



**Aplikasi *Event Management* pada acara GO-FOOD Culinary Festival with
50 Best Merchants dan Road to GO-FOOD Culinary Festival sebagai
Tenant Manager dan Sponsorship**

Karya Bidang

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Nazhara Syahida Istiqamah

NIM : 14030113140114

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Semarang

2017

**APLIKASI *EVENT MANAGEMENT* DALAM GO-FOOD CULINARY FESTIVAL
WITH 50 BEST MERCHANTS DAN ROAD TO GO-FOOD CULINARY FESTIVAL
SEBAGAI TENANT MANAGER DAN SPONSORSHIP**

**EVENT MANAGEMENT APPLICATION IN GO-FOOD CULINARY FESTIVAL
WITH 50 BEST MERCHANTS AND ROAD TO GO-FOOD CULINARY FESTIVAL
AS A TENANT MANAGER AND SPONSORSHIP**

Nazhara Syahida Istiqamah, Djoko Setyabudi

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024)7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

Email : nazharasy@gmail.com

ABSTRACT

GO-FOOD, a service featured by go-jek to provide food delivery service. More than 500 restaurants have built partnerships with GO-FOOD Semarang. GO-JEK Semarang also wanted to held an event that was provided by GO-FOOD Semarang itself.

GO-FOOD Culinary Festival with 50 best merchants, themed Journey to independence day tells us the Indonesian national history to set free from Colonialists. There was also an event named road to GO-FOOD Culinary Festival as the series of its event held on three universities in Semarang

In the series of GO-FOOD Culinary Festival, tenant manager is a person who has responsibility to manage its tenants, from beginning the deal to the tenants until managing the tenants as the event starts. Also there was a sponsorship that responsables to the sponsors of the event.

Road to GO-FOOD Culinary Festival held on three universities in Semarang, Undip, Unnes, and UIN Walisongo. On each events, there will be one best merchant included. GO-FOOD Culinary Festival was held from 25th-27th of August 2017 at DP Mall has successfully convinced 49 best merchants to attend the event. The event was also sponsored by Vimas Indonesia, Aguararia, and Three.

Key Word : event management, sponsorship, Start Up

Pendahuluan

Judul

Aplikasi *Event Management* pada acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants dan Road to GO-FOOD Culinary Festival sebagai Tenant Manager dan Sponsorship

Latar Belakang

GO-JEK Semarang ingin melakukan sesuatu kegiatan untuk mengenalkan *merchant-merchant* GO-FOOD kepada masyarakat Semarang. Hal ini bertujuan sebagai bentuk apresiasi kepada *merchant-merchant* yang sudah bergabung dengan GO-FOOD Semarang serta mempertemukan secara langsung antara konsumen dan *merchant* GO-FOOD Semarang dalam sebuah kesempatan. Tak hanya itu, GO-FOOD Semarang juga ingin mengenalkan berbagai macam jenis makanan yang ada di Semarang mulai dari makanan tradisional hingga makanan kekinian kepada masyarakat Semarang.

Berdasarkan wawancara yang kami lakukan dengan salah satu penyelenggara *event* kuliner di Semarang yang berasal dari komunitas Kuliner Semarang, rata-rata pengunjung yang datang setiap harinya di acara Festival Pulang2 Semarang ada sekitar 3.000 orang. Ia mengatakan bahwa rata-rata di acara kuliner di Semarang selalu ada hampir setiap bulannya atau paling tidak setiap dua bulan sekali. Namun, kesulitan dalam mengerjakan *event* kuliner ini menurutnya adalah sulitnya untuk membuat tema acara yang bisa mendukung *customer journey* yang sistematis ketika datang ke acara tersebut.

Melihat hal tersebut, GO-JEK Semarang ingin membuat sebuah *event* kuliner yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien, dan efektif. Selain itu, GO-JEK Semarang berniat untuk ikut berpartisipasi dalam menambah daftar acara kuliner di Semarang yang bisa dijadikan referensi oleh masyarakat kota Semarang untuk datang dan mencicipi beragam kuliner yang ada di Semarang dan menghadirkan festival makanan yang berbeda dengan acara lainnya.

