwa masih ada kekurangan dalam karya bidang ini. Kritik dan saran tentu sangat bermanfaat untuk kedepannya.

Semarang, September 2017

Ribbi Hendriyan Nugroho

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR DIAGRAM.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.2.1 Produksi	11
1.2.2 Partnership	11
1.3 Tujuan	12
1.4 Tinjauan Pustaka	12
1.4.1 Model Komunikasi.....	12
1.4.2 Event Management.....	13
1.5 Rancangan Project.....	22

1.5.1 Hasil Riset Responden	22
1.5.1.1 Jenis Promo yang diminati	22
1.5.1.2 Venue Event	23
1.5.1.3 Tertarik datang ke Acara Bazar Makanan.....	24
1.5.1.4 Makanan yang dicari	25
1.5.1.5 Jenis Kompetisi	26
1.5.1.6 Hadiah yang diminati	27
1.5.1.7 Waktu mengakses sosmed.....	28
1.5.1.8 Penggunaan Media sosial.....	29
1.5.2 Segmentasi	30
1.5.2.1 Target Primer	30
1.5.3 Objective	30
1.5.4 Konsep Acara.....	30
1.5.4.1 Tema.....	31
1.5.4.2 Nama Acara.....	31
1.5.5 Strategi	32
1.5.5.1 Rangkaian Event GO-FOOD Culinary Festival.....	32
1. Road to GO-FOOD Culinary Festival – Undip.....	32
2. Road to GO-FOOD Culinary Festival – Unnes	33
3. Road to GO-FOOD Culinary Festival – UIN	33
1.5.5.2 Event GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchant .	34
1.5.5.2.1 Program	34

1.5.5.2.2 Promo	36
1.5.5.2.3 Media Publikasi.....	38
1. Flyer	38
2. Poster.....	39
3. X-banner.....	40
4. Video campaign	40
5. Backdrop	41
6. Photobooth	42
7. Social media.....	42
8. Buzzer	43
9. Media partner	43
10. Community engagement	44
11. Event booth activation.....	45
12. Mall activation	45
13. Sponsorship.....	46
1.6 Pembagian tugas.....	46
1.7 Timeline	48
1.7.1 Pelaksanaan	48
a. Pemilihan merchant.....	48
b. List buzzer	54
c. List media online.....	55
d. Survey venue.....	55
e. Mendata komunitas yang mau diundang.....	55

f. Membuat konten promosi	58
g. Menghubungi merchant	59
h. Membuat design promosi	60
i. Evaluasi	60
j. Rundown	62
k. Anggaran biaya	68
BAB II PERSIAPAN PRODUKSI DAN PARTNERSHIP	70
2.1 Divisi Produksi.....	70
2.1.1 Pemilihan Vendor untuk pengerjaan Produksi.....	70
2.1.2 Pemilihan vendor percetakan	73
2.1.3 Pemilihan venue	74
2.1.4 Pengajuan dan Koordinasi <i>Design</i> ke GO-JEK Pusat.....	77
2.1.5 Road to GO-FOOD Culinary Festival.....	87
2.1.6 Pemasangan Media Publikasi di <i>Merchant</i> GO-FOOD.....	88
2.1.7 Pemasangan media publikasi di Mall Paragon Semarang.....	88
2.1.8 Pemasangan Media Publikasi di <i>Booth</i> GO-JEK Jateng Fair .	88
2.1.9 Technical meeting	88
2.1.10 Loading in	89
2.2 Divisi Partnership.....	89
2.2.1 Kerjasama dengan Panitia ODM Undip.....	90
2.2.2 Kerjasama dengan Panitia PPAK Unnes	92
2.2.3 Kerjasama dengan Panitia PBAK UIN.....	94
2.2.4 Kerjasama dengan Panitia Warna Polines	96

2.3 Koordinator Logistik.....	98
2.4 <i>Budgeting</i> Produksi dan Road to GO-FOOD Culinary Festival	99
BAB III PELAKSANAAN RANGKAIAN ACARA GO-FOOD CULINARY FESTIVAL.....	104
3.1 Road to GO-FOOD Culinary Festival	104
3.2 Pelaksanaan acara GO-FOOD Culinary Festival.....	108
3.3 Kegiatan promosi lainnya	110
BAB IV EVALUASI DAN TARGET PENCAPAIAN.....	111
4.1 Evaluasi kegiatan Road to GO-FOOD Culinary Festival	111
4.1.1 Evaluasi kegiatan Road to GO-FOOD Culinary Festival	111
4.1.2 Evaluasi Produksi pada Kegiatan Promosi Lainnya	113
4.1.3 Evaluasi acara GO-FOOD Culinary Festival.....	113
4.2 Pencapaian Target	117
4.2.1 Pencapaian produksi dan <i>design</i> untuk acara.....	117
4.2.2 Road to GO-FOOD Culinary Festival.....	119
BAB V REFLEKSI, KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Refleksi Tugas Produksi dan Partnership	120
5.1.1 Tugas Produksi, Pengaturan Deadline Produksi, dan Vendor	120
5.1.2 Tugas Partnership.....	124
5.2 Kesimpulan	124
5.3 Saran.....	125

