

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Event management merupakan salah satu elemen penting dalam praktik public relations (PR) yang bertujuan untuk menciptakan dan mengelola kegiatan secara efektif agar dapat mencapai tujuan organisasi. *Event Management* merupakan bagian dari strategi komunikasi yang melibatkan serangkaian proses mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Kegiatan ini, dalam konteks PR, dirancang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan operasional organisasi, tetapi juga untuk membangun citra positif, memperkuat hubungan dengan audiens, serta menyampaikan pesan-pesan strategis perusahaan.

Kegiatan *event management* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan organisasi baik lembaga pemerintah maupun *government*, PT Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mengimplementasikan kegiatan *event management* pada setiap kegiatan penting yang diadakan, termasuk kegiatan Rapim (Rapat Pimpinan) yang bertujuan untuk mengulas seluruh agenda dan kegiatan pada kuartal sebelumnya, serta melakukan perencanaan untuk kegiatan atau agenda pada kuartal berikutnya.

PT Pos Indonesia (Persero) adalah perusahaan milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang layanan pos dan logistik. Didirikan pada tahun 1746, perusahaan ini memiliki jaringan luas yang mencakup seluruh wilayah Indonesia, termasuk daerah terpencil. PT Pos Indonesia (Persero) tidak hanya menyediakan layanan pengiriman surat dan paket, tetapi juga menawarkan berbagai

layanan lain, seperti jasa keuangan, logistik, dan *e-commerce*. Melalui transformasi di era digital, PT Pos Indonesia (Persero) berupaya meningkatkan efisiensi, memperluas inovasi layanan, dan mendukung kebutuhan masyarakat modern.

Kegiatan Rapim pada PT Pos Indonesia (Persero), merupakan salah satu wujud nyata dari implementasi *event management*. Rapat Pimpinan tidak hanya menjadi forum evaluasi dan perencanaan strategis, tetapi juga sebagai ajang untuk memperkuat komunikasi antar pemimpin dan menciptakan sinergi di antara berbagai tingkatan organisasi. Aktivitas ini melibatkan banyak elemen *event management*, seperti penentuan tema, penyusunan agenda, manajemen peserta, hingga penyediaan fasilitas yang mendukung kelancaran acara.

Berdasarkan data pra penelitian melalui wawancara dengan *Corporate Secretary* (Corsec) PT Pos Indonesia (Persero) kegiatan Rapat Pimpinan (Rapim) di PT Pos Indonesia (Persero) adalah forum strategis yang melibatkan para pemimpin dari berbagai tingkatan organisasi, mulai dari *Board of Directors (BoD)* hingga *Executive Vice President (EVP)*, serta pimpinan regional dan cabang yang terlibat sebatas observer secara bergiliran. Kegiatan ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja sebelumnya, mendiskusikan rencana kerja, serta menetapkan strategi untuk mendukung pencapaian visi dan misi Perusahaan. Kegiatan rapat perusahaan selain Rapim yang dilakukan dalam 3 bulan sekali (kuartal), PT Pos Indonesia (Persero) juga melaksanakan kegiatan rapat lainnya, seperti Rapat Direksi atau Radir setiap satu minggu sekali, dan Rapat Komisaris dan Direksi dalam 1 bulan sekali.

Kegiatan Rapat Pimpinan dirancang dan dilaksanakan oleh beberapa divisi yang bertugas, dalam hal ini yang bertanggung jawab dalam proses perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi adalah *Corporate Secretary* (Corsec) PosIND yang dibantu oleh divisi *Corporate Communications* sebagai panitia inti serta beberapa divisi yang bertanggung jawab pada saat pelaksanaan Rapim, pada kegiatan teknis seperti dekorasi, desain, time keeper, LO, dan konsumsi, dibantu oleh *Event Organizer* (EO). Kolaborasi antar pihak ini dilakukan demi kesuksesan Rapat Pimpinan sesuai dengan rencana dan harapan yang sudah disusun.

Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero) tidak hanya dirancang sebagai rapat formal, tetapi juga diolah menjadi sebuah *event* yang lebih dinamis dan menarik. Berdasarkan hasil wawancara dengan *Corporate Secretary* (Corsec) PT Pos Indonesia (Persero) kegiatan Rapim selalu mengusung tema dari sebuah judul buku yang nantinya akan menjadi strategi perusahaan dalam 3 bulan kedepan dan evaluasi untuk 3 bulan kebelakang, seperti pada tema Rapat Pimpinan Q4 2025 PosIND mengusung tema dari buku yang ditulis oleh Prof. Rhenald Kasali yang berjudul LEAP (Menuju Inovasi Berkelanjutan).

Proses pengambilan tema Rapim dilakukan oleh *Corporate Secretary* dan tim yang dimulai dengan diskusi serta pengumpulan judul-judul buku yang nantinya akan didiskusikan langsung dengan Direktur utama PosIND buku mana saja yang cocok yang akan dibawa untuk didiskusikan pada kegiatan rapat direksi (radir). Proses selanjutnya adalah proses diskusi pada kegiatan rapat direksi yang khusus membahas tema Rapat Pimpinan (Rapim) dan pada rapat inilah kemudian

diambil keputusan judul buku mana yang akan dijadikan tema pada Rapat Pimpinan yang akan dilaksanakan.

Kegiatan Rapat Pimpinan di PosIND selain mempunyai ciri khas dalam mengambil tema dari sebuah buku, PosIND juga mempunyai ciri khas dalam memakai konsep 5R dalam Rapim, konsep tersebut diantaranya, *Olah Ratio* yang mencakup kegiatan laporan dan rapat inti,, *Olah Raga* yang mencakup kegiatan latihan Jasmani, *Olah Ruh* yang diisi dengan kegiatan rohani, *Olah Relasi* yang diisi dengan implementasi kegiatan Rapim Secara langsung berupa kegiatan kerjasama yang dilakukan Secara langsung pada saat rapat, dan yang terakhir *Olah Rasa* yang diisi dengan kegiatan berupa hiburan, 5 kegiatan yang dirangkum dalam konsep 5R inilah yang mencakup keseimbangan dengan tujuan membuat kualitas rapat selalu dalam kondisi yang baik.

Pelaksanaan Rapim dirancang meriah dengan mengintegrasikan berbagai aktivitas interaktif, seperti sesi diskusi mendalam, kegiatan kelompok, hingga pelibatan langsung dalam proses pengelolaan relasi dengan stakeholder. Proses pendekatan ini menjadikan Rapat Pimpinan tidak hanya sebagai forum komunikasi formal, tetapi juga sebagai wadah untuk mempererat hubungan antar-pemimpin, meningkatkan motivasi, dan mendorong sinergi dalam mencapai tujuan strategis perusahaan.

Fenomena implementasi *event management* dalam kegiatan Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero) menarik untuk diteliti karena kompleksitas dan strategisnya peran kegiatan ini dalam mendukung operasional perusahaan. Proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan oleh Divisi

Corporate Communication mencerminkan bagaimana *Event management* dapat menjadi alat yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi.

Sebagai peneliti, fokus utama dalam penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana aktivitas *event management* diterapkan dalam kegiatan Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero), serta bagaimana kegiatan ini berkontribusi pada penguatan hubungan antar pemimpin dan pencapaian tujuan strategis perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai efektivitas *Event management* dalam mendukung komunikasi dan kolaborasi di lingkungan perusahaan.

Berdasarkan setiap data pra penelitian yang telah dijabarkan peneliti melihat bahwa kegiatan Rapat Pimpinan (Rapim) di PT Pos Indonesia (Persero) sangat layak untuk dijadikan objek penelitian. Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai topik pengelolaan *event management* pada kegiatan Rapim di PT Pos Indonesia (Persero). Peneliti tertarik untuk melihat bagaimana cara pengelolaan manajemen acara pada kegiatan Rapat Pimpinan yang dikelola dengan baik, cara menghadapi tantangan dan kesulitan yang dihadapi dalam proses tersebut serta proses komunikasi yang dilakukan dalam membuat acara Rapim, memberikan wawasan bagi peneliti tentang bagaimana mengelola sebuah *event management* dalam sebuah perusahaan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT Pos Indonesia (Persero).

Kegiatan *event management* yang diimplementasikan dalam Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero) memiliki relevansi yang tinggi dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi. Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi akademis dan praktis dalam pengembangan strategi *event management* di organisasi besar seperti PT Pos Indonesia (Persero).