Di Semarang sendiri, GO-JEK telah hadir sejak November 2015 lalu dengan bermitra bersama lebih dari 4.000 ojek pangkalan dan 2000 pengemudi mobil pribadi dengan layanan GO-RIDE, GO-CAR, GO-FOOD, GO-LIFE, GO-SEND, GO-BOX, DAN GO-MART. Selain itu, GO-JEK kini hadir dengan fitur **GO-PAY** yakni semacam pulsa dengan metode isi ulang saldo yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi selama menggunakan layanan GO-JEK. Jadi, apabila kita ingin menggunakan salah satu layanan GO-JEK, kini kita tidak perlu lagi mengeluarkan uang untuk dalam bentuk *cash* karena bisa dipotong secara langsung dari saldo GO-PAY yang kita miliki. Cara melakukan *top-up* atau isi ulang saldo GO-PAY pun beragam dan sangat mudah diakses, sehingga GOJEK-ers tidak perlu merasa kesulitan.

Tujuan

Memperkenalkan *merchant* terbaik GO-FOOD yang ada di Semarang sebagai salah satu *local wisdom*.

Tinjauan Pustaka

Model Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah proses dimana gagasan disampaikan dan makna dibagikan kepada individu atau organisasi (Masterman & Wood, 2007:3). Ada sebuah model komunikasi yang dikenal sebagai elemen-elemen utama dalam sebuah proses komunikasi.

Event Management

Lewat buku *Event Management: A Professional and Development Approach*, *event management* didefinisikan sebagai proses formalisasi dan pengertian terhadap apa yang benar-benar diinginkan oleh klien. Dalam hal ini, klien bisa berarti pemerintah, perusahaan, atau sebuah proyek sosial (Chaturvedi, 2009: 72).

Selain itu, *event management* juga bisa didefinisikan sebagai aplikasi dari manajemen proyek menjadi kreasi dan perkembangan acara dengan skala besar seperti festival, konferensi, perayaan, pesta formal, dan lain sebagainya. Hal ini meliputi kegiatan mempelajari *brand*, mengidentifikasi target audiens nya, memikirkan konsep, serta mengkoordinasikan aspek-aspek teknisnya. (Professional Convention Management Association, 2008: 35).

Segmentasi

Segmentasi dari acara GO-FOOD Culinary FESTIVAL yaitu *merchant* atau restaurant terbaik yang sudah bergabung dan bekerja sama dengan GO-FOOD di Semarang. Pemilihan *merchant* terbaik ini, dilihat dari penjualan produk terbanyak dan juga yang aktif dan rutin dalam melakukan pembayaran.

Anggota Tim

1. Yeremi Gamaliel - Project Leader dan Program Manager
 - Membentuk dan bertanggung jawab melakukan koordinasi dengan setiap divisi
 - Bertanggung jawab menjalin hubungan baik dengan klien
 - Memastikan semua pekerjaan dari setiap divisi berjalan dengan lancar
 - Bertanggung jawab membuat konsep dan konten acara untuk GO-FOOD Culinary Festival
 - Bertanggung jawab membuat dan menjalankan rundown.
2. Nazhara Syahida – Tenant Manager and Sponsorship
 - Bertanggung jawab atas keseluruhan yang berhubungan dengan *merchant* GO-FOOD
 - Bertanggung jawab atas riset
 - Bertanggung jawab untuk membuat *budgeting*
 - Bertanggung jawab dan mencari sponsor
3. Brahmasta – Communication Manager and Logistik
 - Bertanggung jawab atas buzzer
 - Bertanggung jawab atas pembuatan video campaign
 - Bertanggung jawab mengundang komunitas

- Bertanggung jawab atas media partner, negosiasi dengan media partner
 - Bertanggung jawab atas publikasi di Media sosial
 - Bertanggung jawab atas perlengkapan selama acara
4. Ribbi Nugroho – Production Manager and Partnership
- Bertanggung jawab atas seluruh produksi yang diperlukan selama acara
 - Bertanggung jawab atas *partnership* Road to GO-FOOD Culinary Festival

