

BAB III

PELAKSANAAN KARYA BIDANG

3.1 Production/Logistic

3.1.1 Menindaklanjuti Persiapan Kebutuhan dan Pengelolaan Logistik Sebelum dan Saat Festival Seni Pesta Bestari 2025

Dalam mempersiapkan kebutuhan acara, *production/logistic* melakukan pembuatan rancangan kebutuhan baik dari tim karya bidang, Dekase, Volunteer, dan Penampil Festival Seni dalam mendukung kelancaran acara. Kebutuhan logistik acara Festival Seni Pesta Bestari 2025 adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Daftar Kebutuhan Acara Festival Pesta Bestari 2025

No	Alat/Barang	Qty	Ket	Status
1	Mini Pot Gypsum	10	Pack	Beli, ready di lokasi
2	Cat Akrilik	1	Pack	Beli, ready di lokasi
3	Kuas	2	Pack	Beli, ready di lokasi
4	Pallete cat	1	Pack	Beli, ready di lokasi
5	Clay	30	Pack	Beli, ready di lokasi
6	PosterA3, Poster A4, Sertifikat Favorite	9	Pcs	Sudah dicetak, ready di lokasi
7	Air Mineral	10	Karton	Beli
8	Lanyard Panitia dan Volunteer	16	Pcs	Sudah dicetak dan dibagikan
9	Trash bag	1	Pcs	Beli
10	X-Banner	1	60x160 Cm	Sudah dicetak, ready di lokasi
11	Banner	1	8x2 Meter	Sudah dicetak, ready di lokasi
12	Baterai	6	Pcs	Bawa
13	Tissue	4	Pcs	Bawa
14	Koper	2	Pcs	Beli
15	Papan	2	Pcs	Bawa

	penghargaan favorit			
16	Kamera	2	Pcs	Pinjam
17	Tripod	1	Pcs	Bawa
18	Banner Photobooth	1	2x3 Meter	Sudah dicetak, ready di lokasi
19	Rafia	1	Pcs	Beli
20	Print daftar hadir	2	Pcs	Cetak hari H
21	Print teks MC	24	Pcs	Cetak hari H
22	Print Cue Card	2	Pcs	Cetak hari H
23	Print informasi ruang	28	Pcs	Cetak hari H
24	Print formulir pendaftaran activity	2	Pcs	Cetak hari H
25	Print Teks Moderator	6	Pcs	Cetak hari H
26	Print QRIS	2	Pcs	Cetak hari H
27	Kertas Kado ukuran koper buat	4	Pcs	Beli
28	HT	5	Pcs	Pinjam
29	Clip On	2	Pcs	Pinjam
30	Voucher OTI	30	Pcs	Sudah diambil
31	Make Over	2	Bag	Sudah diambil
32	Kotak Kayu	3	Pcs	Pinjam
33	Lukisan	13	Pcs	Pinjam
34	Buku	23	Pcs	Pinjam
35	Konsumsi Tamu Undangan	10	Box	Beli
36	Konsumsi Penampil, Panitia, Volunteer	175	Box	Sudah ada, ambil jam 10
37	Rangka X Banner	1	Buah	Ready di lokasi

Dalam pengadaan barang, *production/logistic* berkoordinasi kembali dengan Dekase perihal inventaris yang dimiliki untuk dapat digunakan pada saat Festival Seni Pesta Bestari 2025. Beberapa barang seperti kotak kayu, buku, lukisan, dan clip on didapatkan dari klien sementara beberapa yang lain merupakan barang pribadi.

Proses *loading deck* yang semula direncanakan dilakukan pada siang hari, tanggal 8 Februari 2025, terpaksa diundur dan mengalami penyesuaian jadwal. Hal ini disebabkan oleh penggunaan Gedung Prof. Soedarto untuk kegiatan *Undip Mathematic Competition (UMC)* pada waktu tersebut. Oleh karena itu, seluruh proses *loading deck* acara beserta penataan *layout* ruangan baru dapat dilaksanakan pada malam hari, sekitar pukul 21.00 WIB.



Gambar 3. 1 Proses Pengadaan Barang Kebutuhan Acara

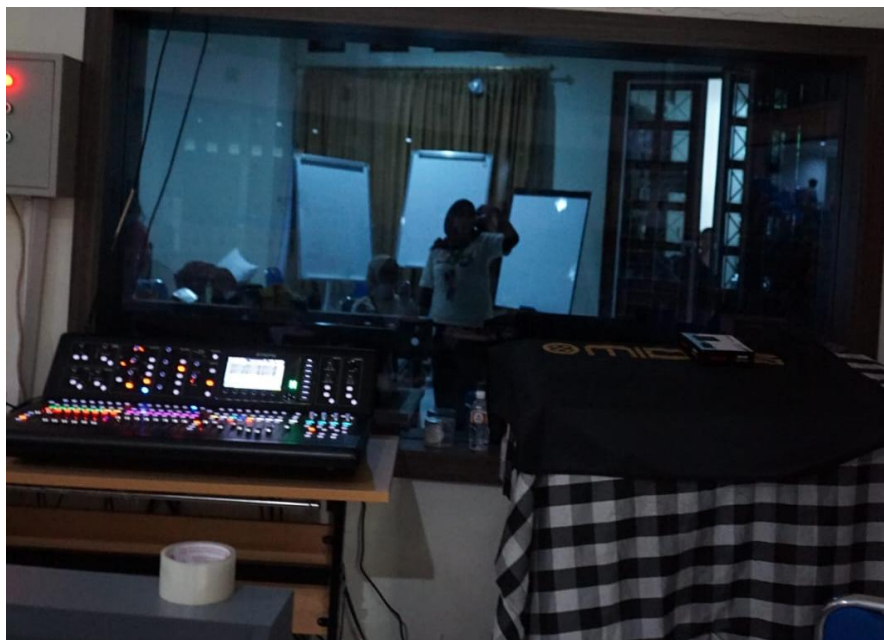
Penataan *layout* ruangan disesuaikan dengan kondisi fisik Gedung Prof. Soedarto yang memiliki *ballroom* dengan struktur tribun berundak sebanyak tujuh tingkat. Terdapat dua lajur anak tangga di sisi kiri dan kanan yang difungsikan sebagai jalur mobilitas pengunjung, sehingga penempatan kursi difokuskan di area tengah tribun. Sementara itu, sisi kanan dan kiri tribun dimanfaatkan sebagai area pameran lukisan.

Di bagian ujung belakang ruangan, disediakan area khusus untuk aktivitas seni seperti sesi melukis dan kegiatan bermain clay, serta disediakan sudut baca bagi pengunjung yang ingin membaca. Jumlah kursi yang digunakan disesuaikan dengan kapasitas tribun, yakni sebanyak 7 deret, dengan deret pertama digunakan untuk tamu undangan dan deret selanjutnya digunakan untuk kursi penonton dengan total kursi yang digunakan adalah 150 kursi.



Gambar 3. 2 Proses Penataan *Layout* Gedung Prof. Soedarto

Pada hari pelaksanaan acara, pengecekan *sound system*, speaker, videotron, *microphone*, dan *clip on* baru dapat dilaksanakan menjelang acara, yang memerlukan waktu cukup lama dan menyebabkan keterlambatan dalam pemasangan banner utama, serta papan penunjuk ruang transit. Menghadapi keterbatasan waktu tersebut, penulis selaku anggota tim *production/logistic* melakukan koordinasi langsung dengan PIC Event dan tim Volunteer untuk meminta bantuan tambahan, sehingga seluruh kebutuhan dapat diselesaikan sebelum acara dimulai.



