

Analisis Komunikasi Organisasi Antara *Event Project Team* dan *Account Executive* di *Event Organizer* Twisbless

Organizational Communication Analysis Between Event Project Team and Account Executive in Twisbless Event Organizer

Innaka Dwi Hasanti

STIKOM The London School of Public Relations, Jalan K.H. Mas Mansyur Kav. 35, Jakarta, Indonesia

E-mail: innakadwi@gmail.com

Menerima 19 Maret 2019, Revisi 4 April 2019, Diterima 17 Juni 2019

Abstract

A successful event requires good communication between the project team and account executive involved in the event. Project team is assigned to perform the project tasks while account executive is responsible to initiate and maintain favorable relationship between the company's internal team. The purpose of this research is to analyse the communication flows between project team and account executive at Twisbless Event Organizer and to investigate the common communication obstacles in Twisbless. The conceptual framework used was organizational communication theory. The research used qualitative method. The subjects were employees of Twisbless who acted as project team and account executive. Data were collected through interviews and observations of four Twisbless employees. The results revealed that the organizational communication occurred between the project team and account executive at Twisbless was internal and external communication. The internal communication flew in four directions: upward, downward, diagonal, and horizontally. Communication barriers found were technical disturbances, semantic disorders, physical barriers, psychological disorders and perceptual gap, all of which might cause problems if the event organized failed to meet clients' expectations.

Keywords: *Account Executive, Event, Organizational Communication, Project Team.*

Abstrak

Berhasilnya sebuah *event* membutuhkan komunikasi yang baik antara *project team* dan *account executive* yang terlibat dalam *event* tersebut. *Project team* bertugas untuk menyelenggarakan acara sedangkan tugas dari *account executive* adalah menjadi mediator antara *project team* dengan kliennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pola komunikasi yang berlangsung antara *project team* dan *account executive* di *event organizer* Twisbless serta mengetahui hambatan komunikasi yang ada di dalam organisasi tersebut. Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi organisasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan Twisbless yang berperan sebagai *project team* dan *account executive*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi terhadap empat orang narasumber yang bekerja di Twisbless. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi yang digunakan oleh *project team* dan *account executive* di Twisbless adalah komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal berlangsung dalam empat arah yaitu, komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi diagonal, dan komunikasi horizontal. Adapun hambatan yang ada dalam proses komunikasi organisasi yaitu gangguan teknis, gangguan semantik, rintangan fisik, gangguan psikologis dan perbedaan kerangka berpikir, yang kesemuanya akan menimbulkan masalah apabila *event* yang diselenggarakan tidak sesuai dengan ekspektasi klien.

Kata kunci: *Project Team, Account Executive, Event, Komunikasi Organisasi.*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, bisnis jasa pelaksana acara dan profesi penyelenggara acara atau yang biasa disebut dengan *event organizer* (EO) adalah jenis pekerjaan yang tergolong baru. Menurut Setiawan (dalam Ramdhani, Sapitri & Rizkyansyah, 2018), *event organizer* (EO) adalah usaha dalam bidang jasa yang

ditunjuk secara resmi oleh klien untuk mengorganisasikan rangkaian acara, mulai dari proses pembuatan konsep, perencanaan, persiapan, eksekusi hingga selesainya seluruh rangkaian acara, dalam rangka membantu klien mewujudkan tujuan yang diharapkan melalui acara tersebut.

Saat ini, EO banyak bergerak di beberapa bidang seperti pertunjukan musik, pameran produk (mobil, komputer, *handycraft*), peluncuran produk, sampai dengan *wedding party*. Sesungguhnya, praktik EO di Indonesia sudah ada sejak tahun 1990-an seiring dengan mulai maraknya pembagian tugas panitia pada pesta-pesta adat untuk mendukung suksesnya suatu acara. Pembagian tugas ini juga ditemukan pada acara kematian dan pesta adat lainnya (Syaikhon, 2013).

