

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, industri *event organizer* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan Laporan Akuntabilitas Kinerja Deputy Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan (*Events*) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) tahun 2024, sebanyak 110 *event* unggulan Karisma *Event Nusantara* (KEN) telah diselenggarakan di 34 provinsi dan berhasil mendatangkan sekitar 8,4 juta pengunjung serta melibatkan 29.000 UMKM, 74.300 pekerja *event*, 172.300 pelaku seni, dan 6.900 komunitas. Penyelenggaraan *event* ini juga berkontribusi pada perputaran ekonomi nasional dengan nilai mencapai Rp13,57 triliun dan peningkatan produksi barang serta jasa sebesar Rp256,1 miliar (sumber : <https://api.kemenpar.go.id/storage/app/media/LAKIN%20D6%202024.pdf> diakses pada 17 Juni 2025 pukul 2:05). Selain itu, data tahun 2024 menunjukkan nilai ekonomi industri *event* nasional mencapai Rp84,46 triliun dan menyerap sekitar 8,7 juta tenaga kerja, menjadikan sektor ini sebagai salah satu penggerak utama ekonomi kreatif dan pariwisata di Indonesia (sumber : <https://eventnusantara.com/industri-event-2024-cetak-rp8446-triliun-setelah-terpuruk-pasca-pandemi/> diakses pada 17 Juni 2025 pukul 2:07).

Dengan demikian, perkembangan industri *event organizer* di Indonesia tidak hanya berdampak pada penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan

ekonomi, tetapi juga mendorong inovasi, kolaborasi lintas sektor, serta adaptasi teknologi yang berkelanjutan untuk menjawab tantangan industri di masa depan. Oleh karena itu, mengikuti perkembangan pertumbuhan industri *event* merupakan hal yang penting bagi sebuah *event organizer*, dengan hal ini *event organizer* dapat mengidentifikasi pola dalam industri *event* baik mengalami kenaikan ataupun penurunan sehingga dapat menjadi catatan untuk menyelenggarakan *event* dengan lebih optimal dan maksimal (Wijaya dkk., 2020, 14). *Event Organizer* (EO) merupakan usaha atau kelompok profesional yang ditunjuk oleh client untuk mengelola seluruh rangkaian acara mulai dari tahap perencanaan, persiapan, eksekusi, sampai dengan evaluasi dengan tujuan mendukung pencapaian tujuan yang diinginkan klien melalui penyelenggaraan acara (Utami, 2021, 35; Dowson et al., 2022, 13).

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *event*, memiliki struktur organisasi yang dirancang secara tepat menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah *event organizer*. Struktur tersebut bertujuan untuk mendukung koordinasi dan operasional antar divisi agar dapat berjalan dengan lancar. Salah satu cara untuk memastikan kelancaran jalur komunikasi dan penyampaian informasi dalam perusahaan adalah melalui pembentukan struktur organisasi yang baik, yang kemudian diimplementasikan secara efektif oleh para karyawan dalam menjalankan tugasnya (Ekobalawati, 2020, 2).

Menurut Wisnu (2019, 8), struktur organisasi adalah sebuah sistem formal yang dirancang untuk mengatur hubungan antara tugas dan

wewenang dalam sebuah organisasi. Sistem ini berperan dalam mengatur cara setiap individu bekerja sama dan memanfaatkan seluruh sumber daya yang tersedia guna mencapai tujuan organisasi. Selain itu, struktur organisasi juga berfungsi sebagai alat pengendalian yang membantu mengelola koordinasi serta memberikan motivasi kepada setiap individu agar dapat berkontribusi secara optimal dalam mencapai tujuan bersama.

Menurut Siregar dkk. (2021, 32), struktur organisasi mencerminkan bagaimana alur komunikasi atau perintah dari atasan kepada bawahan, yang harus dipertanggungjawabkan setelah pekerjaan selesai dilakukan. Struktur organisasi yang dirancang sesuai dengan tujuan organisasi dapat meningkatkan efektivitas kegiatan dan mendukung pencapaian tujuan organisasi. Keberadaan struktur organisasi ini juga memastikan stabilitas organisasi serta menjaga kesinambungan usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pendapat ini sejalan dengan Tewal dkk. (2017, 251) yang menekankan pentingnya merancang desain dan struktur organisasi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan organisasi. Struktur yang efektif tidak hanya berdampak positif terhadap output dan kinerja organisasi maupun karyawan, tetapi juga dapat meningkatkan komunikasi yang terjadi di dalamnya.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses di mana pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui saluran tertentu dengan tujuan untuk memberikan pengaruh sesuai harapan komunikator (Mas & Haris, 2020, 7). Selain itu, pendapat lain mengatakan komunikasi juga dapat diartikan

sebagai interaksi yang melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk mencapai pemahaman yang sama, proses ini dilakukan melalui berbagai cara seperti lisan, tulisan maupun sinyal nonverbal (Siregar dkk., 2021, 3).

