

## ABSTRAK

**Rahadian Fathurahman:** *Aktivitas Event Management Pada Kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)*

*Event management* dalam praktik *public relations* (PR) memiliki peran strategis dalam menciptakan dan mengelola kegiatan secara efektif, sehingga penerapannya sebagai bagian dari strategi komunikasi PT Pos Indonesia (Persero) dapat mendukung upaya membangun citra positif, memperkuat hubungan dengan audiens, dan menyampaikan pesan-pesan strategis perusahaan. Melalui serangkaian proses mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, *event management* berkontribusi pada optimalisasi peran PR dalam menjaga reputasi perusahaan di tengah persaingan industri layanan pos dan logistik yang semakin ketat.

Penelitian ini menerapkan paradigma konstruktivisme dengan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam serta observasi dengan keterlibatan partisipatif secara aktif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas *event management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero) melalui teori *event management process* yang dikemukakan oleh Joe Goldblatt (2002). Teori *event management process* memiliki lima tahapan diantaranya adalah, *research* (riset), *design* (desain), *planning* (perencanaan), *coordination* (koordinasi), *evaluation* (evaluasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia (Persero) dalam merancang kegiatan Rapat Pimpinan dapat diidentifikasi melalui lima tahapan *Event Management* dari Goldblatt (2002). Tahap pertama adalah *Research* (Riset), yaitu perumusan tema melalui proses riset, analisis, dan pengajuan hasil riset. Tahap kedua, *Design* (Desain), mencakup penyusunan konsep melalui eksplorasi ide, analisis kebutuhan, serta uji kelayakan dan persetujuan desain. Tahap ketiga, *Planning* (Perencanaan), melibatkan penyusunan rencana kegiatan yang mencakup pengelolaan waktu, ruang, dan tempo. Tahap keempat, *Coordination* (Koordinasi), merupakan pelaksanaan koordinasi baik sebelum maupun saat acara berlangsung. Tahap terakhir, *Evaluation* (Evaluasi), dilakukan untuk mengukur keberhasilan acara melalui evaluasi partisipatif dan evaluasi langsung. Penerapan kerangka ini memfasilitasi pengelolaan kegiatan secara sistematis sehingga pelaksanaan acara dapat berlangsung efektif dan selaras dengan tujuan strategis organisasi.

**Kata Kunci:** *Aktivitas Event Management, Public Relations, Pos Indonesia*

## **ABSTRACT**

**Rahadian Fathurahman:** *Event Management Activities in the Leadership Meeting of PT Pos Indonesia (Persero)*

*Event management in public relations (PR) plays a strategic role in creating and managing activities effectively. Its implementation, as part of PT Pos Indonesia (Persero)'s communication strategy, supports efforts to build a positive image, strengthen relationships with audiences, and convey the company's strategic messages. Through a series of processes ranging from planning and execution to evaluation, event management contributes to optimizing the role of PR in maintaining the company's reputation amidst the increasingly competitive postal and logistics service industry.*

*This study adopts a constructivist paradigm with a qualitative descriptive method. Data were collected through in-depth interviews and active participatory observation.*

*The purpose of this research is to examine event management activities in the Leadership Meeting of PT Pos Indonesia (Persero) using Joe Goldblatt's (2002) Event Management Process theory. This framework consists of five stages: research, design, planning, coordination, and evaluation.*

*The findings reveal that PT Pos Indonesia (Persero) designs the Leadership Meeting through these five stages. The first stage, Research, involves theme formulation through research, analysis, and presentation of the results. The second stage, Design, entails concept development through idea exploration, needs analysis, feasibility assessment, and design approval. The third stage, Planning, covers the preparation of the activity plan, including the management of time, space, and pace. The fourth stage, Coordination, refers to the execution of coordination both prior to and during the event. The final stage, Evaluation, is conducted to assess the success of the event through participatory and direct evaluations.*

*The application of this framework facilitates systematic activity management, ensuring that event implementation is effective and aligned with the organization's strategic goals.*

**Keywords:** *Event Management, Public Relations, Pos Indonesia*