Sejak berkembangnya penyelenggaraan *event* sejenis ekshibisi atau ekspo oleh perusahaan untuk memperkenalkan produknya, maka mulai banyak perusahaan yang memiliki divisi khusus untuk menangani penyelenggaraan acara perusahaan. Akan tetapi, sejak terjadinya krisis ekonomi pada akhir tahun 1990 sampai awal tahun 2000, divisi ini hanya menjalankan fungsinya pada saat tertentu saja sehingga perusahaan mulai menutup divisi tersebut. Sejak itu, dimulailah kerja sama dengan EO dari luar perusahaan untuk mengadakan *event* perusahaan (Noor, 2017).

Tentu saja peluang bisnis EO ini cukup cerah mengingat gaya hidup masyarakat modern yang ingin serba instan dan tidak mau repot dengan urusan-urusan yang rumit. Beberapa acara besar masih menggunakan EO dari luar daerah, tentu saja ini merupakan peluang yang harus dibidik oleh orang dari daerah setempat (Syaikhon, 2013).

Natoradjo (dalam Suprajang, 2014) berpendapat bahwa EO bertugas untuk mengumpulkan dan mempertemukan khalayak untuk sebuah tujuan, EO bertanggung jawab melakukan penelitian, membuat desain *event*, merencanakan, melakukan koordinasi, supervisi, dan pengawasan terhadap pelaksanaan sebuah *event*. EO memproduksi atau menghadirkan sebuah *event* untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan klien, penyelenggara, orang atau instansi yang mempunyai hajat. Agar dapat berjalan dengan baik dan sukses, *event* harus melalui serangkaian tahap proses.

Susunan organisasi EO sebagai sebuah perusahaan tidaklah berbeda dari institusi bisnis lainnya, yang terdiri dari direktur dan para manajer yang membawahi masing-masing divisi, seperti *marketing*, administrasi, keuangan, operasional, produksi, dan lain sebagainya. Namun, struktur organisasi EO sedikit berbeda karena menyesuaikan kebutuhan proyek yang sedang ditanganinya. Beberapa contoh fungsi yang biasanya ada dalam sebuah proyek *event* di antaranya: *Project Manager/Event Manager*, *Field Officer*, *Talent Officer*, *Show Director*, *Art Director*, *Stage*

Manager, *Sound Engineer/Soundman*, *Lightingman*, *Security*, *Runner*, *Client Service*, *Multimedia Crew*, *Tim Dokumentasi*, *Public Relation*, dan lain sebagainya. Jika ada salah satu fungsi EO dalam sebuah *event* yang tidak bekerja dengan baik, maka penyelenggaraan *event* akan terkena dampaknya. (Tumewu, Lumanauw, & Ogi, 2014)

Lima divisi utama dalam struktur organisasi PT. Talenta Wirama Berkat adalah *project team*, tim produksi, *account executive*, tim kreatif, tim keuangan dan *support*. Tugas *project team* adalah mengatur *flow* acara, mengatur bagian teknis *event*, mengoordinasikan semua pihak yang terlibat dalam *event* tersebut, mematangkan konsep bersama tim kreatif dan *account executive*, dan menjalankan konsep yang sudah disetujui bersama klien. Oleh karena itu, *project team* harus memiliki pola komunikasi yang baik sehingga penyelenggaraan *event* dapat berjalan lancar dan risiko terjadinya kesalahan teknis saat *event* berlangsung dapat diminimalisasi.

Account executive bertugas untuk bertemu dan berhubungan langsung dengan klien guna membahas kebutuhan dan keinginan *event* dari si klien, menyampaikan beberapa pilihan konsep dan ide dari tim kreatif dan *project team*, dan melakukan *deal* dengan klien. Posisi *account executive* adalah sebagai mediator antara klien dengan *project team* dan tim kreatif.

Setiap ada *event* baru, *account executive* bertugas untuk bertemu klien guna membahas konsep *event* yang klien inginkan. Setelah semua materi konsep dari klien didapatkan, *account executive* menyampaikan konsep tersebut kepada *project team* (*project manager & project officer*) untuk dibahas kelayakannya dan dilakukan revisi apabila konsep tersebut dianggap kurang baik atau kurang layak. Pembahasan konsep ini dilakukan melalui *meeting* internal yang melibatkan *creative team* dan *production team* untuk membahas desain materi promosi, desain produksi seperti *booth* dan ornamen *event*, serta konsep unik sebagai masukan tambahan.