1.2 Fokus Penelitian

Masalah yang ingin diketahui dari penelitian ini adalah mengenai manajemen *event* yang dilakukan oleh Divisi *Corporate Communication* pada kegiatan Rapat Pimpinan. Agar lebih jelas arah penelitiannya, maka masalah yang akan dirumuskan adalah sebagai berikut: *Aktivitas Event Management Pada Kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)*. Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka dapat didefinisikan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Research* (Riset) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)?
2. Bagaimana gambaran *Design* (Perancangan) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)?
3. Bagaimana gambaran *Planning* (Perencanaan) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)?
4. Bagaimana gambaran *Coordination* (Koordinasi) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)?

5. Bagaimana gambaran *Evaluation* (Evaluasi) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang dijabarkan dalam beberapa pertanyaan penelitian seperti yang telah disampaikan sebelumnya, maka didapatkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Gambaran proses *Research* (Riset) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)
2. Gambaran proses *Design* (Perancangan) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)
3. Gambaran proses *Planning* (Perencanaan) dalam aktivitas *Event management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)
4. Gambaran proses *Coordination* (Koordinasi) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)
5. Gambaran proses proses *Evaluation* (Evaluasi) dalam aktivitas *Event Management* pada kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero)

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur akademis di bidang *event management*, khususnya terkait pengelolaan kegiatan atau acara dalam organisasi dengan mengkaji aktivitas *event management* pada Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero). Mengingat *event* dalam organisasi tidak hanya berfungsi sebagai agenda rutin, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun komunikasi, koordinasi, dan sinergi antar pemangku kepentingan, penelitian ini menjadi relevan untuk memperkaya perspektif akademis di bidang tersebut.

Analisis teori *Event Management Process* dari Goldblatt (2002) yaitu *research, design, planning, coordination, dan evaluation* dalam penelitian ini menawarkan wawasan baru tentang peran strategis *Event Management* dalam mendukung kolaborasi dan pengelolaan kegiatan Rapim. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi akademisi dan praktisi yang ingin memahami lebih dalam mengenai penerapan *event management* dalam mendukung komunikasi strategis perusahaan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan teori dan praktik *event management* di masa mendatang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi PT Pos Indonesia (Persero) dalam meningkatkan efektivitas kegiatan Rapat Pimpinan melalui pendekatan *event management* dengan menganalisis perencanaan,

pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan tersebut, penelitian ini dapat menjadi acuan untuk merancang Rapat Pimpinan yang tidak hanya bersifat formal tetapi juga interaktif, inovatif, dan mampu memperkuat hubungan antar pemimpin serta dengan stakeholder.

Selain itu, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi praktisi *event management*, khususnya dalam konteks korporasi, tentang bagaimana mengintegrasikan elemen komunikasi strategis ke dalam pengelolaan acara. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan lain yang memiliki kebutuhan serupa untuk memanfaatkan *event management* sebagai alat strategis dalam mendukung komunikasi internal dan membangun budaya kerja kolaboratif.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

1) *Event management Process*

Salah satu teori yang relevan dengan topik penelitian ini adalah teori *Event Panagement Process* yang dikemukakan oleh Goldblatt (2002) yakni merupakan salah satu teori yang menjadi dasar dalam memahami bagaimana sebuah acara direncanakan, dikelola, dan dievaluasi. Teori ini menekankan lima tahapan utama dalam pengelolaan acara, yaitu *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation*. Setiap tahapan memiliki peran penting: *research* untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tujuan acara, *design* untuk menciptakan konsep acara yang kreatif dan relevan, *planning* untuk mengatur logistik dan sumber daya, *coordination* untuk memastikan pelaksanaan acara berjalan sesuai rencana, dan

evaluation untuk mengukur keberhasilan acara serta pembelajaran untuk perbaikan ke depan.

Asumsi utama dari teori ini adalah bahwa pengelolaan acara bukan hanya tentang pelaksanaan teknis, tetapi juga membutuhkan pendekatan strategis yang melibatkan analisis kebutuhan, perencanaan matang, serta evaluasi yang komprehensif. Selain itu, teori ini menganggap bahwa setiap acara adalah unik dan membutuhkan penyesuaian berdasarkan tujuan, audiens, dan konteksnya.

