



S-ARENA
PT SINERGI ARENA PRESTASI



K-PRO
MIXTEAM KARATE LEAGUE

PROPOSAL SPONSORSHIP

PROGRAM NASIONAL K-PRO

**LIGA KARATE INDONESIA & PLATFORM
SPORT-TECH TERINTEGRASI**

TRANSFORMASI DIGITALISASI PEMBINAAN DAN KOMPETISI KARATE INDONESIA

DISUSUN OLEH:
PT SINERGI ARENA PRESTASI
TAHUN 2025

DAFTAR ISI

PROPOSAL KERJA SAMA SPONSOR & MEDIA PARTNERSHIP	1
PROGRAM NASIONAL K-PRO	1
DAFTAR ISI	i
I. EXECUTIVE SUMMARY	1
II. PROFIL AUDIENS & NILAI STRATEGIS BAGI SPONSOR	2
Profil Audiens Utama	2
Nilai Strategis bagi Sponsor	2
III. KONSEP SPONSORSHIP PROGRAM K-PRO	2
IV. KELOMPOK SPONSORSHIP BERDASARKAN TUJUAN	3
V. SKEMA KONTRIBUSI SPONSOR	4
VI. RINGKASAN BENEFIT & NILAI EKSPOSUR	4
VII. KEUNGGULAN PROGRAM K-PRO BAGI SPONSOR	4
VIII. PENUTUP	5

I. EXECUTIVE SUMMARY

Program Nasional K-PRO merupakan inisiatif strategis yang mengintegrasikan Liga Karate Indonesia dengan platform sport-tech terintegrasi sebagai langkah transformasional dalam pembinaan dan penyelenggaraan kompetisi karate nasional. Program ini dirancang untuk menjawab kebutuhan modernisasi ekosistem karate Indonesia melalui penerapan sistem liga berkelanjutan, digitalisasi data atlet secara nasional, serta pengelolaan event yang profesional dan berbasis teknologi.

Berbeda dengan kejuaraan konvensional yang bersifat satu kali (event-based), K-PRO menghadirkan model eksposur berkelanjutan sepanjang musim kompetisi, sehingga memberikan nilai jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan. Eksposur tersebut terdistribusi secara terintegrasi melalui penyelenggaraan event fisik, platform digital sport-tech, media sosial resmi, siaran langsung (live streaming), serta aktivasi komunitas karate di tingkat nasional. Model ini memastikan keterlibatan audiens yang konsisten, terukur, dan berulang, sekaligus memperkuat positioning K-PRO sebagai ekosistem kompetisi modern.

Melalui skema sponsorship dan media partnership yang dirancang fleksibel dan kolaboratif, sponsor tidak hanya memperoleh eksposur merek yang luas dan berkelanjutan, tetapi juga berperan langsung sebagai mitra strategis dalam:

- Pengembangan pembinaan atlet nasional, melalui dukungan terhadap sistem kompetisi yang terstruktur, objektif, dan berbasis data.
- Penguatan komunitas olahraga karate, dengan mendorong keterlibatan club, pelatih, atlet, serta masyarakat dalam ekosistem olahraga yang profesional dan berdaya saing.

Dengan pendekatan tersebut, K-PRO menjadi wadah kolaborasi yang tidak hanya bernilai komersial, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan olahraga karate Indonesia secara berkelanjutan.

II. PROFIL AUDIENS & NILAI STRATEGIS BAGI SPONSOR

Profil Audiens Utama

Program Nasional K-PRO menjangkau ekosistem karate Indonesia secara menyeluruh dan berkelanjutan, meliputi:

- Atlet karate (junior, senior, hingga elite)
- Pelatih, wasit, dan pengelola club
- Orang tua atlet dan komunitas olahraga
- Pengurus daerah & nasional PB FORKI
- Penonton event (offline & digital)
- Pengguna platform sport-tech K-PRO

Nilai Strategis bagi Sponsor

- Komunitas loyal dan berulang (season-based, bukan event sekali jalan)
- Eksposur nasional dengan potensi eskalasi internasional
- Brand diasosiasikan dengan prestasi, disiplin, sportivitas, dan teknologi
- Konten dan eksposur berkelanjutan sepanjang musim liga

III. KONSEP SPONSORSHIP PROGRAM K-PRO

Model sponsorship K-PRO dirancang secara fleksibel, modular, dan berbasis tujuan sponsor, sehingga setiap mitra memiliki keleluasaan untuk memilih bentuk kerja sama yang paling relevan dan efektif. Pendekatan ini memungkinkan sponsor menyesuaikan kolaborasi berdasarkan:

- Tujuan branding dan positioning merek yang ingin dicapai,
- Karakter dan sektor industri sponsor,
- Anggaran serta strategi komunikasi dan pemasaran masing-masing perusahaan.

Dalam model ini, sponsor tidak hanya dikategorikan berdasarkan “level” sponsorship semata, tetapi juga berdasarkan peran strategis dan kontribusi nyata yang diberikan dalam mendukung penyelenggaraan liga, pengembangan atlet, penguatan komunitas, serta transformasi digital ekosistem K-PRO secara menyeluruh.

