

# Konik1

*by* Nunuk Wahyuningtyas

---

**Submission date:** 13-Mar-2023 03:28PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2036025407

**File name:** 2021-6-12\_-\_Jurnal-Konik1.pdf (601.24K)

**Word count:** 1859

**Character count:** 12352

# Aplikasi Event-In Solusi Pengajuan Sponsorship Berbasis Mobile

Nunuk Wahyuningtyas<sup>1</sup>, Ilham Fatahillah Ridwan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> DIII Sistem Informasi, Universitas Dinamika

Email Copresponent Author : nunuk@dinamika.ac.id

**Abstract** — The purpose of this research is to design a mobile-based sponsorship application that can make it easier to apply for sponsorship. In New Normal conditions, event procurement is still carried out both online and offline with restrictions on the number of participants. Submission of proposals is also done online. The Event-In application can assist event managers in finding potential sponsors and their submissions. This application can help group event managers and can become a sponsor portfolio for the company. This mobile-based application allows users to perform mobility on cellular devices or cell phones. Using the Extreme Programming system development methodology can improve software quality and be responsive to changing customer needs.

**Keyword** — Event-In, Extreme Programming, Sponsorship.

**Abstrak** — Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang bangun aplikasi pengajuan sponsorship berbasis mobile yang dapat memberikan kemudahan dalam mengajukan sponsor. Dalam kondisi New Normal, pengadaan event tetap dilakukan baik secara online maupun offline dengan pembatasan jumlah peserta. Pengajuan proposal juga dilakukan online. Aplikasi Event-In dapat membantu pengelola event dalam mencari calon sponsor dan pengajuannya. Aplikasi ini dapat membantu mengelompokkan pengelola event dan dapat menjadi portfolio sponsor bagi perusahaan. Aplikasi berbasis mobile ini memungkinkan penggunaannya untuk melakukan mobilitas pada perangkat seluler atau telepon genggam. Menggunakan metodologi pengembangan sistem Extreme Programming dapat meningkatkan kualitas perangkat lunak dan responsive terhadap perubahan kebutuhan pelanggan.

**Kata kunci** — Event-In, Extreme Programming, Sponsorship.

## I. PENDAHULUAN

Dunia Bisnis di-Indonesia mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat setiap tahunnya. Hampir setiap bidang bisnis mengalami peningkatan positif. Hal tersebut tidak lepas dari peran *Public Relationship* dari setiap perusahaan. Komunikasi eksternal digunakan *public relation* atau humas untuk meningkatkan jejaring dengan dunia luar, yang biasanya dilakukan dengan menarik perhatian media pers dan umum terhadap suatu acara dalam organisasi ataupun produk dari perusahaan berupa event sponsorship, dimana merupakan salah satu media komunikasi yang berkaitan dengan beberapa elemen bauran promosi dengan jangkauan lebih luas dibandingkan iklan. Humas sebagai mediator dari event sponsorship tersebut bernegosiasi serta menjamin kerjasamanya antar suatu organisasi atau perusahaan tersebut. Tidak hanya disampaikan secara lisan namun juga secara tertulis berkaitan tentang event atau acara yang diadakan.

Effort humas dalam mencari sponsor sangat lah tinggi, mulai dari pemilihan calon sponsor hingga pengajuan

proposal dan sesi presentasi proposal. Sejak diumumkannya pandemi pada bulan Februari 2020 lalu membuat pengadaan event harus diundur atau dibatalkan. Namun tak berhenti disitu, pengadaan event tetap dilakukan dalam banyak cara, seperti online maupun offline. Pengajuan proposal sponsor yang biasanya dilakukan secara offline berubah menjadi online. Dengan begitu, humas harus benar-benar ekstra kerja keras dalam mencari sponsor. Aplikasi Event-in, diharapkan bisa memberikan pengalaman baru bagi pengelola event agar memudahkan dalam mencari calon sponsor dan pengajuannya. Selain itu, aplikasi ini dapat membantu mengelompokkan pengelola event dan dapat menjadi portfolio sponsor bagi perusahaan.