Gambar 3. 3 Pengecekan Audio, Videotron, dan Sound System

3.1.2 Menindaklanjuti Observasi dan Pengukuran Venue

Penulis sebagai *production/logistic* menyusun daftar dan melakukan survei bersama tim karya bidang secara langsung ke beberapa lokasi yang dipertimbangkan sebagai venue acara. Kegiatan survei ini bertujuan untuk meninjau kondisi fisik venue serta mengidentifikasi kebutuhan teknis dan logistik yang mungkin diperlukan demi mendukung kelancaran pelaksanaan Festival Seni Pesta Bestari 2025. Adapun beberapa lokasi yang menjadi bahan pertimbangan penulis dalam proses ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Daftar Pertimbangan Lokasi Venue Acara

No	Nama Venue	Lokasi	Biaya	Keterangan
1	Gedung Balaikota	Jl. Pemuda No.148, Sekayu, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah	Rp 2.000.000 + biaya petugas kebersihan 4 orang (total Rp 400.000)	Fasilitas: 200 kursi penonton, sound sistem, AC, panggung, videotron, serta toilet (2 toilet perempuan dan 4 toilet laki-laki).
2	Gedung Juang 45	Jl. Pemuda No.163,	Rp 3.500.000 untuk biaya	Fasilitas: 3 buah AC, ruang transit

		Sekayu, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah	sewa + Rp 1.200.000 untuk biaya operasional	penampil, mikrofon standar acara, 9 orang tim kebersihan, dan sejumlah toilet sebelum masuk ruangan.
3	Auditorium lt.7 Universitas PGRI Semarang	Jl. Sidodadi Timur Jalan Dokter Cipto No.24, Karangtempel, Kec. Semarang Tim., Kota Semarang, Jawa Tengah	Rp 5.000.000 belum termasuk biaya operasional	Sound system, panggung, ruang transit, toilet. Minusnya mahal dan letaknya di lantai 7
4	Gedung Prof. Soedarto, SH	Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Universitas Diponegoro, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah	Rp 1.200.000 untuk biaya lembur pegawai	Sound system, videotron, kursi muat sampai 1.500, parkir luas, 3 ruang transit, ruang sholat.
5	Gedung TBRS	Jl. Sriwijaya No.29, Tegalsari, Kec. Candisari, Kota Semarang, Jawa Tengah	Gedung lama Rp 800.000 dan untuk gedung baru Rp 4.000.000	Gedung lama terbilang cukup murah namun belum ada sound system sehingga bisa menambah biaya lebih besar, sedangkan fasilitas di parkir bawah area terbuka, panggung, sound, lightning, kursi, dan memerlukan surat izin keramaian.
6	Balai Besar Penjaminan Mutu Pendidikan (BBPMP) Provinsi	Jl. Kyai Mojo, Srandol Kulon, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah 50263	Rp 1.600.000	Wilayah tidak strategis (jauh dari pusat kota), Fasilitas kurang lengkap, Mic standar (kurang cocok untuk seni

	Jawa Tengah			musik), kurang bisa kontrol keramaian karena terdapat beberapa gedung dalam satu area, Tidak terdapat ruang transit yang memadai
7	Wisma Perdamaian	Jl. Imam Bonjol No.209, Pendrikan Kidul, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50131	Rp 1.500.000 belum termasuk biaya kebersihan	Bisa tiba-tiba dibatalkan karena acara dinas, Tiang terlalu besar dan mengganggu, Tempat transit outdoor dan sangat kecil, Tidak bisa melakukan penjualan tiket, Hanya bisa sampai jam 16.00, tempat parkir jauh dari gedung, kesulitan kontrol keramaian karena terdapat beberapa gedung dalam satu area

Setelah melakukan survey baik secara *offline* maupun *online*, penulis mendiskusikannya lebih lanjut bersama tim internal dan juga pihak klien untuk mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan masing-masing lokasi, baik dari segi fasilitas, kenyamanan, maupun efisiensi anggaran.

Pertimbangan bersama dilakukan dengan keputusan akhir adalah penggunaan Gedung Prof. Soedarto sebagai lokasi acara, karena dianggap paling sesuai dengan kebutuhan teknis acara serta memiliki biaya sewa yang paling efisien dibandingkan opsi lainnya.

Selanjutnya, penulis bersama dengan tim internal melakukan survey ke Gedung Prof. Soedarto Universitas Diponegoro. Survey dilakukan pada hari Senin, 3 Februari 2025 dengan rencana untuk mengukur luas panggung, ukuran banner, meja, ruangan transit penampil, area untuk pojok literasi, dan area untuk *fun activity*.

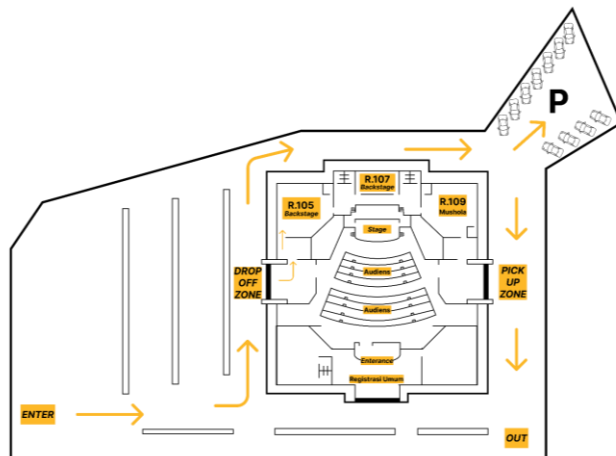
Setelah survey, didapati ukuran panggung yakni 8 x 3 meter, dan ukuran banner 8 x 2 meter. Keperluan seperti meja dan kursi banyak tersedia di Gedung Prof. Soedarto, namun dengan *ballroom* model tribun, perlu beberapa penyesuaian penempatan kursi untuk penonton. Selain itu, tersedia 3 ruangan transit di belakang area panggung yang dapat digunakan oleh penampil dengan beberapa penyesuaian seperti kebutuhan kursi bagi penampil.



Gambar 3. 4 Survey Area Venue Gedung Prof. Soedarto

Selanjutnya, penulis berkoordinasi dengan *Creative and Design* agar dapat dibuatkan denah area gedung agar dapat digunakan sebagai referensi bagi penampil dan penonton. Denah ini mencakup informasi mengenai posisi panggung, area duduk penonton, serta jalur keluar-masuk penampil dan tamu undangan. Dengan adanya denah tersebut, diharapkan seluruh pihak yang terlibat dapat memahami alur

pergerakan di dalam ruang acara, menghindari kepadatan, dan memperlancar koordinasi selama acara berlangsung.



Gambar 3. 5 Denah Area Venue Gedung Prof. Soedarto

3.1.3 Menindaklanjuti Pendataan Kebutuhan Peserta Seni Festival Seni Pesta Bestari 2025

Production/logistic memastikan kebutuhan utama dari para penampil—baik dari bidang tari, teater, musik, maupun sastra—antara lain adalah ruang transit yang cukup luas untuk persiapan sebelum tampil, serta ketersediaan kursi sesuai jumlah penampil. Berikut merupakan rincian kebutuhan masing-masing penampil.

