

Rencana Kerja & Konsep Teknis:

"FUNMINTON OPEN CHALLENGE: KING OF THE COURT"

1. Rincian Konsep Teknis & Aturan Main

- **Nama Acara:** FUNMINTON OPEN CHALLENGE: KING OF THE COURT
- **Format:** Sebuah festival badminton interaktif di mana para "Penantang" (Challengers) berusaha merebut takhta dari 6 "Raja Lapangan" (The Kings) dalam format *King of the Court*.
- **Target Peserta:** 50 Penantang (Sistem Pendaftaran Terbuka).
- **Raja Lapangan / "The Kings":** 6 pemain jagoan yang menjadi pusat tantangan.
- **Aturan Pertandingan:**
 - Sistem Skor: Rally Point, **First to 7** (tanpa deuce).
 - Rotasi "Kings": Setiap "King" bermain maksimal 3 kali berturut-turut, lalu wajib istirahat minimal selama 3 pertandingan berikutnya untuk menjaga stamina.
- **Sistem Hadiah (Hybrid):**
 - **Hadiah Partisipasi:** Doorprize kecil untuk semua penantang yang berani maju.
 - **Hadiah Instan:** Hadiah langsung bagi penantang yang berhasil mengalahkan "The King".
 - **Hadiah Utama (Grand Prize):** Direbutkan melalui Leaderboard Performa (Kategori: "The Giant Slayer" - selisih poin terbesar, dan "The Flash" - kemenangan tercepat).

2. Estimasi Anggaran Biaya (RAB)

Estimasi ini menjadi acuan bagi Divisi Usda untuk penggalangan dana dan pengelolaan keuangan.

PENGELUARAN (Estimasi: Rp 4.100.000)

- **Venue & Perlengkapan (Perkap & Usda)**
 - Sewa 5 Lapangan Funminton (5-6 jam) : *Nego dengan owner, target diskon 50%* : Rp 750.000
 - Shuttlecock (Minimal 7 slop kualitas bagus) : Rp 735.000
 - Sewa Sound System & Mic : Rp 500.000

- **Hadiah & Apresiasi (Usda & Humas)**
 - Hadiah Utama (Uang tunai/voucher) : Rp 1.000.000
 - Hadiah Instan (Estimasi 25 kemenangan) : $25 \times \text{Rp } 30.000 = \text{Rp } 750.000$
 - Hadiah Partisipasi (50 penantang) : $50 \times \text{Rp } 10.000 = \text{Rp } 500.000$
- **Publikasi, Dekorasi, Dokumentasi (PDD)**
 - Cetak Backdrop/Banner & materi promosi: Rp 500.000
 - Cetak ID Card Panitia & "Kings": Rp 200.000
- **Lain-lain (Usda)**
 - Konsumsi Panitia & "Kings" (Air minum, snack): Rp 300.000
 - Biaya Tak Terduga : Rp 300.000

PEMASUKAN (Target: Rp 5.500.000)

- **Sponsorship (Humas)** : Target total dari fresh money = Rp 4.000.000
- **Sponsorship (Humas)** : Target total dari produk gratis (*bisa digunakan untuk hadiah sehingga mengurangi anggaran*) = sebanyak-banyaknya
- **Usaha Dana (Usda)**: Penjualan makanan/minuman/merchandise = Rp 1.500.000

3. Strategi Penggalangan Dana & Sponsorship

- **Prioritas 1: Kerjasama dengan Owner Funminton (Venue Partner)**
 - **Tugas Divisi : Humas** (pendekatan & negosiasi), didukung **PDD** (pembuatan proposal visual).
 - **Strategi** : Tawarkan paket "Venue Partner" eksklusif untuk **FUNMINTON OPEN CHALLENGE : KING OF THE COURT.**
 - **Permintaan (The Ask)** : Diskon besar untuk sewa lapangan.
 - **Penawaran (The Offer)** :
 - Branding Funminton sebagai *Official Court* di semua materi promosi
 - Setiap peserta yang ingin bermain wajib membuat story ig promosi kegiatan, kemudian tag ig Funminton dan ig King Of The Court
- **Prioritas 2: Mencari Sponsor Produk & Uang Tunai**
 - **Tugas Divisi: Humas** (mencari & menghubungi), **Usda** (follow up pembayaran).
 - **Target Sponsor:** Brand minuman, toko olahraga lokal, brand apparel, kafe

sekitar kampus.