Pembahasan

a. Mendata dan Seleksi Tenant

GO-FOOD Culinary Festival menghadirkan 50 merchant terbaik di Semarang sesuai dengan kategorinya. Untuk memilih merchant yang ikut serta dalam acara ini, mendapat rekomendasi dari tim GO-FOOD Semarang. Ada beberapa kategori yang dicari dan di berikan oleh tim GO-FOOD Semarang mulai dari makanan khas, makanan ringan, makanan unik, makanan berat, hingga minuman segar. Pemilihan tenant didasarkan atas jumlah *orderan* yang masuk melalui layanan GO-FOOD di aplikasi GO-JEK. Selain itu juga pemilihan tenant didasarkan atas dasar merchant yang memiliki kredibilitas baik dengan GO-FOOD. Setelah data tersebut di dapatkan, dimulai dengan menyeleksi merchant yang cocok untuk berpartisipasi dalam acara ini. Untuk mengurangi persaingan dalam penjualan, tim memastikan terlebih dahulu menu yang dijual oleh merchant tersebut.

b. Menyebarkan Undangan untuk Merchant terpilih

Langkah pertama yang dilakukan untuk mendapatkan tenant yaitu menyebarkan undangan. Tenant manager sebelumnya sudah membagi *merchant* dalam beberapa kategori. Pembagian ini berdasarkan alamat *merchant* untuk memudahkan mencari alamat dan untuk lebih efisien.

Dalam menyebarkan undangan pada tenant, penulis dibantu juga oleh project leader, communication manager, dan juga production manager. Hal ini dikarenakan jumlah undangan yang cukup banyak dan lokasi yang cukup jauh. Dalam menyebarkan undangan tak lupa kami membawa juga proposal mengenai acara ini.

c. Follow Up Merchant dan Pembayaran Tenant

Menindak lanjuti *merchant* yang sudah di undang merupakan salah satu tugas dari tenant manager. Setelah memberikan undangan secara langsung serta mengirimkan proposal kegiatan, tugas dari tenant manager adalah melakukan konfirmasi terhadap *merchant*. Kegiatan *follow up* dilakukan sehari hingga tiga hari setelah *merchant* mendapatkan surat undangan. Hal ini dikarenakan jangka waktu mulai dari penyebaran undangan dan pelaksanaan terlalu mepet.

d. Technical Meeting

Kegiatan selanjutnya setelah mendapatkan semua yang mengisi booth adalah melakukan *technical meeting*. *Technical meeting* sendiri dilakukan beberapa hari sebelum acara GO-FOOD Culinary Festival tepatnya pada hari Senin, 21 Agustus 2017 di Kantor GOJEK Semarang. *Technical meeting* sendiri dibagi menjadi dua, yang pertama dilakukan pada pukul 13.00 WIB, yang kedua dilakukan pada pukul 15.00 WIB.

e. Mendata Menu untuk Apps Banner dan MMT

Selama acara GO-FOOD *Culinary Festival with 50 Best Merchants* berlangsung selama 3 hari, terdapat banner dalam layanan GO-FOOD di aplikasi GO-JEK. Banner tersebut menginformasikan bahwa ada event GO-FOOD di DP Mall. Apps banner ini menjadi hal yang menarik selama acara, karena tenant tidak hanya mendapatkan *order* dari pengunjung yang datang ke venue, tetapi juga mendapatkan *order* dari layanan GO-FOOD. Semua tenant yang ikutserta dalam acara ini, terdaftar dalam Apps Banner.

f. Mendata Keperluan Tenant

Setiap tenant yang ikut berpartisipasi dalam acara GO-FOOD *Culinary Festival with 50 Best Merchants* hanya diberikan fasilitas booth 2x2m dan listrik sebesar 440 watt. Oleh karena terbatasnya daya listrik yang diberikan, tenant manager harus mendata keperluan tenant terutama yang menyangkut dengan listrik. Tenant yang ingin menambahkan daya dikenakan biaya Rp 200.000/2A. Hal seperti ini harus diperhatikan dikarenakan masalah listrik merupakan hal yang krusial dalam acara ini.