Tabel 3. 3 Daftar Kebutuhan Peserta Pesta Bestari 2025

No	Nama	Kebutuhan	Total	Ruang Transit
1	Sanggar Sadya Diva	Konsumsi	7	105
		Kursi		
2	Sanggar Seni Perwira Budaya	Konsumsi	9	108
		Kursi		
3	SD Sidomulyo 3	Konsumsi	3	108
		Kursi		
4	Sanggar Tari IND Dancer	Konsumsi	8	105
		Kursi		
5	Sanggar Iboekoe	Konsumsi	3	108
		Kursi		

6	Sanggar Lindu Panon	Konsumsi	4	108
		Kursi		
7	Sanggar Tari Tiara	Konsumsi	4	105
		Kursi		
8	Sanggar Subhasita	Konsumsi	9	108
		Kursi		
9	Sanggar MiliniArt	Konsumsi	7	108
		Kursi		
10	Komunitas Tari	Konsumsi	3	
		Kursi		
11	Sanggar Ali Talitha	Konsumsi	6	108
		Kursi		
12	Sanggar Madya	Konsumsi	6	108
		Kursi		
13	Sanggar Saraswati	Konsumsi	8	105
		Kursi		
14	Sanggar Pracawita SMA N 16	Konsumsi	6	108
		Kursi		
15	Komunitas Tari The Gade Dancer	Konsumsi	9	105
		Kursi		
16	Sanggar Sobokartti	Konsumsi	5	108
		Kursi		
17	Musik	Standing Mic	7	107
		Kursi	7	
		Konsumsi	7	
18	Kelana Siwi	Standing Mic	1	107
		Kursi	1	
		Konsumsi	1	
19	Imaniar Yordan Christy	Standing Mic	1	107
		Kursi	1	
		Konsumsi	1	
20	Teater Emka	Clip On	2	107
		Kursi	5	

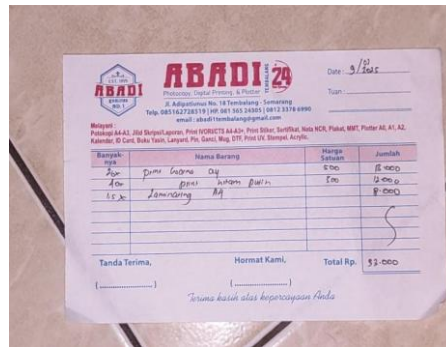
		Konsumsi	5	
--	--	----------	---	--

Setelah kebutuhan dirinci, beberapa aspek teknis juga perlu dipastikan oleh tim *production/logistic*, seperti pengecekan *clip on* untuk pertunjukan teater serta pengecekan alat musik sebelum acara dimulai. Selain itu, beberapa sanggar tari juga memerlukan akses panggung terlebih dahulu untuk melakukan koordinasi *blocking* dan latihan gerak, yang biasa dilakukan saat gladi bersih. Namun, karena Gedung Prof. Soedarto digunakan untuk acara Undip Mathematic Competition (UMC) pada tanggal 8 Februari 2025, proses gladi bersih dan pengecekan teknis tidak bisa dilakukan sehari sebelumnya dan terpaksa dilaksanakan pada tanggal 9 Februari, pagi hari sebelum acara dimulai.



Gambar 3. 6 Pemeriksaan *Sound Output Clip On*

Sebagai bentuk penguatan koordinasi, *production/logistic* bekerja sama dengan LO (*Liaison Officer*) yang bertugas mendampingi seluruh penampil untuk memastikan kebutuhan masing-masing penampil terpenuhi saat acara. Dengan koordinasi yang baik, kebutuhan peserta dapat terpenuhi dan acara dapat berjalan dengan lancar.



untuk melakukan pemesanan berupa 2 X banner dengan ukuran 60 x 160 cm menggunakan bahan standart 340gr, dan pemesanan banner *photobooth* dengan ukuran 2 x 3 meter.

permata printing
Subah Media Permata Anda ...
Jl. Prof. Soedarto SH No 27 Tembung Semarang
WA. 0858 7616 8391, Email: permataprinting@gmail.com

Tgl: 4/12/2025
Nama: _____
Telp: _____

No.: _____ **KWITANSI**

Qty	Jenis Pesanan	Bahan	Ukuran	Harga Satuan	Harga Total
1	Photobooth		3 x 2		40.000
Grand Total					40.000
Diskon					
Uang Muka					
Kekurangan					

PERHATIAN:
Jika tidak ditandatangani dan stempel resmi perusahaan atau pribadi yang sah, maka kwitansi ini tidak berlaku sebagai bukti pembayaran. Untuk keperluan hukum, harap ditandatangani dan stempel resmi perusahaan atau pribadi yang sah. Kwitansi ini berlaku untuk pembayaran tunai dan transfer bank. Untuk pembayaran lain, harap ditandatangani dan stempel resmi perusahaan atau pribadi yang sah. Kwitansi ini berlaku untuk pembayaran tunai dan transfer bank. Untuk pembayaran lain, harap ditandatangani dan stempel resmi perusahaan atau pribadi yang sah.

permata printing
Subah Media Permata Anda ...

permata printing
Subah Media Permata Anda ...
Jl. Prof. Soedarto SH No 27 Tembung Semarang
WA. 0858 7616 8391, Email: permataprinting@gmail.com

Tgl: 4/12/2025
Nama: _____
Telp: _____

No.: _____ **KWITANSI**

Qty	Jenis Pesanan	Bahan	Ukuran	Harga Satuan	Harga Total
2	X Banner		160 x 60	20.000	40.000
Grand Total					40.000
Diskon					
Uang Muka					
Kekurangan					

PERHATIAN:
Jika tidak ditandatangani dan stempel resmi perusahaan atau pribadi yang sah, maka kwitansi ini tidak berlaku sebagai bukti pembayaran. Untuk keperluan hukum, harap ditandatangani dan stempel resmi perusahaan atau pribadi yang sah. Kwitansi ini berlaku untuk pembayaran tunai dan transfer bank. Untuk pembayaran lain, harap ditandatangani dan stempel resmi perusahaan atau pribadi yang sah.

permata printing
Subah Media Permata Anda ...

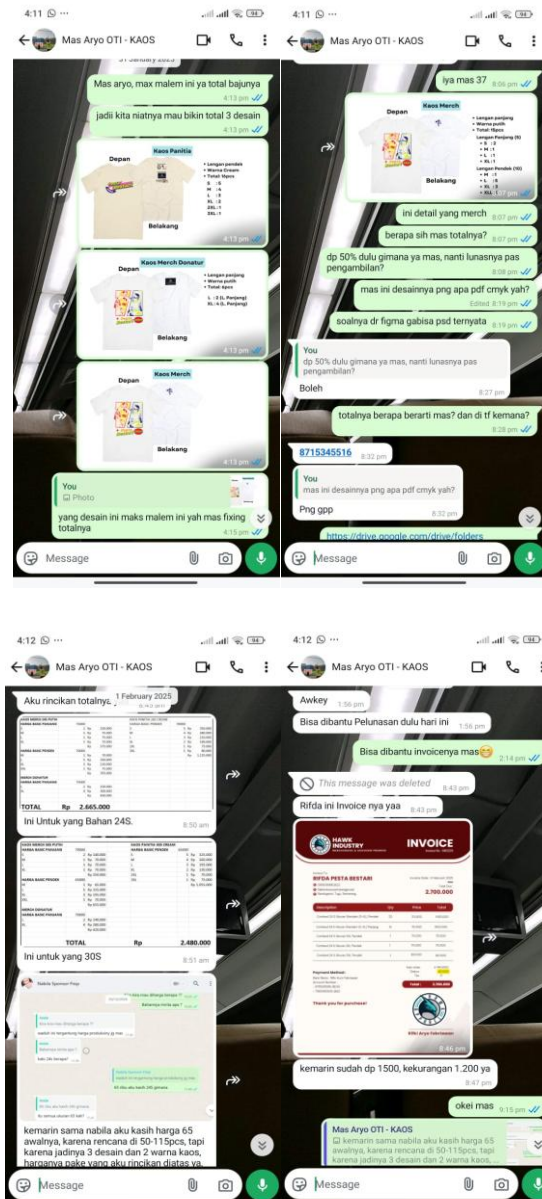
Gambar 3. 9 Bukti Pembayaran Permata Printing