Salah satu kegagalan yang pernah dialami PT Talenta Wirama Berkat adalah saat penyelenggaraan *event* Sharp. *Event* tersebut didesain sebagai *charity* untuk menyumbangkan baju layak pakai. Penyelenggaraan *event* tersebut dinilai gagal karena target yang diinginkan tidak tercapai. Ini lantaran konsep yang digunakan pada *event* tersebut masih bersifat *trial* dan jadwal produksi yang tidak sesuai *timeline*.

Semakin ketatnya persaingan industri bisnis manajemen acara membuat setiap *event organizer* bersaing dalam merancang dan menghasilkan sebuah acara yang menarik, kreatif, dan bernilai tinggi. Sangat penting bagi sebuah *event organizer* untuk memiliki manajemen komunikasi organisasi yang baik dan efektif bagi seluruh divisi internalnya. Tujuannya adalah untuk menghasilkan acara yang sukses dan bernilai tinggi serta dapat membuat klien puas dengan pelayanan *event organizer* tersebut dan mendapat *feedback* positif dari audiens acara. Permasalahan yang muncul di PT Talenta Wirama Berkat adalah sering terjadinya *miscommunication* antara *project team* dan *account executive*. Akibatnya, jadwal produksi tidak sesuai dengan *timeline* yang telah dibuat sehingga molor dari waktu yang semestinya. Misalnya, seharusnya dapat selesai di pagi hari, ternyata baru selesai di siang hari.

Sebagai salah satu *event organizer* yang berlokasi di Jakarta, PT. Talenta Wirama Berkat atau Twisbless sudah memiliki klien tetap di Jakarta. Didirikan pada bulan September 2009, Twisbless (PT. Talenta Wirama Berkat) mengkhususkan diri dalam kegiatan pemasaran & manajemen acara, seperti *brand activation*, peluncuran produk, pameran, seminar, konferensi, dan *company gathering*. Pendekatan pemasaran Twisbless dimulai dengan memahami kebutuhan pelanggan yang menginginkan *customer value* yang berkelanjutan. Lebih dari itu, Twisbless berupaya menghadirkan gagasan dan konsep yang segar, kreatif dan inovatif di setiap pemasaran & manajemen acara yang diadakan Twisbless telah mengembangkan bisnis ini menjadi "*One Stop Integrated Marketing Services*" guna mengakomodasi pertumbuhan dan permintaan pelanggan. Sebagai salah satu unit usaha dari Talenta Group, Twisbless juga menyediakan *creative design & booth production*, *manpower management & community organizer*. Twisbless berkomitmen untuk memberikan layanan yang berharga kepada klien melalui kerja mereka yang menekankan pada kreativitas, semangat, integritas, dan kepercayaan (Twisbless, n.d.).

PT. Talenta Wirama Berkat memiliki misi untuk terus mengembangkan pola komunikasi organisasi yang memungkinkannya untuk terus bertahan dan berkembang menjadi *event organizer* terbaik yang menghasilkan acara yang menarik, kreatif, dan bernilai tinggi di Jakarta.

Oleh karena itu, penulis ingin meneliti pola komunikasi organisasi yang berlangsung antara *event project team* dan *account executive* di PT.

Talenta Wirama Berkat. Hal ini didasari oleh fakta bahwa lancarnya sebuah *event* sangat tergantung pada kelancaran komunikasi yang dilakukan antara *event project team* dan *account executive*. *Event project team* bertugas untuk melaksanakan seluruh kegiatan *event*, sedangkan *account executive* bertugas sebagai mediator antara klien dan *event project team*. Di dalam *event project team* terdapat *head of project division*, *project manager* dan *project officer*. Permasalahan yang terjadi di PT. Talenta Wirama Berkat adalah seringnya terjadi *miscommunication* antara *event project team* dan *account executive*, yang menyebabkan jadwal produksi *pre-event* sering tertunda. Akibatnya, terjadilah kegagalan pada salah satu *event* yang mereka selenggarakan sehingga target klien tidak terpenuhi. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pola komunikasi organisasi dan hambatan komunikasi yang muncul di PT. Talenta Wirama Berkat. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah pada kajian tentang signifikansi komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan dan menjadi referensi bagi pembaca yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Adapun secara praktis, penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada *event organizer* terkait untuk meningkatkan komunikasinya sehingga dapat meminimalisasi hambatan komunikasi organisasi yang ada. Selain itu, kajian ini juga dapat memberikan informasi tentang pola komunikasi organisasi dalam sebuah *event organizer* serta seluk beluknya.