Komunikasi dalam sebuah organisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja individu. Melalui komunikasi yang efektif, interaksi antara anggota organisasi, baik antar rekan kerja, bawahan, maupun pimpinan, dapat terjalin dengan baik sehingga mendukung tercapainya tujuan bersama (Nainggolan dkk., 2021, 4). Dalam konteks organisasi, komunikasi memiliki berbagai fungsi, seperti memberikan informasi (informatif), mengatur dan mengendalikan tindakan (*regulatory*), membujuk atau mempengaruhi (persuasif), serta menyatukan anggota organisasi untuk membangun kerjasama yang selaras dalam mencapai tujuan (integratif) (Dewi dalam Siregar dkk., 2021, 4).

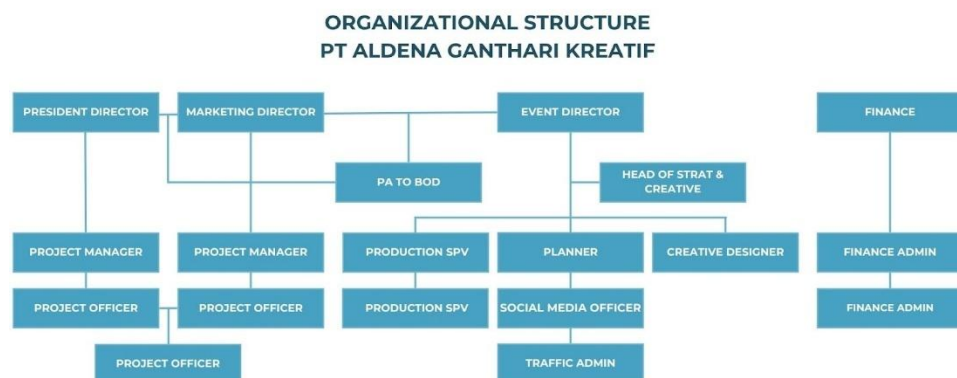
Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai proses penciptaan dan pertukaran pesan yang terjadi dalam jaringan hubungan yang saling bergantung yang bertujuan untuk menghadapi lingkungan yang tidak menentu atau terus berubah (Goldhaber dalam Mas & Haris, 2020, 59). Selain itu, komunikasi organisasi juga dapat dimaknai sebagai upaya untuk menyampaikan dan menerima informasi, baik dalam lingkungan kelompok formal maupun informal dalam suatu organisasi (DeVito dalam Siregar dkk., 2021, 62).

Komunikasi dalam organisasi dapat berlangsung dalam dua arah, yaitu secara vertikal dan horizontal. Dimensi vertikal ini dapat dibedakan menjadi

komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas (Nainggolan dkk., 2021, 173). Dimensi komunikasi vertikal ini juga sering disebut dengan *downward communication* dan *upward communication*. *Downward communication* mengacu pada aliran informasi dari pimpinan atau atasan kepada anggota atau bawahan, sedangkan pada *upward communication* merujuk pada aliran informasi dari bawahan kepada atasan. Di sisi lain, komunikasi horizontal mencakup interaksi yang terjadi antar departemen, bidang atau divisi dalam sebuah organisasi (Siregar dkk., 2021, 92).

Salah satu perusahaan *event organizer* yang berlokasi di Jakarta Pusat, DKI Jakarta, PT Aldena Ganthari Kreatif melakukan penyesuaian terhadap struktur organisasi perusahaan. Penyesuaian ini dilakukan mulai dari Januari 2025, khususnya dengan penambahan divisi *project officer* yang berperan untuk mengelola seluruh operasional dalam sebuah *project event* serta mengatur seluruh sumber daya manusia/*man power* yang terlibat dalam dalam *project event* yang di *handle*.

GAMBAR 1
STRUKTUR ORGANISASI DI PT ALDENA GANTHARI KREATIF



Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

Di PT Aldena Ganthari Kreatif, struktur organisasi dipimpin oleh jajaran direksi yang terdiri dari *President Director*, *Marketing Director*, dan *Event Director* sebagai pemimpin perusahaan yang berperan dalam penentu arah dan kebijakan perusahaan. Di bawahnya terdapat *Project Manager* dan *Project Officer* yang berperan sebagai pemimpin dalam pelaksanaan *project*. Sementara itu, *Production*, *Creative Design*, *Traffic*, *Planner*, dan *Social Media Officer* berperan sebagai pelaksana *project* yang memiliki hierarki sejajar.

Sebelum dilakukannya penyesuaian dengan penambahan divisi *Project Officer* internal pada perusahaan, PT Aldena Ganthari Kreatif seringkali menggunakan *Project Officer* yang bekerja secara *freelance* dalam penanganan *project event* yang dilakukan. Hal ini menyebabkan alur komunikasi yang terjadi saat penanganan *project event* menjadi kurang efektif dan kurang terorganisir dengan baik. Salah satu penyebabnya adalah karena *Project Officer freelance* yang tidak selalu berada di kantor secara langsung/*offline*, lebih sering bekerja secara *remote* dan bukan merupakan bagian dari karyawan internal perusahaan, sehingga *project officer freelance* tidak dapat mengelola secara langsung hal hal yang berkaitan dengan informasi internal perusahaan.