Relevansi teori ini dengan fokus penelitian mengenai aktivitas *event management* dalam Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero) sangat signifikan. Teori ini dapat digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana tahapan pengelolaan acara diterapkan dalam konteks formal dan strategis seperti Rapat Pimpinan. Dengan menggunakan teori ini, penelitian dapat mengevaluasi apakah proses pengelolaan Rapat Pimpinan sudah dilakukan secara sistematis dan efektif, mulai dari identifikasi tujuan rapat, perencanaan agenda, hingga evaluasi hasil rapat untuk mendukung pengambilan keputusan Perusahaan.

1. *Research* (Riset)

Tahapan pertama adalah *Research*, merupakan langkah awal dalam perencanaan acara yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi guna memastikan keberhasilan acara. Tahap riset ini dilakukan agar dapat memahami kebutuhan dan preferensi audiens, sehingga acara yang diselenggarakan lebih relevan dan menarik, untuk mengetahui proses riset secara mendalam peneliti membutuhkan penelitian lebih lanjut terkait bagaimana proses riset ini dilakukan.

2. *Design* (Desain)

Proses selanjutnya adalah *Design*. Pada tahap *Design* dalam kegiatan Rapat Pimpinan (Rapim) PT Pos Indonesia (Persero), fokus utama adalah merancang elemen-elemen kreatif yang akan mendukung kelancaran acara. Berdasarkan hasil observasi saat bekerja di PT Pos Indonesia (Persero) peneliti melihat design acara disusun dan dirancang dengan rapi sehingga menghasilkan kegiatan Rapat Pimpinan dengan dekorasi yang menarik, lokasi dan tata letak acara yang nyaman serta susunan jadwal yang disusun dengan rapi.

3. *Planning* (Planning)

Proses selanjutnya adalah *Planning*. Pada tahap *Planning* dalam kegiatan Rapat Pimpinan (Rapim) PT Pos Indonesia (Persero), perencanaan acara dilakukan dengan melaksanakan rapat dengan berbagai divisi yang terlibat sebagai penanggung jawab, panitia maupun pihak luar yang ikut terlibat dalam proses perencanaan kegiatan Rapat Pimpinan (Rapim). berdasarkan hasil observasi yang dilakukan saat bekerja di PT Pos Indonesia (Persero) proses rapat perencanaan kegiatan Rapim biasanya dilakukan bertahap, antara direksi dan *corporate secretary*, *corporate secretary* dan divisi *corporate communications*, serta rapat gabungan yang diikuti oleh *event organizer* (EO).

4. *Coordination* (Koordinasi)

Coordination, merupakan tahap di mana semua elemen yang telah direncanakan mulai dieksekusi dan disinkronkan agar acara berjalan sesuai rencana. berdasarkan hasil observasi pada saat mengikuti kegiatan Rapat Pimpinan, peneliti melihat pada tahap ini seluruh panitia yang diantaranya meliputi seluruh panitia

yang bertugas, akan melakukan koordinasi antar panitia yang bertugas yang dilakukan untuk memastikan *jobdesk*, susunan acara, dan seluruh kegiatan Rapat Pimpinan harus dilakukan dengan baik, untuk mengetahui proses koordinasi secara mendalam peneliti membutuhkan penelitian lebih lanjut.

5. *Evaluation* (Evaluasi)

Tahap terakhir adalah *Evaluasi*. Pada tahap ini peneliti melihat di setiap akhir kegiatan Rapat Pimpinan selalu ada arahan oleh direktur utama PT Pos Indonesia (Persero) kepada seluruh panitia yang bertugas. Peneliti juga melihat selalu ada perbaikan pada setiap agenda Rapim selanjutnya, menandakan adanya perbaikan dan evaluasi setelah kegiatan Rapat Pimpinan dilakukan. Peneliti membutuhkan penelitian lebih mendalam untuk mengetahui bagaimana proses evaluasi dilakukan.