g. Loading In

Sesuai dengan peraturan yang sudah dibuat ketika *technical meeting*, loading in tenant sudah bisa dimulai dari h-1 acara tepatnya pada tanggal 24 Agustus 2017 pukul 22.00 saat mall tutup. Tenant manager bertugas berkeliling area untuk memastikan apakah tenant yang *loading* saat itu menempati posisi yang benar. Selain itu juga penulis berkeliling untuk memastikan apakah ada kendala atau kekurangan dari booth sendiri. Tak hanya itu, sekaligus memberikan checklist form dan juga member parkir.

h. Mengontrol Booth dan Tenant

Selama acara GO-FOOD *Culinary Festival with 50 Best Merchant* berlangsung, tugas dari tenant manager untuk berkeliling area dan memastikan bahwa kebutuhan tenant sudah terpenuhi seperti kebutuhan kompor listrik maupun air mineral. Selain itu, tenant manager juga bertanggung jawab atas semua yang berkaitan dengan booth tenant seperti menerima keluhan dari tenant.

Pada hari pertama terjadi beberapa kendala diantaranya yang pertama, ada tiga booth tenant yang belum terpasang backdropnya. Hal ini terjadi dikarenakan ada kesalahan dari pihak vendor. Namun, hal ini segera terselesaikan. Selain itu, dalam pendistribusian kompor listrik cukup repot, dikarenakan pihak yang bertanggung jawab dari Vimas hanya seorang. PIC tersebut harus menjelaskan satu per satu pada tenant bagaimana cara penggunaan kompor listrik tersebut. Selain itu juga, ada beberapa kompor listrik yang tidak bisa digunakan, namun akhirnya segera diganti.

i. Mengkoordinasi dengan pihak Kompor Listrik dan Aguaria

Pada hari pertama acara GO-FOOD *Culinary Festival iwth 50 best merchant*, tenant manager bersama perwakilan dari pihak Vimas Indonesia membagikan kompor listrik kepada tenant yang sudah mendaftarkan untuk menggunakan kompor listrik. Pada awalnya hanya sekitar 20 tenant yang memerlukan kompor listrik, namun penulis sudah melebihi tambahan keperluan kompor listrik menjadi 25 kompor apabila tiba-tiba ada tenant yang memerlukan kompor listrik. Benar saja, tak lama kemudian beberapa tenant menghubungi tenant manager untuk menanyakan penambahan kompor listrik.

j. Membagikan Checklist Form

Setiap harinya sekitar satu jam sebelum penutupan, tenant manager berkeliling area untuk membagikan *checklist form*. Tujuannya untuk mencatat semua barang-barang yang ditinggalkan oleh tenant untuk kemudian di serahkan kepada pihak keamanan mall. Setelah membagikan *form* tersebut, tenant manager bersama dengan pihak keamanan berkeliling sekaligus mengambil kembali formulir tersebut. Setiap tenant memberikan kembali formulir tersebut, pihak keamanan dan tenant manager mengecek kembali bahwa yang tercatat pada formulir tersebut merupakan barang yang benar-benar ditinggal. Apabila nantinya ada barang yang hilang namun tidak tercatat, maka itu diluar tanggung jawab keamanan.

k. Membagikan Apron dan Voucher

Pada hari pertama saat acara pembukaan belum dimulai, tenant manager membagikan *apron* (celemek) untuk para tenant. Masing-masing tenant mendapatkan satu *apron* untuk digunakan selama acara berlangsung. Saat membagikan *apron* tersebut, tenant manager memberi pengarahan pada tenant untuk berkumpul saat acara pembukaan. Selain itu, tenant manager juga menjelaskan kembali mengenai masalah *voucher* yang berlaku selama acara. Walaupun sudah dijelaskan pada saat *technical meeting*, namun tenant perlu diingatkan kembali untuk mengurangi kesalahan komunikasi. Tenant manager memberikan selebar kertas yang berisikan informasi mengenai voucher yang berlaku serta menambahkan gambar dari masing-masing voucher tersebut.

