

**Aplikasi *Event Management* pada acara Road to GO-FOOD Culinary Festival and GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants sebagai *Project Leader* dan *Program Manager***

Yeremi Gamaliel Sihombing, Drs. Tandiyo Pradekso M.Sc  
**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](mailto:fisip@undip.ac.id)

***ABSTRACT***

GO-JEK, a technology based on-demand service provider is a growing start-up that exist with the aim of providing solutions to our daily social issues. Let's take a look at GO-FOOD, a delivery order services powered by GO-JEK to ease people's effort in ordering their favourite food. In this case, GO-FOOD partnered with thousands of restaurants which then called as merchants.

GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants is a culinary festival held by GO-JEK to introduce the most popular 50 merchants in Semarang. Road to GO-FOOD Culinary Festival is a series of events which were held 2 weeks before the prior event in order to promote the event of GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants.

In both events, project leader's job was to be in charge of all managers in the team to work as coordinated and to achieve the targets that were set in the beginning. As a program manager, the job was to be responsible for all concepts and contents regarding the both events, creating rundown, and being the stage manager.

After being held on the 25<sup>th</sup> to 27<sup>th</sup> of August 2017, there were 18.757 visitors who came to the event from the 9.000 visitors target. Also there were 49 merchants that participated in the event from the 50 merchants target. There were also 111 media partners that were worked with from the 8 media partners target. And there were 4 campus that were partnered from the 3 campus target.

*Keyword:* event management, start-up, merchants, service.

**Latar Belakang**

Ashutosh Chaturvedi dalam bukunya mendefinisikan *event management* 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.

GO-JEK Semarang ingin melakukan sesuatu untuk mengenalkan *merchant-merchant* GO-FOOD kepada masyarakat Semarang. Hal ini bertujuan untuk 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.

Setelah berdiskusi dengan Regional Marketing Manager GO-JEK Semarang, maka disepakatilah untuk merancang, mengelola, serta mengeksekusi sebuah festival kuliner yang berisikan 50 *merchant* GO-FOOD Semarang dan diadakan di bulan Agustus 2017.

### **Tujuan**

Tujuan karya bidang “GO-FOOD Culinary Festival” ini sebagai *project leader* dan *program manager* adalah sebagai berikut:

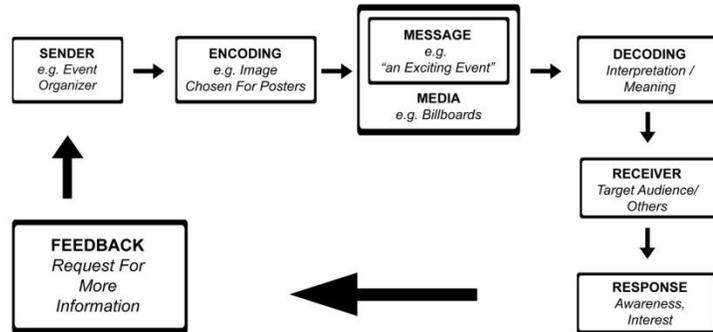
- Mengaplikasikan *event management* dalam acara GO-FOOD Culinary Festival.
- Melatih *skill leadership* terutama dalam memimpin anggota tim selama proses pengerjaan acara berlangsung.
- Meningkatkan kemampuan untuk berfikir kreatif dalam membuat konsep dan konten acara.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **1. 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.

### **Gambar 1.1 Model Komunikasi**



Dalam kaitannya dengan *event* GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants dan rangkaian acaranya, tentunya ada proses yang harus dilewati dalam menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Dimulai dari pengirim pesan yang merancang pesan lalu menyampaikan pesan tersebut baik secara langsung atau lewat media yang dalam hal ini adalah acara festival kuliner yang menghadirkan 50 *merchant* terbaik GO-FOOD di Semarang, kemudian diinterpretasikan oleh penerima pesan, dimengerti oleh penerima pesan, lalu direspon dan apabila berhasil, penerima pesan akan mencari informasi lebih lanjut kepada pengirim pesan, yang dalam hal ini bisa dicari lewat kontak yang tertera di *poster* atau di *social media*.

## 2. Event Management

Menurut Goldblatt (Goldblatt, 2013) *Event Management* adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. *Event Management* dapat didefinisikan sebagai pengorganisasian sebuah kegiatan yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien dan efektif. Kegiatannya meliputi konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan.