1.5.2 Kerangka Konseptual

1. *Event Management*

Event merupakan kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan untuk memperingati atau merayakan momen-momen penting dalam perusahaan, selain itu *event* juga dilaksanakan untuk membangun citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta mencapai tujuan strategis tertentu. *Event* ini dapat melibatkan karyawan, mitra bisnis, pelanggan, dan masyarakat, serta diadakan pada waktu yang telah direncanakan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Menurut Noor (2013), *event* adalah kegiatan yang bersifat non-rutin yang berbeda dengan aktivitas kehidupan sehari-hari manusia. *Event* merupakan aktivitas yang tidak terjadi secara rutin dan memiliki karakteristik khas yang

membedakannya dari kegiatan sehari-hari. Keunikannya menjadikan *event* sebagai momen spesial yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks tertentu.

Event menjadi istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan suatu kegiatan atau peristiwa yang dirancang dengan tujuan tertentu. *Event* berasal dari bahasa Inggris yang merujuk pada segala sesuatu yang terjadi, khususnya peristiwa yang signifikan atau tidak biasa (Cambridge Dictionary). Bladen et al. (2012) mendefinisikan *event* sebagai sebuah pertemuan sementara yang melibatkan sekelompok orang dengan tujuan tertentu. *Event* bersifat sementara dan melibatkan sekelompok orang dengan tujuan tertentu, menunjukkan bahwa keberadaannya dirancang untuk momen spesifik.

Event memiliki peran penting di berbagai bidang sebagai sarana untuk mencapai tujuan tertentu melalui perencanaan dan pelaksanaan yang terstruktur. Menurut Kholik, Ramadhani, Rowi, dan Ramadhany (2020), *Event* dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang diselenggarakan secara individu maupun kelompok dengan tujuan dan maksud tertentu agar hasil yang diharapkan dapat tercapai melalui agenda tersebut. *Event* merupakan proses terstruktur dengan tujuan yang jelas, diselenggarakan secara individu maupun kelompok sesuai kebutuhan. Keberhasilannya bergantung pada perencanaan dan pelaksanaan yang selaras dengan hasil yang diharapkan.

Event management merupakan bidang yang menuntut perencanaan dan pelaksanaan yang sistematis serta profesional. Menurut Goldblatt (2002:7) Manajemen Acara merupakan profesi yang melibatkan pengorganisasian

pertemuan atau kumpulan orang dengan tujuan perayaan, pendidikan, promosi, dan silaturahmi. Seluruh aktivitas utama tersebut menjadi bagian dari bidang Manajemen Acara.

Event menjadi salah satu strategi penting yang digunakan perusahaan untuk mencapai berbagai tujuan, seperti membangun citra, meningkatkan engagement dengan stakeholders, serta memperkuat hubungan internal dan eksternal. Definisi *event* menurut Noor (2017) merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk memperingati hal-hal penting bagi hidup manusia baik secara individu maupun kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan dengan tujuan dan waktu tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat. Definisi di atas menjelaskan bahwa *event* merupakan serangkaian kegiatan yang diselenggarakan dengan tujuan dan waktu tertentu serta melibatkan sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama untuk mencapai kesuksesan acara.

Menyelenggarakan acara atau *event* humas adalah suatu upaya untuk menarik perhatian media pers dan publik terhadap perusahaan atau produk tertentu yang akan disajikan dalam acara tersebut. Menurut Ruslan (2016), kegiatan *event* humas bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pihak-pihak terkait agar berperan dalam acara humas. Tujuan tersebut mencakup peningkatan pengetahuan (*knowledge*), pengenalan (*awareness*), pemenuhan selera (*pleasure*), serta upaya menarik simpati atau empati.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu di Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero), Jalan Cilaki No. 73, Bandung, Jawa Barat 40115. Lokasi ini adalah lokasi kantor pusat PT Pos Indonesia (Persero), yang dimana dipilih karena akan memudahkan pengumpulan data penelitian yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan kerangka konseptual atau sudut pandang yang digunakan peneliti untuk memahami suatu permasalahan yang dianggap signifikan dan relevan bagi audiensnya. Khun (1962) mendefinisikan paradigma sebagai struktur konseptual yang mencakup model yang sesuai dalam menyelidiki suatu isu dan menemukan solusinya. Paradigma dalam penelitian mencerminkan cara pandang peneliti terhadap suatu topik, strategi yang diterapkan dalam menghadapi permasalahan, serta tujuan yang ingin dicapai. Keberadaan paradigma menjadi fondasi utama dalam menentukan pendekatan dan metodologi yang diterapkan dalam penelitian ilmiah.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik, yang berasumsi bahwa realitas sosial merupakan hasil dari proses konstruksi. Pendekatan ini menitikberatkan pada interpretasi subjektif serta pembentukan pengetahuan yang bergantung pada konteks tertentu. Paradigma konstruktivistik menekankan bahwa setiap individu memiliki kebebasan dalam menafsirkan fenomena sosial berdasarkan konsep dan pemikirannya sendiri. Tujuan dari paradigma ini adalah