Daftar Pustaka 126

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Layout.....	36
Gambar 1.2 Poster Free Food	36
Gambar 1.3 Poster Sosial Media Quiz	37
Gambar 1.4 Poster Promo	38
Gambar 1.5 Flyer	38
Gambar 1.6 Poster.....	39
Gambar 1.7 X-Banner	40
Gambar 1.8 Area Café Walk.....	41
Gambar 1.9 Design Backdrop.....	41
Gambar 1.10 Community invitation	45
Gambar 2.1 Mapping Area.....	75
Gambar 2.2 Mapping area tenant	76
Gambar 2.3 Poster Acara	78
Gambar 2.4 Contoh MMT Tenant	78
Gambar 2.5 Design Gate	79
Gambar 2.6 Design Photobooth dan voucher	79
Gambar 2.7 Design Poster dan Flyer dari Pusat	80
Gambar 2.8 Design MMT Tenant per Zona.....	81
Gambar 2.9 X-banner.....	82
Gambar 2.10 Voucher	82
Gambar 2.11 Sertifikat.....	83

Gambar 2.12 Backdrop Penutup	83
Gambar 2.13 Mapping Area.....	83
Gambar 2.14 Signage	84
Gambar 2.15 Hanging Flag.....	84
Gambar 2.16 Photobooth	85
Gambar 2.17 Billboard.....	85
Gambar 2.18 E-Poster	86
Gambar 2.19 E-Voucher Free Food.....	86
Gambar 2.20 Update Snapgram	86
Gambar 2.21 List Merchant	86
Gambar 2.22 Photo Competition	87
Gambar 2.23 Invitation	87
Gambar 2.24 E-Poster Road To GO-FOOD Culinary Festival.....	87
Gambar 2.25 Foto Technical Meeting	88
Gambar 2.26 Loading In	89
Gambar 2.27 MoU dengan Panitia ODM Undip	92
Gambar 2.28 MoU dengan Panitia PPAK Unnes	94
Gambar 2.29 MoU dengan Panitia PBAK UIN.....	96
Gambar 2.30 MoU dengan Panitia Warna Polines	98
Gambar 3.1 Pelaksanaan Road to GO-FOOD Culinary Festival.....	105
Gambar 3.2 Pelaksanaan Road to GO-FOOD Culinary Festival di Unnes.....	106
Gambar 3.3 Pelaksanaan Road to GO-FOOD Culinary di Polines.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Acara Kuliner di Semarang.....	3
Tabel 1.2 Engagement Media Sosial.....	43
Tabel 1.3 Engagment Buzzer	43
Tabel 1.4 Daftar Merchant	49
Tabel 1.5 Engagemnt Akun Buzzer	54
Tabel 1.6 List media Online.....	55
Tabel 1.7 List Komunitas.....	56
Tabel 2.1 Daftar Pesanan ke Vendor.....	71
Tabel 2.2 Daftar pesanan ke Isa Grafika.....	73
Tabel 2.3 Daftar produksi	85
Tabel 2.4 Tabel budgeting Venue	99
Tabel 2.5 Tabel budgeting Produksi	99
Tabel 2.6 Tabel budgeting Percetakan	101
Tabel 2.7 Tabel budgeting untuk Panitia ODM Undip	101
Tabel 2.8 Tabel budgeting untuk Panitia PPAK Unnes.....	102
Tabel 2.9 Tabel budgeting untuk Panitia PBAK UIN	102
Tabel 2.10 Tabel budgeting untuk Panitia Warna Polines.....	103
Tabel 4.1 Pencapaian Produksi	117

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.5.1.1 Promo yang diminati	22
Diagram 1.5.1.2 Venue Event	23
Diagram 1.5.1.3 Ketertarikan datang ke Acara Makanan	24
Diagram 1.5.1.4 Jenis Makanan	25
Diagram 1.5.1.5 Kompetisi	26
Diagram 1.5.1.6 Hadiah yang Diminati	27
Diagram 1.5.1.7 Waktu mengakses Sosmed	28
Diagram 1.5.1.8 Akun Media Sosial	29