IV. KELOMPOK SPONSORSHIP BERDASARKAN TUJUAN

Jenis Sponsorship	Tujuan Sponsor	Bentuk Kontribusi	Benefit Utama bagi Sponsor	Kisaran Kontribusi
Sponsor Utama / Title Sponsor	Brand visibility nasional & positioning prestisius	Finansial utama (cash / hybrid)	- Hak penamaan liga (<i>K-PRO League presented by [Brand]</i>) - Logo dominan di seluruh event, platform, website & media - Eksposur intensif media sosial & live streaming - Booth utama & aktivasi eksklusif - Hak penamaan award utama	Rp 1,5 – 3 M / musim
Sponsor Media (Media & Content Partner)	Reach, content ownership & audience growth	- Slot siaran (TV / OTT / streaming) - Produksi video & konten - Media exposure & tim kreatif	- Status mitra media resmi K-PRO - Logo di opening/closing slate & bumper - Co-branding konten (highlight, review, profil atlet) - Hak pakai konten untuk kanal sponsor	Disesuaikan nilai media
Sponsor Peralatan & Perlengkapan Pertandingan	Product exposure & product usage	- Perlengkapan pertandingan - Apparel & official gear - Scoring device, medical kit, signage	- Status <i>Official Equipment Partner</i> - Logo di area pertandingan & properti utama - Produk digunakan langsung oleh atlet & official	In-kind / hybrid
Sponsor Hadiah & Penghargaan	Brand association dengan prestasi & kemenangan	- Hadiah uang - Produk / voucher - Beasiswa atlet	- Hak penamaan award (<i>MVP by [Brand]</i>) - Logo di trophy & sertifikat - Penyebutan resmi saat awarding	Rp 50 – 300 jt / kategori
Sponsor Teknologi & Digital	Thought leadership & digital branding	- Internet & konektivitas - Cloud / server - Payment system - Live scoring & streaming tools	- Status <i>Official Technology Partner</i> - Co-branding fitur (<i>Powered by [Brand]</i>) - Logo di platform & overlay digital	In-kind / hybrid
Sponsor CSR & Pengembangan Komunitas	Nilai tanggung jawab sosial, citra positif perusahaan, dan kepercayaan publik	- Beasiswa atlet muda - Donasi peralatan dojo - Pelatihan pelatih & wasit	- Hak penamaan program CSR - Publikasi CSR resmi K-PRO - Penguatan brand trust & reputasi sosial	Rp 100 – 500 jt
Sponsor Logistik & Konsumsi	Product trial & direct engagement	- Minuman & nutrisi atlet - Konsumsi panitia & official - Logistik event	- Product sampling langsung ke atlet & audiens - Branding area konsumsi & venue	In-kind

V. SKEMA KONTRIBUSI SPONSOR

Sponsor dapat memilih:

- **Cash Support**
- **In-Kind Support** (media, produk, teknologi)
- **Hybrid Support** (kombinasi)

Seluruh kontribusi disesuaikan dengan **nilai eksposur yang diterima** dan akan dituangkan secara resmi dalam **Perjanjian Kerja Sama (PKS)**.

VI. RINGKASAN BENEFIT & NILAI EKSPOSUR

Area Eksposur	Bentuk Benefit
Event Fisik	Branding venue, podium, backdrop, atribut
Digital Platform	Logo di website, leaderboard, dashboard
Media Sosial	Konten co-branding & campaign tematik
Live Streaming	Logo overlay, mention host, highlight
Aktivasi	Booth, sampling, games, engagement
CSR	Program sosial & komunitas

VII. KEUNGGULAN PROGRAM K-PRO BAGI SPONSOR

- **Program nasional berkelanjutan**, bukan event sekali jalan, sehingga memberikan eksposur merek yang konsisten sepanjang musim kompetisi.
- **Audiens yang jelas**, tersegmentasi, dan loyal, mencakup atlet, pelatih, komunitas dojo, keluarga atlet, serta penonton olahraga bela diri di berbagai wilayah Indonesia.
- **Integrasi menyeluruh antara aktivitas offline dan digital sport-tech**, menghadirkan eksposur lintas kanal melalui event, platform digital, media sosial, dan live streaming.
- **Fleksibel untuk kerja sama jangka menengah dan panjang**, dengan model sponsorship yang dapat disesuaikan dengan tujuan dan strategi komunikasi brand.
- **Memiliki potensi eskalasi ke level internasional**, membuka peluang bagi sponsor untuk terlibat dalam program yang berkembang dari skala nasional menuju regional dan global.

VIII. PENUTUP

Program Nasional K-PRO membuka peluang kolaborasi strategis bagi sponsor untuk menjadi bagian dari transformasi pembinaan dan kompetisi karate Indonesia yang modern, profesional, dan berkelanjutan. Melalui model sponsorship yang fleksibel, transparan, dan berbasis tujuan, sponsor tidak hanya memperoleh eksposur merek yang luas dan berkelanjutan, tetapi juga berkontribusi secara nyata dalam pengembangan atlet, penguatan komunitas olahraga, serta penerapan inovasi sport-tech di tingkat nasional.

PT Sinergi Arena Prestasi terbuka untuk menyusun skema kerja sama yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakter masing-masing mitra. Kami siap melakukan presentasi lanjutan, diskusi teknis, maupun penyempurnaan proposal sebagai bagian dari proses penjajakan kerja sama yang saling menguntungkan dan berjangka panjang.

Untuk informasi lebih lanjut serta penjadwalan pertemuan, silakan menghubungi:

PT Sinergi Arena Prestasi

 0811-6160-6080

 sinergiarenaprestasi@gmail.com

 <https://kpro-league.com>

Medan, 15 Desember 2025

Hormat kami,

PT SINERGI ARENA PRESTASI

Donny Dharmawan
Direktur Utama