membangun pemahaman terhadap subjek penelitian dengan menjadikan peneliti setara dengan partisipan serta mendekatinya secara intensif.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik karena pendekatan ini memungkinkan eksplorasi yang lebih mendalam mengenai *Aktivitas event management* dalam Kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero). Paradigma ini berlandaskan pada pemahaman bahwa setiap individu atau kelompok menafsirkan fenomena sosial berdasarkan pengalaman dan realitas unik yang mereka alami.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif karena permasalahan yang dikaji bergantung pada pengamatan individu. Ruslan (2017:215) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai ucapan, tulisan, dan perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi dalam konteks tertentu. Pendekatan ini berfokus pada pemahaman fenomena secara menyeluruh dan mendalam.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis data yang berkaitan dengan pelaksanaan *event management* dalam kegiatan Rapim di PT Pos Indonesia (Persero). Pendekatan ini membantu peneliti dalam mengidentifikasi elemen-elemen utama dalam proses *event management*, termasuk tahap penelitian, perancangan, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi.

Hasil penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman mengenai bagaimana aktivitas *event management* diterapkan di PT Pos Indonesia (Persero) (Persero), tetapi juga mengevaluasi kualitas pelaksanaannya.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti memilih metode deskriptif kualitatif karena fokus penelitian bukan pada pencarian hubungan sebab-akibat, tetapi untuk memberikan gambaran, penjelasan, dan validasi terhadap fenomena yang diteliti. Menurut Meleong (2005), dalam pendekatan ini, data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau gambar, yang diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, foto, video, serta berbagai bentuk dokumentasi.

Metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk mempelajari fenomena atau kenyataan yang sedang terjadi. Menurut Ardianto (2011:60) menjelaskan bahwa dalam metode ini, peneliti terlibat langsung di lapangan untuk mengamati objek penelitian secara langsung, sehingga dapat merasakan dan memahami realitas yang ada. Berdasarkan pemahaman tersebut, peneliti memilih metode deskriptif kualitatif untuk mempelajari secara mendalam aktivitas *Event management* yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia (Persero), diharapkan, metode ini dapat menghasilkan temuan yang relevan dan memberikan panduan dalam melaksanakan aktivitas *Event management* yang lebih efektif bagi perusahaan lain.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, yaitu informasi non-numerik yang tidak dapat diukur dengan angka, tetapi dapat diamati atau dirasakan. Data semacam ini biasanya dikumpulkan melalui teks, gambar, audio, atau video. Data kualitatif dalam penelitian ini didapatkan dari observasi dan wawancara

pada tim yang bertanggung jawab mengelola *Event management* kegiatan Rapat Pimpinan PT Pos Indonesia (Persero) yakni divisi *corporate communications* dan EO terkait.

2. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber yang bersangkutan. Dalam hal ini, data diperoleh dari seluruh individu yang terlibat dalam kegiatan Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero). Proses pengambilan informasi dilakukan dengan serangkaian kegiatan seperti, wawancara kepada pihak-pihak yang bertanggung jawab atau memiliki peran penting dalam proses pelaksanaan kegiatan Rapat Pimpinan serta observasi mendalam saat kegiatan berlangsung.

Pengumpulan data primer pada penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan yang bertanggung jawab mengelola *event management* pada kegiatan Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero) yakni divisi *corporate communications* dan EO terkait.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan secara langsung dari subjek penelitian, namun tetap berperan dalam mendukung informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Sumber data sekunder meliputi dokumen resmi, laporan, situs web resmi PT Pos Indonesia (Persero), serta akun media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter dan YouTube. Selain itu, data ini juga mencakup artikel berita, publikasi ilmiah, serta sumber lain

yang relevan dengan topik penelitian. Informasi tersebut berfungsi untuk memberikan latar belakang, memperkuat analisis dan sebagai informasi pendukung terhadap penelitian analisis *event management* pada kegiatan Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero).