KAJIAN TEORI

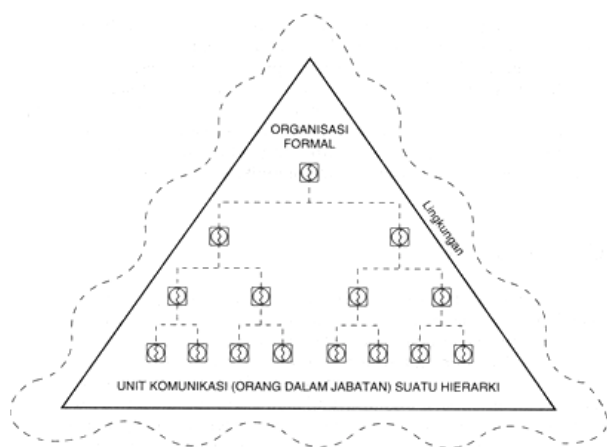
Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman serta penerimaan berbagai pesan organisasi baik di kelompok organisasi formal maupun informal. Komunikasi formal merupakan jalur komunikasi resmi yang terkait dengan rantai komando atau hubungan tugas dan tanggung jawab di dalam organisasi. Adapun jalur komunikasi informal merupakan jalur komunikasi tidak resmi, baik di dalam maupun di luar organisasi, tetapi masih berkaitan dengan fungsi tidak langsung para pimpinan organisasi (Yuliana, 2012)

Menurut Liliweri (dalam Alvian, 2016), komunikasi organisasi merupakan simbol-simbol yang menandai keberadaan sebuah organisasi, baik itu berupa kata-kata, gagasan maupun konstruk yang mendorong, mengonfirmasi, mengoordinasikan dan mewujudkan aktivitas yang terorganisasi dalam

situasi-situasi spesifik. Dengan demikian, komunikasi organisasi adalah sebuah penjelasan teoritis atas praktik-praktik komunikasi dalam organisasi yang berupaya mewujudkan kebersamaan baik di internal organisasi maupun di luar organisasi.

Pace & Faules (dalam Ishak, 2012) menambahkan bahwa komunikasi organisasi merupakan pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit komunikasi (orang dalam jabatan) yang merupakan bagian dari suatu organisasi. Sebuah organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi yang terhubung secara hierarkis antara yang satu dengan yang lain.



Gambar 1. Sistem Komunikasi Organisasi

Dimensi Komunikasi Organisasi

Berdasarkan ruang lingkupnya, Lawrence D. Brennan dalam Effendy (dalam Harivarman, 2018) mengatakan bahwa komunikasi organisasi dibedakan menjadi dua, yaitu komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal adalah pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan yang membentuk perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan strukturnya (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan atau jawatan yang memfasilitasi pelaksanaan pekerjaan. Adapun komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur yang bersifat timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi.

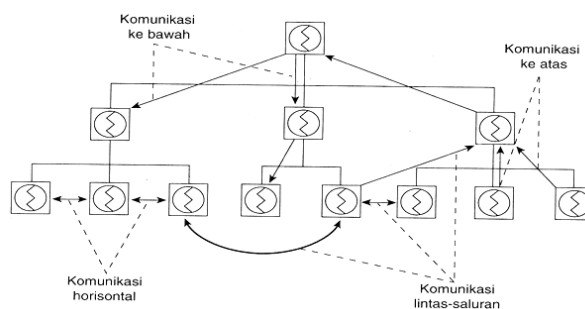
Arah Komunikasi Organisasi

Arah atau aliran informasi dalam suatu organisasi adalah suatu proses dinamis. Dalam

proses inilah pesan-pesan secara tetap dan berkesinambungan diciptakan, ditampilkan, dan diinterpretasikan. Proses ini berlangsung terus dan berubah secara konstan. Artinya, komunikasi organisasi bukanlah sesuatu yang terjadi dan kemudian berhenti. Sebaliknya, komunikasi terjadi sepanjang waktu.