Gambar 3. 10 Hasil Cetak Banner Photobooth dan X Banner

Dalam pembuatan kaos panitia dan *merchandise*, *production/logistic* bekerja sama dengan Hawk Industry. Dalam persiapannya, *production/logistic* berkoordinasi dengan *Creative & Design* terkait desain final yang akan diproduksi. Setelah desain final

tersedia, *production/logistic* bertugas menghubungi vendor Hawk Industry untuk melakukan pemesanan berupa 37 kaos dengan bahan Cotton Combed 24S dengan ketebalan sedang, bahan lembut, dan nyaman dipakai.



Gambar 3. 11 Bukti Negosiasi dengan Hawk Industry

Setelah desain disepakati dan jumlah produksi ditentukan, *production/logistic* melakukan komunikasi dan negosiasi harga dengan pihak vendor untuk menyesuaikan anggaran acara. Hasil dari negosiasi menetapkan total biaya produksi kaos sebesar Rp2.650.000.

Pembayaran dilakukan dalam dua tahap, yaitu uang muka (DP) sebesar Rp1.500.000 dibayarkan di awal sebagai bentuk konfirmasi pesanan, dan pelunasan sebesar Rp1.150.000 diselesaikan setelah proses produksi selesai. Selama proses ini, *production/logistic* secara berkala melakukan komunikasi dengan pihak Hawk Industry untuk memantau progres produksi serta memastikan kesesuaian spesifikasi kaos sesuai dengan yang telah disepakati sebelumnya.



Gambar 3. 12 Hasil Cetak Kaos Pesta Bestari 2025

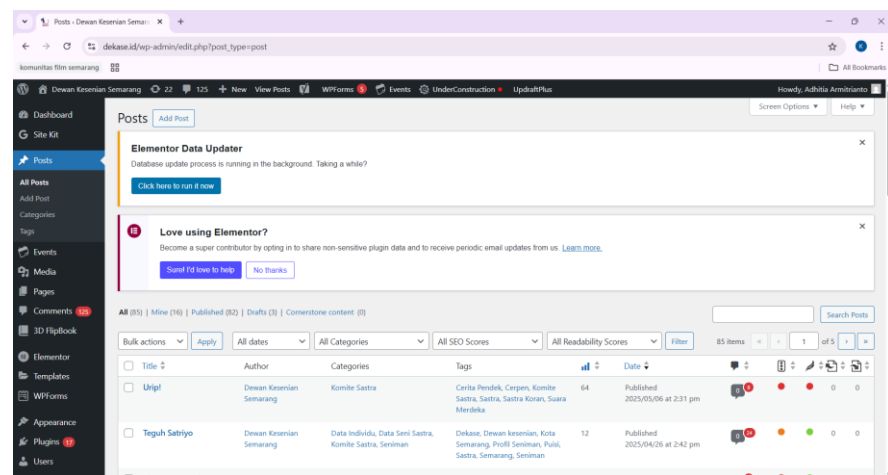
3.2 PIC Web Page

3.2.1 Menindaklanjuti Penyusunan Tampilan dan Struktur Web Page Data Seniman

PIC Web Page bertanggung jawab dalam merancang tampilan dan struktur halaman web yang akan digunakan untuk mendokumentasikan data seniman di Kota Semarang. Website Dekase dapat diakses melalui <https://dekase.id/> dan menggunakan platform WordPress dalam pengelolaannya dimana sudah memiliki template bawaan.

Meskipun menggunakan template yang tersedia, PIC Web Page dalam pelaksanaannya tetap melakukan penyesuaian tampilan sesuai dengan kebutuhan pendataan seniman, baik dari segi tata letak maupun elemen visual lainnya. Sistem template yang dimiliki

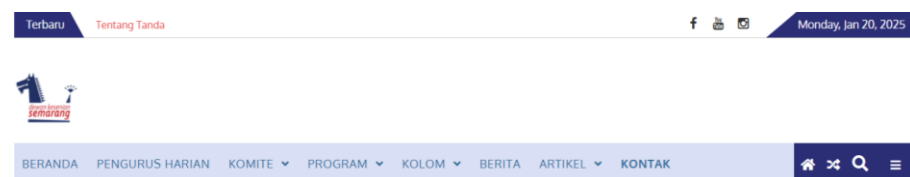
WordPress berlaku secara menyeluruh, sehingga satu perubahan pada satu bagian dapat mempengaruhi keseluruhan halaman. Oleh karena itu proses penyesuaian perlu dilakukan secara hati-hati dan bertahap. Tahap awal yang dilakukan adalah berdiskusi dengan pihak dekase terkait permintaan akses untuk *login* akun WordPress Dekase. Selanjutnya, melakukan riset dan pembelajaran mengenai penggunaan WordPress, termasuk memahami *admin interface*, pengelolaan menu, serta pengunggahan konten seperti gambar profil seniman.



Gambar 3. 13 Tampilan Halaman *Wordpress* Dekase

Langkah selanjutnya adalah pembuatan submenu pada situs web Dekase dengan judul “Seniman”, agar data seniman mudah diakses melalui tampilan utama website. Di dalam submenu tersebut, akan dilakukan pemisahan lebih lanjut berdasarkan kategori cabang seni, sehingga pengunjung dapat mencari informasi secara lebih terstruktur. Penambahan submenu dapat dilakukan dengan menambah *items* yang dapat diakses melalui menu di bagian *appearance*.

Sebelum perubahan

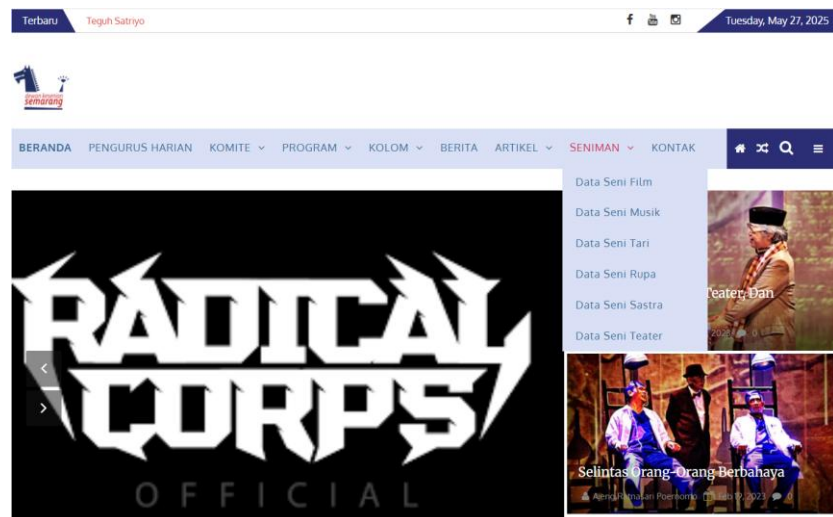


Sesudah perubahan



Gambar 3. 14 Tampilan Menu Website Dekase Sebelum dan Sesudah Penambahan Kolom Seniman

Setelah menambah bagian seniman, bisa dilakukan penambahan *sub category* untuk memisahkan masing-masing data seniman. Seperti pada tampilan di atas, perubahan yang ada adalah penambahan kolom atau submenu “Seniman”, dimana terdapat *dropdown* yang memisahkan masing-masing postingan data seniman yang ada pada website Dekase.