## II. LANDASAN TEORI

### A. Event Sponsorship

Event Sponsorship merupakan salah satu media komunikasi yang berkaitan dengan beberapa elemen bauran promosi dengan jangkauan lebih luas dibandingkan iklan. Adanya event sponsorship dapat membangun hubungan antara perusahaan dengan konsumen dan menambah brand equality dan untuk memperkuat ikatan dalam pertukaran. Event Sponsorship merupakan kegiatan yang dilakukan agar nama sebuah perusahaan lebih terkenal dan dapat meningkatkan image perusahaan[1]. Dengan keunikan suatu event sponsorship, dapat mengundang perhatian media massa. Media massa memiliki cakupan yang sangat luas dan mudah untuk tersebar. Perencanaan yang matang merupakan langkah untuk mencapai tujuan dalam suatu event sponsorship. Perencanaan Event Sponsorship menyangkut : *Target audience reach*, *Compatibility with Company's or Brand positioning*, dan *Message capacity*[2]. *Target audience reach* merupakan segmen yang dicapai oleh perusahaan. *Compatibility with Company's or Brand positioning* merupakan posisi produk di mata konsumen. *Message capacity* merupakan fasilitas atau value yang didapat perusahaan dalam event sponsorship.

### B. Public Relation (PR/Humas)

Public Relation merupakan bagian dari perusahaan atau organisasi yang bertugas untuk mengelola aktivitas komunikasi, baik dengan internal maupun eksternal[3]. Pengertian lain dari PR adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antar organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi dengan tujuan meliputi[4]:

- 1) Menumbuh kembangkan citra suatu perusahaan yang positif untuk publik eksternal, masyarakat serta konsumen.
- 2) Mendorong tercapainya rasa saling pengertian diantara publik sasaran dengan suatu perusahaan.
- 3) Mengembangkan juga sinergi fungsi suatu pemasaran dengan adanya public relation.
- 4) Efektif didalam membangun pengenalan merek serta juga pengetahuan merek.
- 5) Mendukung bauran pemasaran.

### C. Aplikasi Mobile

Aplikasi Mobile merupakan peningkatan dari system perangkat lunak atau biasa dikenal dengan software yang biasanya ditemukan pada PC Desktop. Awal mulanya, aplikasi mobile hanya terbatas pada beberapa fungsi, dikarenakan sumber daya hardware yang terbatas. Namun, seiring berjalan-nya waktu perkembangan dari perangkat keras/hardware mobile semakin canggih. Sehingga perkembangan aplikasi mobile semakin pesat dan memiliki banyak fitur sekaligus. Kategorisasi Aplikasi Mobile antara lain [5]:

- 1) Komunikasi: Aplikasi yang berfungsi untuk mempermudah komunikasi antar pengguna.
- 2) Pendidikan: Aplikasi seputar edukasi
- 3) Berita dan Majalah : aplikasi yang berfungsi untuk menyajikan berita yang bisa dibaca kapan saja dan dimana saja.
- 4) Permainan : Aplikasi sebagai sarana refreshing dengan suatu permainan mobile.
- 5) Jejaring Sosial : Aplikasi yang dapat menghubungkan banyak orang sekaligus dan juga tempat berkumpulnya banyak komunitas berdasarkan hobi, profesi dan masih banyak lagi.
- 6) Kesehatan : Aplikasi seputar dunia Kesehatan.

Aplikasi Mobile dikembangkan dengan Bahasa pemrograman tertentu berdasarkan operasi system yang digunakan. Pembuat aplikasi tersebut disebut sebagai developer. Mereka bertugas untuk menciptakan/ mendvelop sebuah aplikasi berbasis mobile.

### D. System Development Life Cycle

Dalam *system development life cycle (SDLC)* terdapat metode *waterfall*, yaitu 5 tahapan penyelesaian masalah untuk membuat dan mengembangkan suatu aplikasi [6] Berikut keenam tahapan SDLC:

#### 1) Communication

Tahap awal pada model waterfall ini yaitu komunikasi dengan konsumen pelanggan. Tahap *communication* merupakan langkah yang penting karena menyangkut pengumpulan informasi tentang kebutuhan konsumen/pengguna. Tahapan yang dilakukan dalam *communication* adalah analisis kebutuhan bisnis, studi literatur, analisis kebutuhan pengguna, dan analisis kebutuhan perangkat lunak.

#### 2) Planning

Tahap kedua yaitu *planning* (perencanaan), pada proses ini merencanakan pengerjaan *software* yang akan dibangun.

*Planning* meliputi tugas-tugas yang akan dilakukan mencakup resiko yang mungkin terjadi, hasil yang akan dibuat, dan jadwal pengerjaan.