## 3. Segmentasi

Target primer dari acara GO-FOOD Culinary FESTIVAL yaitu :

a. Demografis :

- Usia : 16-35 tahun
  - SES : A-B
  - Pekerjaan : Mahasiswa – Pekerja Muda, Keluarga Muda
  -
- b. Geografis :

Masyarakat yang berdomisili di Semarang

- c. Psikografis
- Suka mencoba sesuatu yang baru
  - Pengguna aktif internet
  - Pengguna aktif media sosial

#### 4. Anggota Tim

Karya bidang ini dibuat oleh empat (4) orang mahasiswa dalam sebuah sistem kerja yang dirancang sedemikian rupa untuk penilaian yang independen dalam laporan yang disusun. *Job description* tersebut sebagai berikut :

##### 1. Yeremi Gamaliel Sihombing

*Project Leader* : Penanggung jawab dalam suatu acara atau proyek yang dikerjakan.

*Program Manager*: Orang yang bertanggung jawab atas seluruh konsep dan konten dari acara yang dibuat, menjalankan *rundown*, dan mencari *talent*.

##### 2. Nazhara Syahida

*Tenant Manager*: Orang yang bertanggung jawab untuk mencari *merchant* yang bergabung, serta memfasilitasi segala kebutuhan *tenant* di saat acara berlangsung.

*Sponsorship Manager*: Orang yang bertanggung jawab atas pencarian sponsor dan kerjasama yang dilakukan selama acara berlangsung.

##### 3. Brahmastra Nandiwardhana

*Communication Manager* : Orang yang bertanggung jawab untuk mempromosikan acara agar mendapatkan target yang telah ditentukan, bekerjasama dengan *buzzer*, serta mengatur segala bentuk konten yang disebar.

*Logistic Coordinator*: Orang yang bertanggung jawab atas segala kebutuhan teknis selama acara berlangsung.

##### 4. Ribbi Hendriyan Nugroho

*Productions Manager* : Orang yang bertanggung jawab atas segala bentuk produksi yang berlangsung selama acara, berkoordinasi dengan vendor dan pihak-pihak terkait.

*Partnership Manager*: Orang yang bertanggung jawab atas segala bentuk kerjasama dengan pihak eksternal dalam pengerjaan acara.

## PEMBAHASAN

### 1. Project Leader

Dalam melaksanakan acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants dan Road to GO-FOOD Culinary Festival 2017, tentulah *project leader* tidak bisa hanya sekedar membagi tugas kepada *para manager* dan melihat mereka menjalankannya sendiri, melainkan *project leader* harus turun tangan secara langsung untuk memantau dan membantu *para manager* dalam menjalankan tugas mereka. Tapi tetap, dalam pelaksanaannya, segala sesuatu yang berkaitan dengan masing-masing divisi menjadi tanggung jawab dari *para manager* dan keputusan-keputusan yang diambil pun menjadi wewenang dari masing-masing *manager* pula.

Tugas yang berhasil dikerjakan oleh *project leader* adalah sebagai berikut:

- Membentuk dan membagi tugas kepada *para manager*
- Membuat rencana pekerjaan
- Membuat konstruksi anggaran
- Mengontrol kerja divisi
- Mengadakan rapat mingguan dengan klien
- Melakukan evaluasi

### 2. Program Manager

Dalam karya bidang ini, tugas utama dari *program manager* tentu adalah untuk membuat konsep serta susunan acara baik itu GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants dan Road to GO-FOOD Culinary Festival. Selain itu, *program manager* juga bertanggung jawab untuk mencari *talent* atau pengisi acara yang tampil di GO-FOOD Culinary Teaser yang bertujuan untuk meramaikan acara. Secara lebih rinci, berhasil untuk:

- Membuat konsep dan konten acara dari GO-FOOD Culinary Teaser dan Road to GO-FOOD Culinary Festival.
- Membuat *rundown* untuk acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants.
- Mencari *talent* yang dibutuhkan untuk mengisi acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants.
- Menjadi *stage manager* di acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants.
- Memastikan *rundown* berjalan dengan baik dan sesuai rencana saat hari H.