- **Prioritas 3: Usaha Dana Internal**

- **Tugas Divisi: Usda.**
- **Strategi:** Membuka pre-order kaos event, menjual F&B di hari-H (jika diizinkan).

4. Timeline Manajemen & Pembagian Tugas (3 Oktober - 20 November)

Rencana kerja mingguan dengan penanggung jawab yang jelas.

FASE 1: PERENCANAAN & PONDASI (Minggu 1-2: 3 - 17 Oktober)

- **Minggu 1 (3-10 Okt): Finalisasi Konsep & Proposal**

- **BPH & Semua Divisi:** Rapat kerja, finalisasi konsep teknis dan RAB untuk "King of the Court".
- **Humas & PDD:** Membuat **Proposal Sponsorship Master** dengan nama dan konsep final.
- **Usda:** Memvalidasi RAB dan merancang strategi usaha dana.
- **Milestone:** Proposal sponsorship final siap.

- **Minggu 2 (11-17 Okt): Pendekatan Kunci & Persiapan Awal**

- **Humas:** Melakukan pendekatan & **jadwal meeting dengan owner Funminton.**
- **Usda:** Membuka usaha dana pertama.
- **PDD:** Membuat draf awal desain logo/tema visual untuk "King of the Court".
- **Milestone:** Meeting dengan owner Funminton terlaksana.

FASE 2: EKSEKUSI AWAL & PRODUKSI (Minggu 3-5: 18 Oktober - 7 November)

- **Minggu 3 (18-24 Okt): Deal Kunci & Pencarian Sponsor Aktif**

- **Humas:** Follow up hasil meeting dengan Funminton. Mulai mengirim proposal ke target sponsor lain.
- **PDD:** Finalisasi logo dan desain poster utama.
- **Usda:** Menyiapkan sistem pendaftaran.
- **Milestone:** Kepastian kerjasama dengan Funminton didapatkan.

- **Minggu 4 (25-31 Okt): BUKA PENDAFTARAN & PRODUKSI KONTEN**

- **PDD & Humas:** Publikasi Poster "COMING SOON".
- **Usda & PDD:** **PENDAFTARAN RESMI DIBUKA** di akhir minggu.

- **Humas:** Follow up aktif ke para sponsor.
 - **Milestone:** Pendaftaran peserta dibuka.
- **Minggu 5 (1-7 Nov): Promosi Intensif & Produksi Fisik**
 - **PDD:** Gencarkan promosi. Buat konten teaser (perkenalan para "Kings" satu per satu).
 - **Usda & PDD:** Memulai proses produksi backdrop/banner dan ID Card.
 - **Humas:** Mengamankan kesepakatan dengan sponsor tambahan.
 - **Milestone:** 50% target peserta tercapai.

FASE 3: PEMANTAPAN & PERSIAPAN AKHIR (Minggu 6-7: 8 - 20 November)

- **Minggu 6 (8-14 Nov): Finalisasi Peserta & Logistik**
 - **Usda:** Menutup pendaftaran jika kuota penuh. Finalisasi daftar peserta.
 - **Humas:** Konfirmasi akhir kepada 6 "Kings" yang akan berpartisipasi.
 - **BPH & Calon Perkap:** Mendata dan memastikan ketersediaan semua perlengkapan.
 - **Milestone:** Kuota 50 penantang terpenuhi.
- **Minggu 7 (15-20 Nov): Gladi Bersih & Final Check**
 - **BPH & Semua Divisi: Technical Meeting & Briefing Besar** untuk membahas rundown detail hari-H.
 - **Usda:** Belanja semua kebutuhan final (shuttlecock, konsumsi, hadiah).
 - **PDD:** Menyiapkan playlist musik untuk acara.
 - **Humas:** Mengirim undangan pengingat kepada para "Kings" dan sponsor.
 - **Milestone:** Seluruh persiapan 100% selesai. Siap untuk eksekusi di hari-H.