l. Monitoring Area Luar

Selain area dalam mall yang dipergunakan untuk acara, GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants juga menggunakan area luar mall yaitu cafe walk. Penggunaan cafe walk ini sebagai solusi bagi tenant yang mengharuskan memasak menggunakan kompor gas. Kami menyediakan 12 space di area cafe walk. Jarak yang cukup jauh membuat tenant memerlukan sedikit tenaga untuk bolak-balik ke area tersebut. Setiap harinya, tenant manager memonitoring area luar untuk memastikan semuanya berjalan dengan lancar. Dan ketika malam hari, kami memberikan area gudang untuk penyimpanan barang-barang yang di simpan diluar.

m. Bertanggung jawab atas *claim voucher*

Selama acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants, terdapat beberapa voucher yang dikeluarkan. Diantaranya voucher *free food*, voucher nominal, dan voucher komunitas. Claim voucher dilakukan pada hari terakhir acara. Tenant manager berkeliling untuk memberikan amplop kepada tenant. Voucher tersebut dimasukkan ke dalam amplop untuk memudahkan tenant manager dalam proses *claim voucher*. Supaya proses claim voucher berjalan tertib, penulis mengawalinya dari setiap zona. Penulis mengambil kembali amplop tersebut mulai dari zona penjajahan, zona kemerdekaan, dan yang terakhir zona perjuangan. Proses claim voucher berjalan dengan lancar, namun ada beberapa tenant yang lupa untuk membawa voucher yang sudah dipakai di hari sebelumnya. Untuk itu, tenant manager menyarankan claim voucher pada hari Selasa setelah acara berakhir. Total dari tenant yang melakukan *claim voucher* sebesar Rp 3.200.000.

n. Feedback Form sebagai Bahan Evaluasi

Pada hari terakhir acara, tenant manager memberikan *feedback form* yang dibagikan kepada tenant. Tujuan dibagikannya formulir tersebut untuk mengetahui bagaimana penilaian dari acara GO-FOOD Culinary Festival dan juga sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya.

o. Mendata Kekurangan Kebutuhan

Sponsorship bertugas untuk mendata kekurangan kebutuhan yang tidak bisa di *support* oleh GO-JEK. Kebutuhan yang tidak bisa di *support* oleh GO-JEK diantaranya kompor listrik, air mineral, dan penyebaran promosi yang lebih luas. Untuk permasalahan kompor listrik dibutuhkan karena adanya larangan penggunaan kompor gas di dalam area mall. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka dibutuhkan kompor listrik, hal ini karena acara ini merupakan bazar kuliner yang memang mengharuskan menggunakan kompor. Selain itu, dikarenakan ini merupakan bazar kuliner, kebanyakan pengunjung yang datang mencari minuman. Hal ini menjadi peluang yang bagus, apabila bisa mengajak salah satu brand air mineral untuk bekerjasama menjadi satu-satunya *official* air mineral yang ada di acara GO-FOOD Culinary Festival. Tak hanya itu, untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, maka diperlukannya promosi yang lebih besar juga. Untuk itu, menjalin kerjasama dengan salah satu provider merupakan peluang yang bagus dalam melakukan penyebaran informasi mengenai acara GO-FOOD Culinary Festival ini.

p. Kesepakatan dengan pihak Sponsor

Setelah mentargetkan pihak yang akan menjadi sponsor, penulis mengajukan proposal kepada pihak sponsor. Untuk Vimas Indonesia, penulis melakukan negosiasi untuk mendapatkan *support* meminjamkan sebanyak 25 kompor listrik. Pihak dari Vimas Indonesia yang berada di Semarang langsung menghubungi pihak pusat untuk konfirmasi kerjasama yang akan dilakukan. Tak sampai seminggu, pihak Vimas Indonesia bersedia menjadi sponsor. Vimas Indonesia memberikan *support* dengan meminjamkan kompor listrik sebanyak 25 buah. Adapun barter dari kami yaitu diberikannya spot 3x2m untuk open booth dan pemasangan logo di media publikasi.