Arah komunikasi organisasi menurut Pace & Faules (dalam Sidauruk, 2013) terbagi menjadi empat, yaitu:

1. Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*)
Informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada jabatan yang secara hierarkis lebih rendah.
2. Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*)
Informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (penyelia).
3. Komunikasi Horizontal
Terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama.
4. Komunikasi Diagonal
Penyampaian informasi yang melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka.



Gambar 2. Empat Arah Komunikasi Organisasi

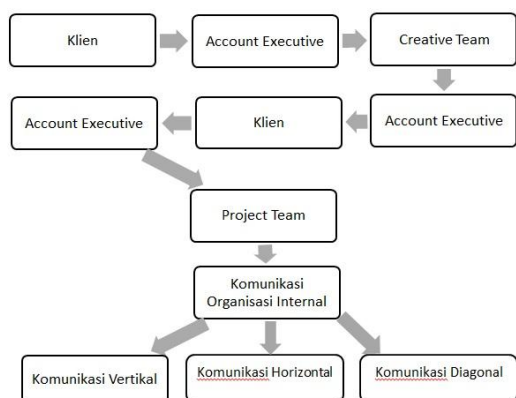
Hambatan Komunikasi Organisasi

Dalam sebuah organisasi, komunikasi yang dilakukan tidak selalu berjalan mulus. Terkadang ada hal yang membuat komunikasi di dalam sebuah organisasi terganggu dan terhambat sehingga muncullah *misunderstanding* di antara orang-orang di dalam organisasi tersebut. Menurut Hubeis et. al. (dalam Pahlevi, 2018) ada beberapa faktor yang

menyebabkan komunikasi organisasi terhambat, antara lain :

- Gangguan teknis, yang terjadi jika timbul gangguan dalam sebuah alat komunikasi sehingga informasi yang disampaikan sulit diterima atau dipahami oleh komunikan.
- Gangguan semantik, yang muncul apabila terjadi kesalahan pada bahasa yang digunakan.
- Gangguan psikologis, yang terjadi karena adanya gangguan yang disebabkan oleh persoalan-persoalan dalam diri individu.
- Rintangan fisik atau organik, yang disebabkan karena kondisi geografis.
- Rintangan kerangka berfikir, yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan komunikan, yang dilatarbelakangi oleh perbedaan pengalaman dan pendidikan.
- Rintangan budaya, yang disebabkan oleh adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

Kerangka Konsep



Gambar 3. Kerangka Konsep

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah observasi dan wawancara mendalam. Data dianalisis dengan cara nonstatistik (Mulyadi, 2018).

Penelitian dilakukan pada informan selaku karyawan Twisbless yang menjabat sebagai *head of project division*, *project manager*, *project officer* dan *account executive* dari bulan Desember 2017 sampai April 2018. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Hasil wawancara dianalisis dengan struktur umum, struktur linier dan struktur komparatif. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode untuk mengumpulkan data dan mengecek ulang

derajat kepercayaan dengan melakukan wawancara terhadap seorang ahli di bidang *event organizer* dan empat orang karyawan PT. Talenta Wirama Berkat dengan fokus penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.
Fokus Penelitian