#### 3) Modeling

Tahap ketiga adalah *modeling*, tahap ini dapat dikerjakan jika tahap *communication* dan *planning* telah teridentifikasi. Pada tahap *modeling* ini menerjemahkan syarat kebutuhan sistem ke sebuah perancangan perangkat lunak yang dapat diperkirakan sebelum dibuat *coding*. Proses ini fokus pada rancangan struktur data, arsitektur *software*, dan representasi *interface*.

#### 4) Construction

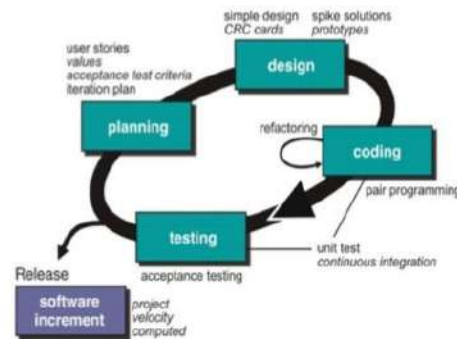
Tahap keempat yaitu *construction*, *construction* merupakan proses membuat kode (*code generation*). *Coding* atau pengkodean merupakan penerjemahan desain dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. *Programmer* menerjemahkan transaksi yang diminta oleh pengguna. Tahapan inilah yang merupakan tahapan secara nyata dalam mengerjakan suatu *software*, artinya penggunaan computer dimaksimalkan dalam tahapan ini. Setelah pengkodean selesai maka dilakukan testing terhadap sistem yang telah dibuat. Tujuan testing adalah menemukan kesalahan-kesalahan terhadap sistem tersebut untuk kemudian bisa diperbaiki.

#### 5) Deployment

Tahap akhir yaitu *deployment*, tahapan ini bisa dikatakan final dalam pembuatan sebuah *software* atau sistem. Setelah melakukan analisis, desain dan pengkodean maka sistem yang sudah jadi akan digunakan oleh pengguna. Selanjutnya *software* yang telah dibuat harus dilakukan pemeliharaan secara berkala.

## III. METODE PENELITIAN

Metode Pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Software Development System Life Cycle (SDLC) Extreme Programming*. *SDLC Extreme Programming* merupakan SDLC yang mengacu pada *Agile System*. Terdapat beberapa tahapan dalam *Extreme Programming* ini. Tahapan *Extreme Programming* dapat dilihat pada gambar 1

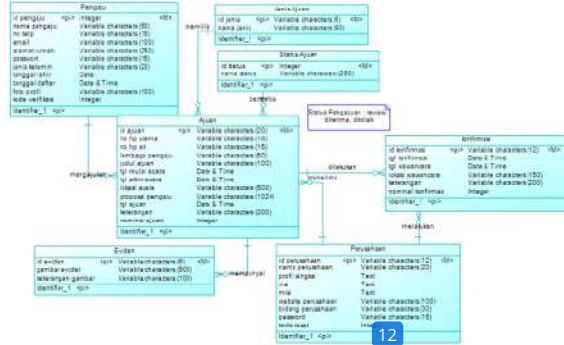


Gambar 1. Skema Extreme Programming

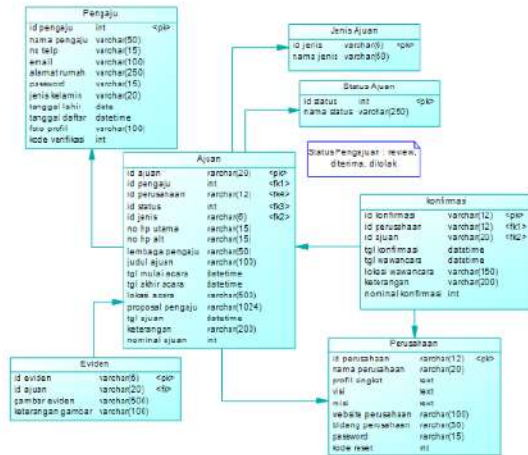
IV. PERANCANGAN SISTEM

A. Desain Database

Dalam rancangan aplikasi ini disusun desain databasenya sebagaimana terlihat dalam gambar 2 dan gambar 3:



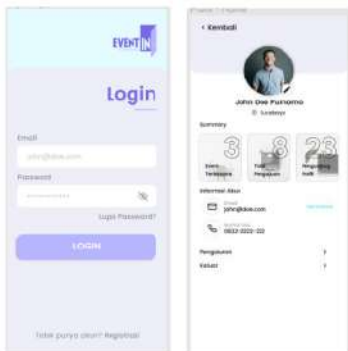
Gambar 2. Conceptual Data Model



Gambar 3. Physical Data Model

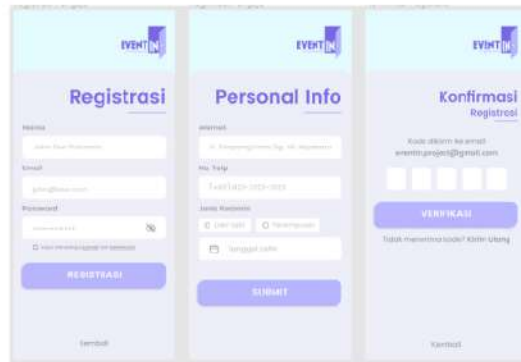
V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tampilan Sistem



Gambar 4. Tampilan Login dan Profil User Pengaju Sponsor

Pada Gambar 4 merupakan tampilan login dan profile user, pada saat pertama kali aplikasi dijalankan maka akan tampil form login, pada tampilan tersebut berfungsi untuk pengaju yang akan mengajukan proposal sponsorsip yang di dalam tampilan tersebut terdapat isian user dan password bagi yang sudah memiliki akun, sedangkan bagi pengaju yang belum memiliki akun dapat melakukan registrasi terlebih dahulu pada tulisan **registrasi**. Jika sudah berhasil masuk maka user akan diminta melengkapi profile user-nya, agar pihak perusahaan menjadi lebih mudah untuk memahami latar belakang pengaju.



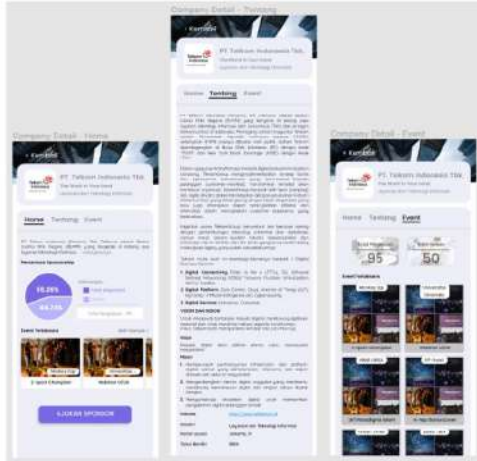
Gambar 5. Tampilan Registrasi Pengaju Sponsor

Pada Gambar 5 merupakan tampilan yang berisi form registrasi akun dan juga konfirmasi registrasi dengan pengiriman kode verifikasi melalui email yang sudah dituliskan sebelumnya.



Gambar 6. Tampilan Menu Utama Aplikasi User Pengaju

Pada Gambar 6, merupakan tampilan Menu Utama Aplikasi User Pengaju, dimana pada form tersebut terdiri dari panel notifikasi, menu bar, dan list perusahaan secara horizontal slide.



Gambar 7. Tampilan Detail Perusahaan

Pada Gambar 7 merupakan tampilan dari Detail Perusahaan, pada tampilan tersebut terdapat beberapa tombol diantaranya tombol pengajuan pada halaman utama, detail perusahaan dan juga ringkasan event yang sudah terlaksana.

#### B. PEMBAHASAN

Berikut merupakan alur pada sistem :

- 1) Dalam aplikasi ini pengguna terdiri dari 2 user, yaitu sebagai user pengaju dan user perusahaan.
- 2) Langkah pertama, sebagai user pengaju, maka akan melakukan login atau daftar jika belum memiliki akses.
- 3) Setelah user pengaju berhasil login maka akan muncul halaman profile dari user pengaju.
- 4) Setelah masuk maka akan muncul beberapa perusahaan yang sudah menjadi merchant dari aplikasi event-in ini. Pengaju dapat memilih perusahaan yang ingin dijadikan sponsor.
- 5) Setelah memilih perusahaan maka, pengaju dapat mengupload proposal sponsor yang dibutuhkan.
- 6) Selanjutnya dari sisi user perusahaan, akan masuk pada aplikasi event-in, jika ada yang request untuk menjadikan sponsor, maka akan muncul notifikasi membutuhkan approval.
- 7) Berikutnya jika perusahaan tersebut tertarik dengan proposal yang diajukan, maka akan dibuat kesepakatan untuk meet up secara online terkait proposal yang diajukan, sehingga akan ada kesepakatan antara pengaju dan pihak perusahaan.