Gambar 3. 15 Tampilan *Dropdown* pada Kolom Seniman

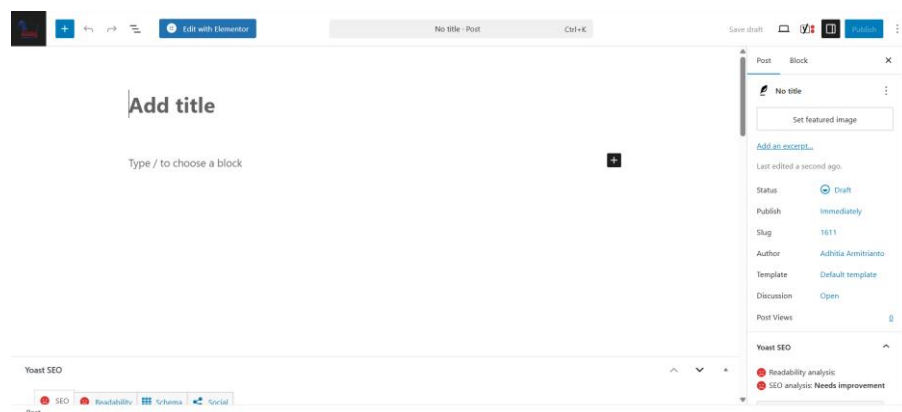
3.2.2 Melakukan Input Data pada Web Page Data Seniman

Setelah struktur menu terbentuk, tahap berikutnya adalah melakukan proses pendataan seniman dengan bantuan dari tim karya bidang. Data yang ditampilkan pada halaman setiap seniman disusun secara sederhana dan informatif, meliputi sejarah atau profil singkat seniman, jenis seni yang ditekuni, contoh hasil karya atau dokumentasi penampilan, serta informasi kontak atau media sosial yang dapat dihubungi. Penghimpunan data berhasil dilakukan

bersama dengan tim karya bidang, dengan tabel data seniman tertera pada lampiran 13.

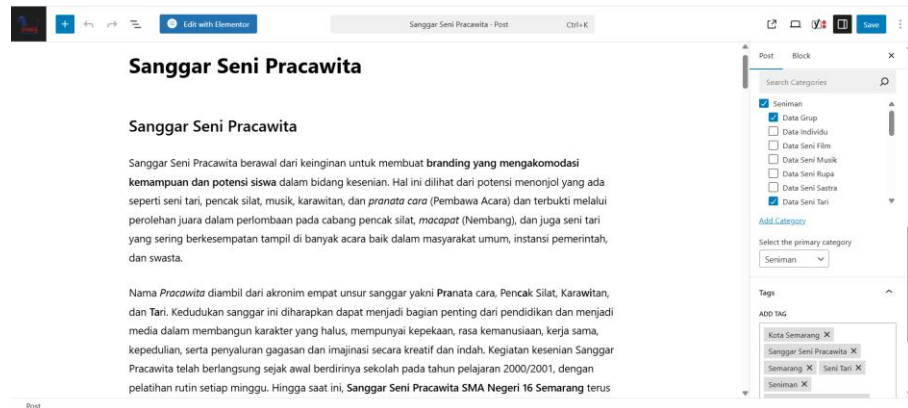
Data seniman yang telah dihimpun kemudian diolah dan diunggah melalui fitur *Add Post* di *dashboard* WordPress, menyerupai proses penulisan artikel pada umumnya. Sebelum melakukan unggahan, langkah awal yang dilakukan adalah membuat kategori khusus yang memudahkan pengelompokan konten sesuai dengan masing-masing cabang seni. Hal ini bertujuan agar setiap data seniman dapat terorganisir dengan baik dan mudah diakses oleh pengunjung situs.

Dalam proses penulisan, penulis memilih menggunakan metode postingan biasa dibandingkan dengan opsi Elementor, karena dinilai lebih mudah dan efisien. Judul dari setiap postingan menggunakan nama seniman terkait, dilengkapi dengan foto profil, serta ikon media sosial yang langsung terhubung ke akun masing-masing seniman.

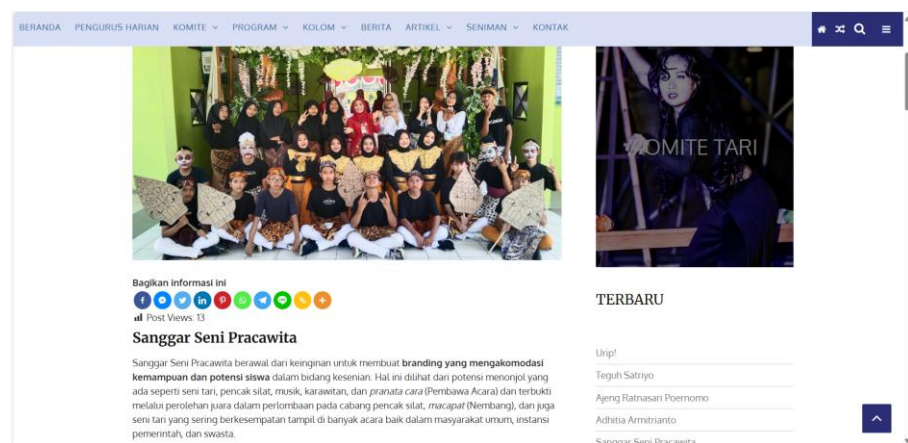


Gambar 3. 16 Tampilan *Canvas* Postingan WordPress

Setelah konten ditata sedemikian rupa, tahap berikutnya adalah proses unggah. Pada tahap ini, perlu diperhatikan pemilihan kategori yang sesuai agar postingan otomatis terindeks dalam Web Page Seniman dan dapat ditemukan melalui fitur pencarian internal situs. Selain itu, penambahan tag juga penting dilakukan untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari seperti Google, sehingga mempermudah akses publik terhadap informasi para seniman.



Gambar 3. 17 Proses Penulisan Data Seniman



Gambar 3. 18 Hasil Postingan Data Seniman

3.3 Sponsorship Manager

3.3.1 Menindaklanjuti Penentuan Target Sponsorship

Dalam upaya memperoleh dukungan sponsorship untuk Pesta Bestari 2025, Sponsorship Manager menargetkan tiga sponsor utama dengan total target barang/dana sebesar Rp6.000.000,- guna menutupi keperluan acara. Target ini ditentukan berdasarkan Rancangan Anggaran Biaya (RAB) yang telah dihitung bersama dengan tim karya bidang berdasarkan kebutuhan logistik, konsumsi, dan kebutuhan lainnya dalam acara Festival Seni Pesta Bestari 2025.