Analisis Strategis & Alasan Potensi Sponsor

Potensi TINGGI (Prioritas Utama)

1. Kategori: Minuman Energi & F&B Cepat Saji

- **Perusahaan Target:** Pocari Sweat , HydroCoco , Le Minerale , Teh Pucuk Harum , Rocket Chicken , Waroeng Steak , Spesial Sambal , Preksu , Olive.
- **Alasan Potensi:** Koneksi mereka dengan acara Anda adalah yang paling kuat dan langsung. Produk mereka dikonsumsi **saat atau setelah** berolahraga dan menjadi bagian dari gaya hidup audiens target Anda (mahasiswa dan komunitas). Bagi

mereka, acara Anda bukan sekadar media promosi, tapi **konteks pemakaian produk yang ideal**.

- **Bentuk Dukungan Paling Mungkin:**

- **Produk (In-kind):** Minuman untuk dibagikan ke seluruh peserta, panitia, dan "Kings". Ini adalah bentuk dukungan termudah bagi mereka.
- **Voucher Makan/Minum:** Sangat efektif untuk hadiah instan atau hadiah partisipasi.

- **Strategi Pendekatan & "Selling Point":**

"Jadikan produk Anda sebagai '**Official Drink**' atau '**Official Food Partner**' dari FUNMINTON OPEN CHALLENGE: KING OF THE COURT. Kami akan memastikan brand Anda terlihat di momen puncak kelelahan dan kebahagiaan para atlet. Ini adalah cara otentik untuk menunjukkan bahwa brand Anda mendukung gaya hidup sehat dan komunitas olahraga Jogja."

2. Kategori: Jasa Percetakan & Kebutuhan Event

- **Perusahaan Target:** Everyprint , Explora Digital Printing , Agung Digital Printing , Imperial Digital Printing , Nyilih HT , Sandaran HT , Titik Fokus (Penyewaan Kamera).

- **Alasan Potensi:** Kebutuhan Anda akan jasa mereka (cetak backdrop, banner, sewa HT) adalah **pasti dan konkret**. Ini menciptakan peluang kerjasama barter yang saling menguntungkan, di mana Anda menukar eksposur dengan layanan, mengurangi pengeluaran tunai secara signifikan.

- **Bentuk Dukungan Paling Mungkin: Jasa (Barter).**

- **Strategi Pendekatan & "Selling Point":**

"Kami menawarkan eksposur brand yang tak ternilai. Logo perusahaan Anda sebagai '**Official Printing/Technical Partner**' akan terpampang besar di backdrop panggung utama, yang akan menjadi latar belakang ratusan foto dan video yang tersebar di media sosial. Ini adalah investasi promosi dengan biaya produksi nol bagi Anda."

3. Kategori: Perbankan & Telekomunikasi

- **Perusahaan Target:** Bank Mandiri , Bank BRI , Bank BCA , Bank BPD , Biznet , Telkom , XL center , Smartfren.

- **Alasan Potensi:** Perusahaan-perusahaan ini memiliki anggaran **Marketing dan CSR (Corporate Social Responsibility)** yang terstruktur. Mereka terus mencari

cara untuk terlibat dengan segmen demografis yang strategis: mahasiswa dan dewasa muda, yang merupakan calon nasabah loyal mereka di masa depan.

- **Bentuk Dukungan Paling Mungkin: Dana Tunai.**

- **Strategi Pendekatan & "Selling Point":**

"Acara kami adalah platform ideal untuk menjangkau lebih dari 50 peserta aktif dan ratusan penonton dari komunitas mahasiswa dan olahraga di Jogja. Dukungan Anda tidak hanya akan dilihat sebagai iklan, tetapi sebagai investasi dalam pengembangan komunitas lokal. Kami menawarkan paket sponsorship dengan benefit exposure brand di panggung utama, penyebutan oleh MC, hingga kesempatan membuka booth untuk akuisisi pelanggan baru."