TABEL 1
DATA PERMASALAHAN SEBELUM ADANYA *PROJECT*
OFFICER INTERNAL

Tanggal	Masalah yang Terjadi/Miskomunikasi
7 Oktober 2024	Arahan dari <i>Project Officer</i> untuk pembuatan <i>Approval Form</i> , namun informasi disampaikan secara tidak langsung dan cenderung tidak lengkap karena PO yang tidak berada di kantor dan hanya berkomunikasi melalui chat dan telepon. Hal ini menyebabkan <i>form</i> harus terus ditambah dan diperbaiki sedikit demi sedikit, sehingga proses penyusunannya menjadi berulang kali dan memakan waktu lama.
23 Oktober 2024	Ketidakjelasan arahan terkait pembuatan beberapa surat perizinan <i>event</i> . Tim <i>Account Executive</i> me-remind mengenai tugas tersebut agar dikerjakan sesuai arahan <i>Project Officer</i> , sementara <i>Project Officer</i> belum memberikan informasi apapun mengenai pembuatan surat. Sehingga arahan yang didapat menjadi kurang jelas dan tidak lengkap yang menyebabkan revisi yang cukup banyak untuk hal-hal kecil, membutuhkan waktu lama untuk mendapat <i>acc</i> dan menghambat pekerjaan lain.
23 Oktober 2024	Terjadinya kesalahpahaman arahan untuk <i>print design</i> kebutuhan <i>event</i> karena arahan disampaikan secara tidak langsung. Sehingga terjadi kesalahan lokasi vendor untuk <i>print design</i> yang membuat prosesnya menjadi membutuhkan waktu lebih lama.
6 Desember 2024	Delegasi tugas secara mendadak untuk pemesanan catering kebutuhan hari-H <i>event</i> , sehingga informasi yang didapatkan oleh tim yang didelegasikan dengan tugas tersebut menjadi tidak menyeluruh dan kurang jelas. Hal ini menyebabkan terjadi kesalahan tanggal pemesanan catering, sehingga harus memesan ulang untuk tanggal yang benar dan terjadi pemborosan anggaran.
12 Desember 2024	Koordinasi yang kurang baik mengenai siapa yang harus menjadi narahubung utama dengan pihak sponsor untuk mendapat <i>report</i> bukti pembayaran <i>sponsorship</i> . Akibatnya, proses menjadi sangat lambat dan memakan waktu hingga berganti tahun untuk akhirnya bisa mendapatkan report yang dibutuhkan

Sumber : Olahan Data Penulis (2025)

Dari permasalahan di atas, maka penulis ingin menemukan dan menggali mengenai komunikasi internal di PT Aldena Ganthari Kreatif baik komunikasi dari atasan ke bawahan dan sebaliknya maupun antar divisi. Penelitian ini didasarkan pada teori komunikasi vertikal dan horizontal. Berdasarkan uraian dari pembahasan latar belakang yang telah disampaikan, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Komunikasi Internal Dalam Penanganan *Project* di PT Aldena Ganthari Kreatif”**.

B. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka dalam penelitian ini peneliti berfokus kepada hal berikut:

1. Bagaimana komunikasi vertikal dalam penanganan *project* di PT Aldena Ganthari Kreatif?
2. Bagaimana komunikasi horizontal dalam penanganan *project* di PT Aldena Ganthari Kreatif?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mencapai dua sasaran utama, yaitu:

1. Tujuan Formal

Penelitian dengan judul “Komunikasi Internal Dalam Penanganan *Project* di PT Aldena Ganthari Kreatif” disusun oleh penulis sebagai bagian dari syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi Diploma IV pada program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui dan menganalisis mengenai komunikasi internal di PT Aldena Ganthari Kreatif sebagai perusahaan *event organizer* pada saat penanganan *project*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam hal komunikasi organisasi terkait dinamika komunikasi internal dalam pelaksanaan *project*. Dengan mengangkat tiga dimensi komunikasi internal, yaitu vertikal ke bawah, vertikal ke atas, dan horizontal, penelitian ini diharapkan memperluas pemahaman tentang bagaimana pola komunikasi dijalankan dalam kerjasama tim yang bersifat fleksibel.

2. Manfaat Teoritis

a. Untuk Lokus

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menyusun strategi komunikasi internal yang lebih sistematis dan efektif dalam penanganan *project* di PT Aldena Ganthari Kreatif.

b. Untuk Pembaca

Penelitian ini dapat menjadi gambaran praktis mengenai tantangan dan solusi komunikasi di lingkungan kerja *event*, serta menjadi referensi bagi pelaku industri *event organizer* yang menghadapi dinamika komunikasi tim lintas divisi.

c. Untuk Penulis

Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk penulis memahami secara langsung bagaimana teori komunikasi internal diterapkan dalam konteks kerja profesional, khususnya pada penanganan *project* di industri *event*.