q. Mengkoordinasi dengan Pihak Sponsor mengenai Booth

Selain berkoordinasi dengan tenant, penulis juga berkoordinasi dengan para sponsor. Pada saat tenant loading in pada hari Kamis, pihak sponsor pun *loading in*. Penulis memberikan arahan dimana letak *booth* dari sponsor. Sesuai dengan surat perjanjian sponsor hanya diberikan space kosong saja, namun ternyata ada kesalahpahaman dari pihak Vimas. Pihak Vimas mengira mereka akan diberikan space dengan *flooring*, karena ketidaksiapan yang dilakukan pihak Vimas dalam booth akhirnya penulis berdiskusi dengan pihak Aguaría untuk sharing booth dengan Vimas. Vimas sendiri hanya membutuhkan space booth yang kecil. Akhirnya pihak Aguaría menyetujui untuk sharing sedikit tempat.

r. Keuntungan Sponsor selama Acara

Selama acara berlangsung, Aguaría yang menjadi satu-satunya *official* air mineral yang boleh dijual. Oleh karena itu, banyak tenant yang membutuhkan air mineral yang akhirnya ini berpengaruh pada penjualan produk Aguaría disana. Selama event, Aguaría berhasil menjual 39 karton dan 10 galon. Tak hanya Aguaría saja, pihak Vimas pun

merasakan hal yang sama. Namun transaksi pembelian setelah acara berakhir. Ada sekitar 3 tenant yang membeli produk dari Vimas Indonesia, dengan total pembelian 5 kompor listrik dan 1 deep fry.

Penutup

Kesimpulan

GO-FOOD Culinary Festival berhasil diadakan di DP Mall pada tanggal 25- 27 Agustus 2017 ini menghadirkan 49 *best merchant* di Semarang. Merchant yang mengikuti acara ini merupakan merchant terbaik dari setiap kategorinya.

Pada awal perencanaan, acara ini akan menghadirkan 50 merchant, namun seiring dengan berjalannya waktu pengurangan 1 merchant ini dilakukan dikarenakan dibutuhkannya satu space untuk booth GO-FOOD. Booth ini segala aktivitas mengenai *claim voucher free food*, penukaran voucher-voucher yang beredar selama acara, dan sebagai pusat informasi. Walaupun begitu, jumlah *merchant* yang ingin mengikuti acara ini lebih dari 50, namun beberapa dari mereka kami tolak dikarenakan tempat yang tidak memungkinkan.

Saran

Ada beberapa saran yang akan penulis sampaikan sebagai tenant dan sponsorship manager untuk pelaksanaan acara serupa yang akan dilakukan kemudian hari.

- Dalam melakukan proses *open tenant* dilakukan dari jauh-jauh hari sekitar dua bulan sebelum acara untuk mempermudah proses pencarian dan melakukan penyeleksian.
- Untuk membuat acara kuliner, harus mengetahui restoran mana yang cocok untuk dihadirkan dalam sebuah bazar kuliner. Salah satunya makanan ringan sangat cocok untuk mengisi bazar makanan. Untuk makanan berat seperti nasi harus dipertimbangkan terlebih dahulu.

DAFTAR REFERENSI

- Arifin, Hasnul dan Tri Admojo. 2016. *Mendirikan StartUp yang Diburu Angel Investor & Big Fund*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Chaturvedi, Dr Ashutosh. 2009. *Event Management "A Professional and Developmental Approach"*. India : Global India Publications Pvt Ltd
- Goldblatt, Dr Joe. 2013. *Special Events "Creating and Sustaining a New World For Celebration"*. John Wiley & Sons.
- Masterman, Guy dan Emma Wood. 2007. *Innovative Marketing Communications*. London: Routledge.
- Megananda, Yudhi dan Johannes Ariffin. 2009. *7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event Organizer*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Nugrahanto, Pradipta. 2008. *Tips&Trik Event Organizing*. Bandung : Yrama Widya
- [Professional Convention Management Association](#). 2008. *Professional Meeting Management: Comprehensive Strategies for Meetings, Conventions, and Events*.
- Ramdhan, Hendry E. 2016. *Startuppreneur Menjadi Entreprenur Startup*. Jakarta: Penebarplus