4. Kategori: Apparel & Gaya Hidup Anak Muda

- **Perusahaan Target:** Nimco Royal Store , Starcross , Bloods Jogja , Troy Store.

- **Alasan Potensi:** Citra brand mereka dibangun di atas relevansi dengan budaya anak muda Jogja. Terlibat dalam event komunitas yang "keren" dan aktif seperti ini akan memperkuat citra brand mereka secara otentik.

- **Bentuk Dukungan Paling Mungkin: Produk (In-kind) untuk hadiah utama.**

- **Strategi Pendekatan & "Selling Point":**

"Para pemenang 'King of the Court' adalah influencer di komunitas mereka. Bayangkan foto juara kami, yang akan di-post di berbagai akun media sosial, memegang piala sambil mengenakan produk dari brand Anda. Ini adalah bentuk endorsement organik yang menunjukkan bahwa brand Anda adalah pilihan para juara."

Potensi SEDANG (Target Berikutnya)

1. Kategori: F&B (Kafe & Makanan Populer)

- **Perusahaan Target:** Daheim Kaffe , Bento Kopi Nologaten , Susu Sarjana , Roti Gembong Gedhe , Yamie Panda , Bakpia Kukus tugu Jogja.

- **Alasan Potensi:** Mereka sangat bergantung pada pelanggan lokal, terutama mahasiswa. Dengan memberikan voucher, mereka bisa menarik traffic langsung ke outlet mereka dengan biaya yang sangat rendah.

- **Dukungan Paling Mungkin: Voucher Diskon atau Voucher "Buy 1 Get 1".**

- **Strategi Pendekatan & "Selling Point":**

"Bantu kami membuat hadiah acara lebih menarik, dan kami akan membantu

mengirimkan puluhan pelanggan potensial langsung ke pintu Anda. Voucher dari Anda akan menjadi salah satu hadiah instan yang paling diminati peserta."

2. Kategori: Jasa & Layanan Mahasiswa

- **Perusahaan Target:** Kopma UNY , Metro Kampus UGM , Vendor GoodPlan , Diamond Konveksi , Sablon Jogja id.
- **Alasan Potensi:** Mereka adalah bagian dari ekosistem mahasiswa. Mendukung acara yang diselenggarakan oleh mahasiswa adalah cara yang baik untuk membangun citra positif dan hubungan baik di dalam lingkungan mereka sendiri.
- **Bentuk Dukungan Paling Mungkin:** Diskon Jasa atau **Kerjasama Promosi**.
- **Strategi Pendekatan & "Selling Point":**
"Sebagai sesama entitas yang bergerak di lingkungan mahasiswa, mari kita saling mendukung. Kami mencari 'Official Merchandise Partner' dan bersedia memberikan exposure sebagai imbalan atas harga khusus untuk produksi kaos panitia/event."

3. Kategori: Kesehatan & Perawatan Diri

- **Perusahaan Target:** Naavagreen , Larissa , MS Glow.
- **Alasan Potensi:** Sesuai dengan contoh Anda, ini adalah tentang menghubungkan "olahraga" dengan "perawatan diri setelahnya". Konsep *wellness* dan *self-care* sangat kuat. Audiens acara (terutama wanita) sangat cocok dengan target pasar mereka.
- **Bentuk Dukungan Paling Mungkin:** Produk (**Goodie bag/sampel**) atau **Voucher Perawatan**.
- **Strategi Pendekatan & "Selling Point":**
"Setelah berjuang di lapangan, perawatan diri adalah hadiah terbaik. Jadikan produk Anda sebagai bagian dari 'Recovery Kit' atau hadiah eksklusif bagi para peserta. Ini cara yang elegan untuk mempromosikan pentingnya merawat diri setelah berolahraga kepada audiens yang tepat."