Upaya pemenuhan dilakukan dengan menentukan calon sponsorship yang ditargetkan berasal dari pelaku usaha lokal hingga skala perusahaan yang memiliki ketertarikan dengan bidang seni dan budaya. Selain itu, calon sponsorship diutamakan mitra dengan

produk atau layanan yang relevan dan terjangkau bagi audiens acara, sehingga sinergi antara kebutuhan acara, brand sponsor, dan pengalaman pengunjung dapat tercapai secara optimal. Berikut ini adalah daftar calon sponsorship yang diharapkan.

Tabel 3. 4 Daftar Target Sponsorship Pesta Bestari 2025

No	Perusahaan/ Brand	Kontak Perusahaan	Saluran	Status
1	Blibli	customer.care@blibli.com	Email	Pending
2	Mi Sedap	adrian.a@wingscorp.com	Email	Pending
3	Le Minerale	@le_mineraleid	Instagram, Email	Pending
4	Teh Pucuk Harum	contact@tehpucukharum.com	Email	Pending
5	Kopi Good Day	hidupbanyakrasa@gmail.com	Instagram, Email	Pending
6	PT Greenfields Indonesia	Greenfields.consumerfeedback@japfa.com	Email	Pending
7	Kopi Kenangan	hello@kopikenangan.com	Email	Follow Up
8	PT Djojonegoro C-1000	rizqikh.you.c1000@gmail.com	Email	Pending
9	AICE Es Krim	cs@aice.co.id	Email	Ditolak
10	Sari Roti	postmaster@sariroti.com	Email	Ditolak
11	Hansaplast Indonesia	hansaplastid@gmail.com	Email	Pending
12	PT Ultra Jawa Milk Industry	customer_care@ultrajaya.co.id	Email	Ditolak
13	PT Forisa Nusapersada (Nutrijell)	marketing@forisa.co.id	Email	Pending
14	Permata Bank	ega.anandita@permatabank.co.id	Email	Ditolak
15	Silverqueen	info@silverqueensantai.com / @silverqueenid	Email, Instagram	Pending
16	Teh Gelas	andrien@ot.co.id	Email	Pending

17	Indomie	corporate@indofood.co.id	Email	Ditolak
18	Kapal Api	info@kapalapi.co.id	Email	Pending
19	PT Jamu Jago	marcom@jago.co.id	Email	Pending
20	Hydro Coco	promosi@myhydrococo.com	Email	Ditolak
21	Nissin Foods Indonesia	info@nissinbiscuit.com	Email	Pending
22	Indomilk	danang.prana@indomilk.com	Email	Pending
23	Filmonkish	filmonkish88@gmail.com	Email	Follow Up
24	Sinar Sosro	contactus@sosro.com	Email	Pending
25	Bank CIMB	yeti.andriyani@cimbniaga.co.id	Email	Ditolak
26	PT Tirta Investama	AQUA.partnership@dano ne.com	Email	Pending
27	PT Haraka Multi Faedah	@clorismen / eo.clorismen@gmail.com	Email, Instagram	Follow Up
28	Taman Indonesia Kaya	@tamanindonesia_kaya / kontak@indonesiakaya.com	Email, Instagram	Pending
29	PT Kaldu Sari Nabati Indonesia	nabati.id@gmail.com	Email	Pending
30	PT Ultra Sakti	infomadutj@gmail.com	Email	Pending
31	PT Mulia Boga Raya	customer.care@prochiz.co.id	Email	Pending
32	Faber Castell	info.fcii@faber-castell.co.id	Email	Pending
33	JumpStart Indonesia	noor.febriyansyah@jumps tarindonesia.com / @jumpstart_indonesia	Email, WhatsApp	Ditolak
34	Nestle Indonesia	nestle.indonesia@id.nestle.com	Email	Pending
35	Friesland Flag Campina	layanan.peduli@frieslandc ampina.com	Email	Ditolak
36	PT Garuda Food Putra-	brand.activation@garudaf ood.co.id	Email	Pending

	Putri Jaya Tbk			
37	PT Gramedia Asri Media	@gramedia.com / marketing@gramedia.id	Email, Instagram	Follow Up
38	PT Sayap Mas Utama (Wings Group)	goldacoffeeidn@gmail.com	Email, Instagram	Pending
39	Tepung Bogasari	patrick.kaihatu@bogasariflour.com	Email	Pending
40	Global Dairi Alami	@milklife.id / cs@gda-dairy.com	Email, Instagram	Pending
41	PT Nirwana Lestari (TOP)	daris.hadiman@nirwanalestari.com	Email	Pending
42	PT Ceres	mikhaela.bunawan@ceres-pt.com	Email	Pending
43	PT Paragon Technology and Innovation (Wardah)	@wardahbeauty.semarang	WhatsApp	Pending
44	Pop Ice	@popiceofficial	Email, Instagram	Pending
45	Grab Indonesia	@grabid	Email	Pending
46	Minyak Kayu Putih Caplang	@keluarga_caplang	Instagram	Pending
47	Kopi Janji Jiwa	@kopijanjijiwa	Instagram	Pending
48	Suara Merdeka Generation	@suamerdekageneration	Instagram, WhatsApp	Deal
49	PT Paragon Technology and Innovation (Make Over)	@makeover_semarang	Instagram, WhatsApp	Deal

50	Bromen Sabun Muka	@bromen.official	Instagram, WhatsApp	Ditolak
51	Kaostopia	@kaostopia.id	Instagram	Follow Up
52	Radjawali Semarang Cultural Center	@radjawali.scc	Instagram	Pending
53	Oma Opa Cake	@omaopacakery_jateng	Instagram	Pending
54	OTI Chicken	@otichicken.id	Instagram	Deal
55	Trueve (Merk Kecantikan)	@trueve.id	Instagram	Follow Up
56	PT Paragon Technology and Innovation (Kahf)	@kahfeveryday	Instagram	Follow Up
57	PT Paragon Technology and Innovation (OMG Beauty)	@itsomgbeauty.semarang	Instagram	Ditolak
58	PT Paragon Technology and Innovation (Emina Cosmetic)	@eminacosmeticssemarang	Instagram	Ditolak
59	Nestle Indonesia (Nescafe)	@nescafe_indonesia	Instagram	Pending
60	Toko Kosmetik	@stuffbys	Instagram	Follow Up
61	Denis Catering	Denis Catering	Instagram	Ditolak
62	Cafe Taman Teduh	tamanteduh.smg	WhatsApp	Pending

63	Seeds Finance	Seeds Finance	WhatsApp	Ditolak
64	Toko Salsa Kosmetik	Salsa Cosmetic	WhatsApp	Pending
65	Atha Mandiri	Atha Mandiri	WhatsApp	Deal
66	Maxwin Deospray	MaxWin Deospray	WhatsApp	Ditolak

3.3.2 Menindaklanjuti Penyusunan Serta Penyebaran Proposal Sponsorship

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh penulis sebagai sponsorship manager adalah penyusunan dan pembuatan proposal sponsorship. Penyusunan proposal disusun dengan menyertakan informasi lengkap terkait konsep acara, target audiens, bentuk kerja sama yang ditawarkan, serta keuntungan yang dapat diperoleh pihak sponsorship. Selain itu, proposal juga dilengkapi dengan paket-paket sponsorship yang telah didiskusikan bersama dengan tim internal karya bidang guna menarik dukungan lebih besar dari potential sponsorship.