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Informan adalah individu yang memiliki pengetahuan mendalam tentang situasi atau kondisi tertentu. Menurut Bungin (2010), informan berperan sebagai sumber umpan balik dalam pengumpulan data penelitian. Informan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berkontribusi dalam memperjelas serta memperkaya pemahaman peneliti terhadap fenomena yang dikaji.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan berdasarkan pengetahuan, pemahaman, dan keterlibatan mereka dalam aktivitas manajemen acara pada kegiatan Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero). Tujuannya adalah memperoleh data dan informasi yang akurat serta relevan dengan fokus penelitian.

Informan yang dipilih terbagi dalam tiga kategori:

1) *Corporate Secretary* PT Pos Indonesia (Persero):

Penanggung Jawab kegiatan Rapat Pimpinan, informan ini memberikan wawasan menyeluruh tentang aktivitas manajemen acara, termasuk proses komunikasi, kepemimpinan, dan pengawasan kelancaran acara.

2) *Vice President Corporate Communications*:

Ketua Pelaksana yang bertanggung jawab atas persiapan Rapat Pimpinan, informan ini menyediakan informasi mengenai pengelolaan anggota divisi dalam merencanakan dan mempersiapkan acara tersebut.

3) *Staff Event Organizer*:

Kolaborator eksternal yang membantu persiapan Rapat Pimpinan, informan ini memberikan perspektif tentang peran *Event Organizer* dalam aktivitas manajemen acara, termasuk koordinasi dan kontribusi mereka dalam memastikan kesuksesan acara.

4) *Staff Corporate Communications*:

Anggota panitia inti yang berperan dalam tahap persiapan hingga pelaksanaan Rapat Pimpinan. Informan ini memberikan keterangan langsung terkait penerapan aktivitas *event management* pada kegiatan tersebut.

Pemilihan informan dengan kriteria tersebut memastikan bahwa data yang dikumpulkan relevan dan mendalam, sesuai dengan kebutuhan penelitian.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal yang terpenting dalam sebuah perjalanan penelitian. Data perlu dikumpulkan agar penelitian ini menjadi penelitian yang utuh. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan informan melalui interaksi tanya jawab lisan, sering disebut sebagai wawancara mendalam. Menurut Raco (2010:116), tujuan dari wawancara mendalam adalah untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang berkaitan dengan individu atau lembaga tertentu. Metode ini

mengharuskan peneliti mengajukan serangkaian pertanyaan kepada informan yang relevan dengan fokus penelitian.

Penerapan teknik wawancara mendalam dipilih oleh peneliti karena metode ini memfasilitasi pengumpulan informasi yang lengkap dan mendalam mengenai aktivitas Manajemen Acara (*Event Management*) dalam kegiatan Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero). Wawancara memungkinkan peneliti menggali informasi langsung dari pihak yang terlibat, seperti divisi Komunikasi Korporat (*Corporate Communications*) dan Penyelenggara Acara (*Event Organizer*), mengenai proses perancangan, perencanaan, hingga evaluasi yang dilakukan selama penyusunan kegiatan Rapat Pimpinan. Peneliti juga dapat memahami dinamika komunikasi yang terjadi antara divisi Komunikasi Korporat dan Penyelenggara Acara dalam kerjasama mereka.

Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara rinci bagaimana aktivitas Manajemen Acara dilaksanakan, mulai dari proses penelitian, pembuatan desain acara, perencanaan, pengendalian pelaksanaan, hingga evaluasi. Hal ini mendukung pemahaman yang lebih komprehensif tentang praktik manajemen acara di PT Pos Indonesia (Persero). Metode ini juga bersifat fleksibel, sehingga wawancara dapat disesuaikan dengan kondisi lapangan, memungkinkan peneliti mengumpulkan informasi yang lebih mendetail meskipun telah ada pedoman wawancara yang disusun sebelumnya.