Objek Penelitian: Komunikasi Organisasi Internal antara <i>Project Team</i> dan <i>Account Executive</i>		
Elemen	Dimensi	Evidensi
Komunikasi Vertikal	1. Komunikasi ke Bawah	1. Instruksi dan pengarahan dari <i>Head of Project Division</i> ke <i>Project Team</i> 2. Evaluasi hasil event dari <i>Event Project Manager</i> ke <i>Project Team</i> 3. Informasi mengenai perubahan instruksi dari <i>Head of Project Division</i> ke <i>Project Team</i>
	2. Komunikasi ke Atas	1. Evaluasi hasil kerja event dari <i>Project Team</i> ke <i>Event Project Manager</i> 2. Keluhan dan masukan ide dari <i>Project Team</i> ke <i>Event Project Manager</i>
Komunikasi Horizontal	Horisontal	1. Diskusi mengenai kematangan konsep antara <i>Project Manager</i> dan <i>Account Executive</i> 2. Pemecahan masalah dan hambatan event dengan sesama <i>Project Officer Team</i> 3. Koordinasi tugas antara <i>Project Manager</i> dan <i>Account Executive</i>
		1. Diskusi mengenai konsep antara <i>Project Team</i> dan <i>Account Executive</i> 2. Pelaksanaan koordinasi tugas antara <i>Project Team</i> dan <i>Account Executive</i>
Komunikasi Diagonal	1	Hambatan yang terjadi pada komunikasi antara <i>Project Team</i> dan <i>Account Executive</i> .

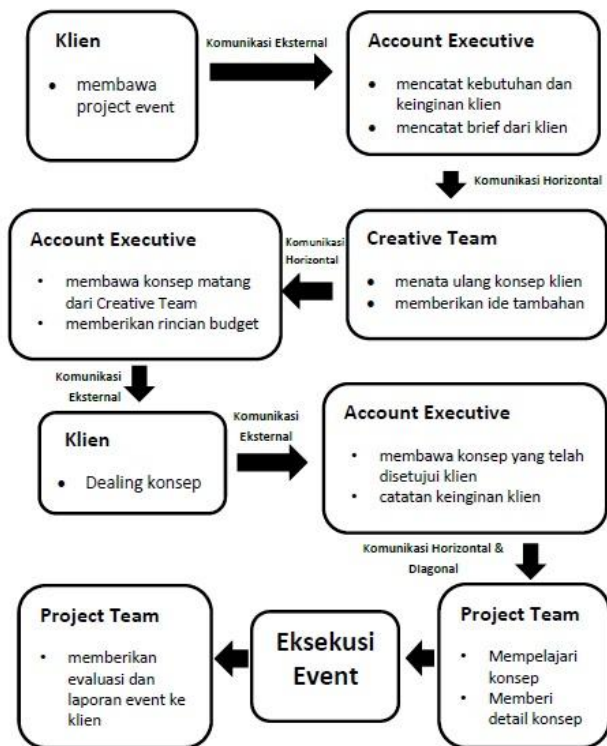
Tabel 2.
Profil Narasumber

Nama	Jabatan Saat Ini	Arah Komunikasi yang Dilakukan
Ressa (RA)	<i>Senior Account Executive</i>	Horizontal, Diagonal, Eksternal
Garry (GT)	<i>Head of Project Division</i>	Vertikal (Bawah), Diagonal, Eksternal
Ali (AA)	<i>Project Manager</i>	Vertikal (Atas & Bawah), Horizontal, Eksternal
Adi (AS)	<i>Senior Project Officer</i>	Vertikal (Atas), Diagonal, Eksternal
Shelly (SR)	Ahli di bidang <i>Event Organizer</i> (Direktur Global EO)	-

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Komunikasi

Dari hasil penelitian, proses komunikasi yang dilakukan oleh tim *event organizer* dengan klien sejak awal *pitching* hingga terselenggaranya *event* tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



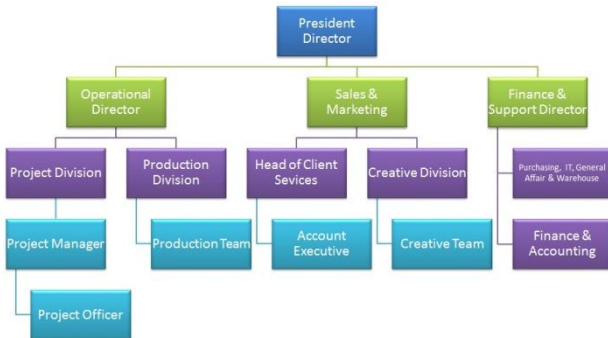
Gambar 4. Proses Komunikasi Saat Penyelenggaraan *Event*