Penyusunan proposal ini merupakan langkah penting dalam membangun komunikasi awal yang meyakinkan dan profesional kepada pihak-pihak potensial. Penyusunan proposal dibantu oleh tim creative & design agar tampilan visual proposal lebih menarik dan selaras dengan branding acara. Gambar proposal sponsorship Pesta Bestari 2025 berada pada lampiran 14.

Setelah proposal selesai disusun, langkah selanjutnya adalah pengajuan proposal dan penyebaran proposal pada target sponsorship potential sesuai dengan daftar sebelumnya. Namun, adanya perubahan konsep acara serta keterbatasan waktu dalam tahap persiapan menjadi tantangan yang dihadapi, mengingat beberapa perusahaan menginginkan pengiriman proposal dengan jangka waktu minimal 3 bulan sebelum acara berlangsung, seperti dari PT Indofood Makmur

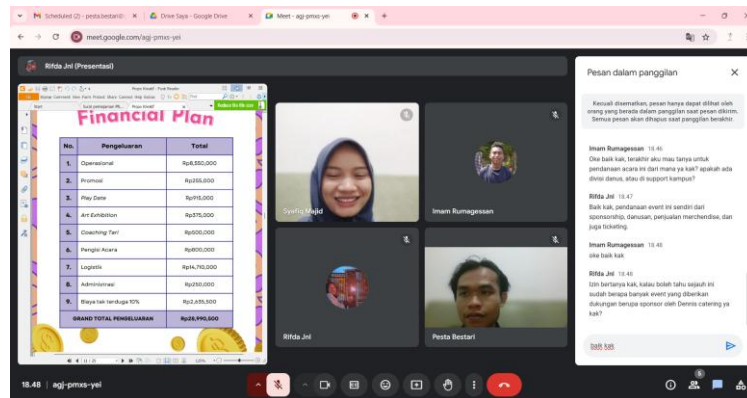
Sukses Tbk. Selain itu, terdapat perusahaan yang sedang tidak membuka sponsorship seperti AICE Indonesia. Sebagian perusahaan meminta waktu untuk memberikan konfirmasi lanjutan, dan beberapa lainnya tidak memberikan respon sama sekali. Proses penyebaran sponsorship berada pada lampiran 15.

Meskipun menghadapi kendala tersebut, Sponsorship Manager tetap berupaya menjalin komunikasi dengan calon sponsor yang berpotensi. Beberapa perusahaan menunjukkan ketertarikan untuk mendukung acara dan bahkan sempat melakukan diskusi lebih lanjut melalui online meet, antara lain Dennis Catering, Emina, MaxWin, OTI, Atha Mandiri, OMG, dan Make Over. Namun, tidak semua kerja sama dapat direalisasikan karena berbagai pertimbangan.

Sebagai contoh, dari MaxWin Deospray yang menawarkan bantuan dana bagi untung dengan melakukan penjualan produk mereka, namun setelah menghitung jumlah keuntungan yang didapatkan dibandingkan dengan resiko yang ada menjadi pertimbangan untuk tidak mengambil penawaran tersebut. Terdapat pula penawaran dari Dennis Catering yang mencakup potongan harga serta bonus pembelian dalam jumlah besar, dengan variasi menu yang cukup beragam. Namun, setelah dilakukan perhitungan, harga yang ditawarkan masih tergolong tinggi. Selain itu, hasil riset melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok menunjukkan sejumlah ulasan negatif dari konsumen, dimana disebutkan adanya ketidaksesuaian antara menu yang diterima dan yang dijanjikan. Di sisi lain, Emina, OMG, dan Make Over merupakan *sister brand* yang berada di bawah naungan PT Paragon Technology and Innovation.

Dalam proses komunikasi, masing-masing pihak baik dari Emina, OMG, dan Make Over menyampaikan bahwa mereka hanya mengizinkan satu brand untuk terlibat dalam kegiatan sponsorship dalam satu acara yang sama dan tidak diperkenankan ada brand kosmetik satu induk perusahaan Paragon. Oleh karena itu, setelah

mempertimbangkan berbagai aspek bersama tim karya bidang, diputuskan untuk melanjutkan kerja sama dengan brand Make Over. Hal ini didasari oleh penawaran yang dinilai paling menguntungkan serta memiliki risiko yang lebih minim dibandingkan dengan *brand* lainnya.



Gambar 3. 19 Meeting dengan Dennis Catering

3.3.3 Menindaklanjuti Pemenuhan Benefit dan Pembuatan Laporan PertanggungJawaban Sponsorship

Selama berlangsungnya pencarian sponsorship dari bulan Desember hingga Januari, sponsorship manager berhasil memperoleh dukungan dana dari empat sponsor utama, yakni Atha Mandiri, Make Over, OTI Fried Chicken, dan Suara Merdeka Generation. Masing-masing sponsor memberikan kontribusi dalam bentuk yang berbeda, baik dalam bentuk dana tunai, produk, potongan harga, hingga dukungan media. Dukungan dari sponsor tercantum pada tabel berikut.

Tabel 3. 5 Bentuk Dukungan Sponsorship Pesta Bestari 2025

No	Nama Sponsorship	Skema yang diambil	Bentuk Dukungan	Timbal Balik
1	Atha Mandiri	Dana Tunai	Rp7.000.000	1. Publikasi logo di akun instagram @pesta.bestari 2. Pemuatan logo Atha Mandiri pada poster kegiatan Pesta Bestari 2025 (Ukuran XL)

				3. Pemuatan logo pada Banner Acara Utama (Ukuran XL) 4. Pemuatan logo Atha Mandiri pada X Banner kegiatan yang Pesta Bestari 2025 (Ukuran XL) 5. Pemuatan logo Atha Mandiri pada T-shirt Panitia Pesta Bestari 2025 (Ukuran XL) 6. Pemuatan logo Atha Mandiri pada Lanyard kegiatan Pesta Bestari 2025 7. Penyebutan nama Atha Mandiri pada saat kegiatan berlangsung oleh MC 8. Pemuatan logo Atha Mandiri di <i>after movie</i> Pesta Bestari 2025
2	Make Over	Konversi Produk	Produk senilai Rp 3.063.000	1. Product untuk 15 panitia 2. Goodie bag berjumlah 3 buah 3. Pembuatan konten Make Over sejumlah 15 konten 4. Publikasi Media Sosial (logo mitra masuk pada update post instagram) 5. Publikasi Media Sosial (Feeds khusus sponsor) 6. Penempatan Logo di Banner Acara Utama (Ukuran XL) 7. Penempatan Logo di X-Banner (Ukuran XL) 8. Penempatan Logo di Poster (Ukuran XL) 9. Penempatan Logo di Kaos Panitia (Ukuran XL) 10. Penempatan logo di Lanyard 11. Penempatan product di Lanyard 12. Penempatan Logo di Banner Photobooth