## **Kesimpulan**

Menegaskan kembali dari evaluasi yang telah dibuat, bahwa rata-rata target atau *objective* yang dibuat sudah dijalankan dan didapatkan hasilnya. Tentunya, walaupun tidak semuanya bisa terealisasikan dengan sempurna, ada alasan-alasan yang sangat jelas dan logis yang menjadi dasar kenapa beberapa hal tidak bisa dilengkapi. Tapi pastilah, semua orang yang bekerja dalam *project* ini telah berkontribusi secara maksimal dalam mengerjakan acara ini. Untuk merangkum, maka evaluasi yang telah dicapai adalah:

- Berhasil mendatangkan 18.757 pengunjung dari target 9000 pengunjung untuk tiga hari selama acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants berlangsung. Ada total 20.630 transaksi yang terjadi di acara ini.
- Berhasil mengajak 49 *merchant* dari target 50 *merchant* yang diundang untuk berpartisipasi dalam acara walaupun ada lebih dari 50 *merchant* yang siap berpartisipasi. Seperti yang telah dijelaskan, ada satu *booth* yang memang diberikan untuk tim GO-FOOD Semarang karena proses penukaran *free food voucher, information centre*, serta pengisian ulang saldo GO-PAY.
- Berhasil bekerjasama dengan 11 *media partner* dengan mendapatkan potongan harga sebesar 50%-75% untuk setiap media.
- Berhasil bekerjasama dengan 4 kampus di kota Semarang untuk acara Road to GO-FOOD Culinary Festival yaitu Undip, Unnes, UIN, dan Polines.

## **Saran**

Saran yang bisa disampaikan untuk pihak-pihak yang ingin membuat acara serupa selanjutnya adalah sebagai berikut:

- Waktu pelaksanaan

Waktu yang tepat untuk mempersiapkan acara festival kuliner semacam ini adalah 2,5 bulan. Hal ini tentunya dikarenakan harus mencari *merchant* untuk berpartisipasi di acara ini sesuai dengan target yang telah ditentukan, yang mana dalam hal ini adalah sebanyak 50 *merchants*. Tentunya, saat kita maju dan menawarkan secara *door-to-door* kepada masing-masing *merchant* untuk berpartisipasi dalam acara ini, tidak semua *merchant* akan langsung menerima dan berpartisipasi dalam acara. Tentulah mereka membutuhkan waktu untuk berfikir dan pastilah akan ada keputusan untuk menolak berpartisipasi. Waktu pelaksanaan, hanya tersisa waktu sebanyak 3 minggu terhitung dari tanggal 4 Agustus untuk mencari *merchants* tersebut, tentulah sedikit kewalahan dalam menangani hal itu. apabila ditotal, ada sekitar 96

*merchant* yang didatangi untuk ditawarkan berpartisipasi dalam acara GO-FOOD Culinary Festival with 50 Best Merchants ini.

- Jumlah Panitia

Jumlah orang yang tepat untuk mengerjakan rangkaian acara ini hingga acara puncaknya, dibutuhkan sekitar 6 orang. Hal ini dikarenakan *job description* yang lumayan banyak, dan tentunya dibutuhkan cukup banyak tenaga untuk mengerjakan acara ini. Pembagian tugas nya adalah *tenant manager, promotions manager, productions manager, logistic coordinator, program manager* serta *project leader*.

Selain itu, di hari H nanti tentunya dibutuhkan 2 orang untuk berperan sebagai *checker*, dan juga dibutuhkan 2 orang untuk berperan sebagai *cleaning services* yang memastikan kebersihan selama acara berlangsung.

- Lokasi

Lokasi yang paling tepat untuk mengadakan acara festival kuliner tentunya adalah *mall*. Kenapa? Karena pertama, ada *air conditioner* yang tersedia di mall, jadi para pengunjung tidak perlu merasa gerah dan kepanasan apalagi ketika mereka mencoba kuliner-kuliner pedas. Selain itu, tentunya *mall* memiliki *customer base* yang tetap setiap harinya jadi tentunya kita bisa berharap untuk memiliki pengunjung dari *mall* tersebut juga selain dari promosi yang dilakukan kepada target audiens yang telah ditentukan.

- Sponsorship

Dalam hal *sponsorship*, harus ditelaah terlebih dahulu apa saja hal-hal atau kesulitan yang ditemukan di tengah jalan dan apabila tidak bisa menemukan solusi yang tepat, tentulah kita harus melirik pihak sponsor yang bisa membantu menyukseskan acara ini. Dalam hal ini, tentunya kita bisa meminta bantuan sponsor untuk melengkapi kekurangan yang ada selama acara berlangsung. Kaitannya dengan acara GO-FOOD Culinary Festival ini, pihak DP Mall tidak memperbolehkan adanya aktivitas memasak menggunakan kompor gas di dalam mall sehingga dicari sponsor berupa kompor listrik yang tetap bisa digunakan oleh para *merchant* untuk memproduksi makanan mereka di dalam *mall* tersebut.

## 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. Startupreneur Menjadi Entrapreneur Startup. Jakarta: Penebarplus