2. Observasi Partisipasi Aktif

Observasi partisipatif aktif adalah metode pengumpulan data kualitatif dimana peneliti secara langsung terlibat dalam aktivitas kelompok yang diteliti, sambil

melakukan pengamatan mendalam terhadap perilaku dan interaksi dalam kelompok tersebut. Menurut Sugiyono (2007), observasi partisipatif aktif adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian, meskipun keterlibatan tersebut belum sepenuhnya lengkap.

Peneliti dapat berpartisipasi dalam persiapan acara yakni dengan ikut serta dalam tahap perencanaan rapat, seperti penyusunan agenda dan pengaturan logistik, untuk memahami proses manajemen acara secara langsung, mengamati pelaksanaan rapat sehingga dapat mengamati dinamika dan interaksi antar peserta serta terlibat dalam proses evaluasi pasca acara, setelah rapat selesai, peneliti dapat ikut dalam diskusi evaluasi untuk memahami aspek-aspek yang berhasil dan yang perlu diperbaiki dalam manajemen acara tersebut.

Menerapkan observasi partisipatif aktif pada penelitian memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai manajemen acara dalam konteks spesifik seperti Rapat Pimpinan di PT Pos Indonesia (Persero). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti terlibat langsung dalam lingkungan penelitian, sehingga dapat mengamati secara langsung dinamika, interaksi, serta proses pengambilan keputusan dalam penyelenggaraan acara. Keikutsertaan langsung ini memastikan bahwa data yang diperoleh tidak hanya berasal dari informasi verbal narasumber, tetapi juga dari pengalaman nyata, yang memberikan pemahaman lebih kaya dan kontekstual terhadap fenomena yang diteliti.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengolahan informasi yang dikumpulkan dalam penelitian. Menurut Creswell (2012), analisis data diperlukan agar informasi dalam penelitian lebih mudah dipahami.

Teknik analisis data melibatkan serangkaian langkah untuk mengolah informasi, yang kemudian menghasilkan kategori sebagai hasil penelitian. Berikut adalah lima langkah dalam menganalisis data kualitatif:

1. Mengolah dan menyiapkan data: Data yang telah dikumpulkan disusun, dikategorikan, serta diorganisir agar siap untuk dianalisis, termasuk transkrip wawancara, catatan lapangan, atau dokumen lainnya. Langkah ini melibatkan persiapan informasi yang diperoleh dari informan melalui wawancara mendalam dan observasi. Data yang telah disiapkan kemudian diolah dan dikategorikan berdasarkan sumber informasinya.
2. Membaca data secara keseluruhan: Peneliti menelaah seluruh data untuk memahami isinya secara menyeluruh, mengidentifikasi pola awal, dan memperoleh gambaran umum tentang temuan penelitian. Informasi yang telah dikumpulkan dibaca kembali secara menyeluruh oleh peneliti untuk mendapatkan gambaran rinci mengenai aktivitas *Event management* pada kegiatan Rapim PT Pos Indonesia (Persero). Peneliti mencatat informasi yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan.
3. Melakukan analisis dengan meng-coding data: Data dipecah menjadi bagian-bagian kecil, lalu diberi kode berdasarkan kategori atau tema yang muncul, sehingga memudahkan pengelompokan dan analisis lebih lanjut.

Langkah ini melibatkan penyaringan atau pengkodean informasi yang memiliki kesamaan, kemudian mengelompokkannya. Tujuannya adalah menganalisis proses aktivitas *event management* pada kegiatan Rapim PT Pos Indonesia (Persero).

4. Membuat tema dan deskripsi: Peneliti mengelompokkan data yang telah dianalisis, lalu menyajikannya kembali dalam bentuk narasi. Pendekatan naratif ini memberikan gambaran tentang aktivitas *event management* pada kegiatan Rapim PT Pos Indonesia (Persero).
 5. Memberikan makna dan interpretasi: Peneliti menafsirkan temuan berdasarkan teori atau konteks penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat memberikan wawasan atau kontribusi terhadap pemahaman fenomena yang dikaji. Tahap akhir ini membantu peneliti mengungkapkan bagaimana aktivitas *Event management* pada kegiatan Rapim PT Pos Indonesia (Persero), dengan memanfaatkan data yang diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi.
- Penerapan langkah-langkah ini memungkinkan peneliti mengolah data kualitatif secara sistematis untuk menghasilkan temuan yang valid dan reliabel.