				13. Ad-Libs saat Pembukaan dan Penutupan 14. Penampilan Logo untuk After Movie 15. Penampilan Video Iklan saat Break Session
3	OTI Fried Chicken	Potongan Harga & Voucher	Diskon dan voucher senilai Rp 650.000	1. Pencantuman Logo 2. Repost/penayangan video 3. Pemasangan Logo di Sosial Media, Banner, Kaos Panitia, Poster Promosi, dan Aftermovie 4. Adlips oleh MC 5. Repost Video Promosi OTI Fried Chicken oleh Panitia 6. Pembuatan 2 Video Promosi OTI Fried Chicken 7. Review Google Maps Outlet OTI Ungaran oleh 4 Panitia 8. Tag akun Instagram @otichicken.id saat event berlangsung 9. Dokumentasi pemberian voucher dan konsumsi dari OTI
4	Suara Merdeka Generation	Dukungan Media / Logistik	Banner event senilai Rp 360.000	1. Memberikan support followers kepada akun Instagram @suaramerdeka generation, dan berlangganan YouTube Suara Merdeka Generation sebanyak 100 akun, memberikan support followers pada TikTok @suaramerdeka generation sebanyak 50 akun, sesuai dengan Paket 4 yang diambil. 2. Memastikan daftar akun yang telah diberikan akan

				tetap mengikuti dan berlangganan selama satu tahun setelah penandatanganan MoU dilakukan. 3. Pemuatan logo Suara Merdeka Generation di background kegiatan yang dilakukan oleh Pesta Bestari 2025. 4. Pemuatan logo Suara Merdeka Generation di poster kegiatan yang dilakukan Pesta Bestari 2025. 5. Pemuatan logo Suara Merdeka Generation di instagram feeds (digital flyer) kegiatan yang dilakukan oleh Pesta Bestari 2025. 6. Pemuatan logo Suara Merdeka Generation di photobooth kegiatan yang dilakukan Pesta Bestari 2025. 7. Penyebutan nama Suara Merdeka Generation pada saat kegiatan berlangsung oleh MC (ad-lips sebanyak 3 kali) disertai penyertaan bukti dalam bentuk dokumentasi per masing-masing penyebutan.
--	--	--	--	--

Dalam proses kerja sama *sponsorship*, terdapat tahap komunikasi dan negosiasi untuk menentukan bentuk kontra-prestasi yang diharapkan serta keuntungan yang akan diperoleh kedua belah pihak. Setelah kesepakatan tersebut tercapai, lalu dituliskan secara resmi dalam bentuk *Memorandum of Understanding* (MoU) guna

mengesahkan kerja sama dan memperjelas hak serta kewajiban masing-masing pihak. Bukti MoU berada pada lampiran 16.

Setelah MoU terbentuk, *sponsorship manager* memiliki tanggung jawab dalam mengawasi dan memastikan seluruh kesepakatan dengan sponsorship terlaksana sesuai dengan perjanjian sebelumnya. Pengawasan ini ditujukan agar dapat memberikan nilai maksimal bagi para sponsor serta memastikan pihak sponsor memperoleh manfaat sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui. Sebagai bagian dari kerja sama, bentuk pengawasan yang dilakukan *sponsorship manager* disusun dalam Laporan PertanggungJawaban Kegiatan untuk dilaporkan kepada pihak sponsor. Bukti pembuatan Laporan PertanggungJawaban Kegiatan berada pada lampiran 18.

3.4 Volunteer Coordinator

3.4.1 Mencari Volunteer Acara Festival Seni Pesta Bestari 2025

Volunteer Coordinator bertanggung jawab dalam mencari dan mendata kebutuhan sumber daya manusia tambahan sebagai bagian untuk kelancaran acara. Dalam proses pencarian, didasarkan pada kebutuhan yang diperlukan saat acara berlangsung. Pembagian divisi pada tim didiskusikan bersama dengan tim internal untuk membagi divisi sesuai pertimbangan.

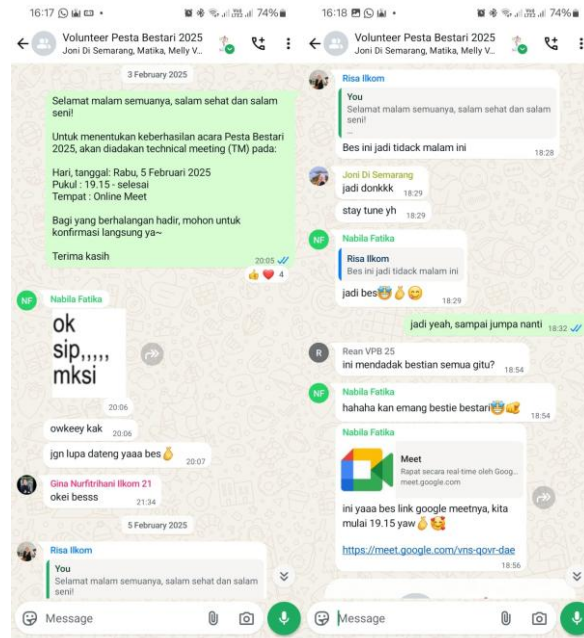
Pencarian sumber daya manusia tambahan dimulai melalui unggahan di media sosial Instagram serta dari rekan-rekan yang memiliki ketertarikan pada bidang seni dan organisasi. Tahap awal yang dilakukan adalah menyusun *form* pendaftaran *volunteer*. Selanjutnya, *form* rekrutmen disebarkan melalui Instagram dan juga dilakukan secara internal melalui jaringan rekan-rekan tim karya bidang. Total 12 orang berhasil didapatkan dan kemudian dibagi ke dalam beberapa divisi sesuai kebutuhan teknis acara. Berikut daftar pembagian divisi dan daftar kebutuhan untuk *volunteer*.

Tabel 3. 6 Pembagian Divisi dan Pendataan Kebutuhan Volunteer

No	Nama	Divisi	Ukuran Kaos	Konsumsi
1	Nikita Audia Pradita	Acara	S	2
2	Gina Nurfitrihani	Acara	S	2
3	Laila Karimatul Fadhillah	Acara	3XL	2
4	Rahmatika Yulianti	PDD	XL	2
5	Muhammad Najib Mas'ud	PDD	M	2
6	Ahmad Andri Yanto	Perlengkapan	M	2
7	Muhammad Fari Kusuma	Perlengkapan	L	2
8	Alfina Salsabila Ashari	Perlengkapan	S	2
9	Melly Dwi Pradita	Perlengkapan	S	2
10	Sefanya Ghaisani Hernatmadja	Perlengkapan	S	2
11	Dwi Andreyan Choirull Zuda	LO/Humas	L	2
12	Risa Nurhaliza	LO/Humas	M	2

Setelah terhimpun, tugas selanjutnya adalah melakukan koordinasi secara singkat melalui grup WhatsApp dan *online meet* pada tanggal 5 Februari 2025. Koordinasi ini diharapkan dapat membantu *volunteer* memahami beban kerja yang akan dilakukan pada saat acara Festival Seni Pesta Bestari 2025. Pembagian kaos dan *lanyard* panitia dilakukan di hari terpisah guna memudahkan koordinasi. Pada pagi hari sebelum acara berlangsung, tepatnya tanggal 9 Februari 2025, penulis melakukan koordinasi dengan PIC Acara untuk melaksanakan briefing kepada para volunteer. Briefing ini bertujuan agar setiap volunteer memahami beban kerja dan

tanggung jawabnya masing-masing. Dengan pembagian tugas yang jelas dan komunikasi yang efektif, volunteer mampu menjalankan fungsinya secara optimal dan berkontribusi langsung terhadap kesuksesan penyelenggaraan acara.



Gambar 3. 20 Koordinasi Volunteer Melalui Grup WhatsApp