8) Setelah mendapatkan kesepakatan, maka user perusahaan akan memberikan jawaban hasil diskusi di aplikasi event-in, yang dapat diakses oleh pengaju.

9) Selain memberikan solusi untuk pengajuan sponsor, aplikasi ini juga dapat merekap seluruh event yang sudah mendapatkan sponsor di masing-masing perusahaan.

#### 15 IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam pembuatan aplikasi Event-in berbasis mobile ini, maka dapat disimpulkan bahwa metode pengembangan yang digunakan dalam merancang dan membangun aplikasi ini yaitu dengan metode *Software Development System Life Cycle (SDLC) Extreme Programming* sangat sesuai karena dapat lebih cepat, efisien, terprediksi dan yang lebih utama adalah kosepnya menyenangkan. Aplikasi yang dibangun dapat memberikan solusi atas kebutuhan *public relation* manapun yang ingin melakukan event apapun, dengan menyesuaikan kebutuhan sponsornya. Berdasarkan hasil kuesioner yang di dapat, aplikasi event-in ini sangat sesuai dan mudah untuk digunakan, dari sisi perusahaan sangat terbantu dalam periklanan, dari sisi pembuat event, tetap dapat berjalan walaupun terkendala masalah pandemi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada tim research prodi DIII Sistem Informasi yang ikut mendukung terselesaikannya penelitian ini.

#### DAFTAR ACUAN

- [1] Coulson, C., & Thomas, *Public Relations: Pedoman Praktis untuk PR*, Jakarta, 2002.
- [2] Rossister, J., & Percy, L., *Advertising and Promotion Management*, New York: McGrawHill, 1998.
- [3] Ishak, A., "Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi," *Jurnal Komunikasi Vol. 1, No. 4*, 2012.
- [4] Ruslan, R. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi-Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- [5] Guntoro. (2021, Maret 16). *Apa itu Aplikasi Mobile? Inilah Ulasan Lengkapnya!* Retrieved from Badoy Studio: <https://badoystudio.com/aplikasi-mobile/>.
- [6] Pressman, *Rekayasa Perangkat Lunak*, Yogyakarta: Andi, 2015.

# Konik1

---

## ORIGINALITY REPORT

---

12%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://journal.binus.ac.id">journal.binus.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://journal.trunojoyo.ac.id">journal.trunojoyo.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://digilib.esaunggul.ac.id">digilib.esaunggul.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://eprints.bsi.ac.id">eprints.bsi.ac.id</a> Internet Source	1%
5	Submitted to HELP UNIVERSITY Student Paper	1%
6	<a href="http://eprints.dinus.ac.id">eprints.dinus.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://elib.unikom.ac.id">elib.unikom.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	1%

---

10	<a href="http://library.stikom-bali.ac.id">library.stikom-bali.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://nanopdf.com">nanopdf.com</a> Internet Source	1 %
12	Yessi Hartiwi, Errissya Rasywir, Yovi Pratama, Pareza Alam Jusia. "Eksperimen Pengenalan Wajah dengan fitur Indoor Positioning System menggunakan Algoritma CNN", Paradigma - Jurnal Komputer dan Informatika, 2020 Publication	<1 %
13	<a href="http://jopeninnovation.springeropen.com">jopeninnovation.springeropen.com</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://yenisafari.my.id">yenisafari.my.id</a> Internet Source	<1 %
15	Sigit Susanto Putro. "IMPLEMENTASI METODE SERVQUAL DAN SAW UNTUK ANALISA KEPUASAN PASIEN BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN POLI RAWAT JALAN", Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 2017 Publication	<1 %
16	<a href="http://garuda.kemdikbud.go.id">garuda.kemdikbud.go.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a> Internet Source	<1 %

[sundana.wordpress.com](http://sundana.wordpress.com)

18

Internet Source

<1 %

19

vdocuments.mx

Internet Source

<1 %

20

www.spjt.co.id

Internet Source

<1 %

21

Aqidah Nuril Salma. "PENGARUH SPONSORSHIP DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS (Studi pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC sebagai Global Official Airline Partner)", INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication), 2018

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off