1. Pertemuan klien dengan EO
Proses penyelenggaraan *event* dimulai ketika klien mengundang tim *event organizer*, yang meliputi *account executive* dan tim kreatif. Tim tersebut diberi *briefing* mengenai kebutuhan *event* dan gambaran konsep yang diinginkan. Kepada *account executive*, klien memberikan rincian *budget* yang akan mereka keluarkan untuk *event* yang akan dijalankan. Komunikasi yang dilakukan oleh klien dengan *account executive* merupakan komunikasi eksternal.
2. *Briefing* Konsep
Setelah itu, *account executive* mengadakan *briefing* internal dengan tim kreatif mengenai konsep *event*. Selanjutnya, tim kreatif akan berusaha mendesain acara yang semenarik mungkin agar perusahaannya menang *pitching project event* tersebut. Komunikasi yang dilakukan antara *account executive* dengan tim kreatif merupakan komunikasi horizontal.

Setelah tim kreatif memantapkan konsep tersebut, *account executive* akan mengecek terlebih dahulu apakah konsep tersebut dapat diimplementasikan dengan batasan *budget* yang klien inginkan.

3. Pengajuan Proposal ke Klien
Jika konsep tersebut sudah sesuai dengan *budget* yang disarankan, *account executive* akan membuat proposal untuk diserahkan kepada klien.
4. Persetujuan dan Perjanjian Proposal
Jika konsep yang dibuat oleh tim kreatif telah disetujui klien, *account executive* akan melakukan *dealing* dengan klien dan membuat perjanjian mengenai pembagian tugas untuk menjalankan *event* tersebut
5. Persiapan Materi
Setelah disetujui oleh klien, *account executive* memberikan *brief* kepada *project team* mengenai konsep tersebut. Di dalam *project team* terdapat *head of project division*, *project manager* dan *project officer*. Konsep tersebut kemudian dijabarkan secara lebih detail oleh *project team* untuk disusun menjadi *manual book* serta *checklist* yang akan menjadi acuan *project officer* dalam menyelenggarakan *event* sesuai dengan *flow* yang telah disusun. Komunikasi horizontal yang terjadi pada proses ini adalah komunikasi yang dilakukan antara *account executive* dan *project manager*. Adapun komunikasi diagonal terjadi pada komunikasi yang dilakukan antara *account executive* dengan *head of project division* dan *project officer*.
6. Eksekusi
Dalam proses ini, yang bertugas hanyalah *project team*. Di lapangan, *project team* akan mengurus dan melengkapi semua kebutuhan *event* sesuai dengan *checklist* dan *timeline* yang telah dibuat sebelumnya. Komunikasi vertikal terjadi pada saat *head of project division* memberikan arahan di lapangan kepada *project manager* maupun *project officer*.
7. Evaluasi
Setelah *event* selesai, *project team* akan membuat evaluasi dan *report* tentang *event* yang telah diselenggarakan, yang kemudian akan dipresentasikan ke depan klien saat *meeting* evaluasi. Proses komunikasi yang terjadi saat *project team* memberikan evaluasi dan *report event* merupakan komunikasi eksternal.
Hasil penelitian ini memperkuat pernyataan Suseno (2005) bahwa proses yang harus dilalui dalam menyelenggarakan *event* antara lain adalah

pertemuan antara klien dan EO, pengajuan proposal kepada klien, persetujuan dan perjanjian proposal serta persiapan materi.



Gambar 5. Struktur Organisasi Twisbles

Arah Komunikasi

Vertikal (Ke Atas)

- **Project Manager (AA) ke Head of Project Division (GT)**
 Dalam komunikasi ini dibahas mengenai *plotting* tim yaitu pembagian tim untuk *event* yang akan dijalankan dan kerja sama dengan EO *partner* untuk *event* yang diselenggarakan di luar Jakarta. Komunikasi ke atas yang dilakukan terjadi hampir setiap hari melalui telepon.
- **Project Officer (AS) ke Head of Project Division (GT) dan Project Manager (AA)**
 Dalam komunikasi ini dibahas mengenai aspek normatif dari pekerjaan. Komunikasi ke atas terjadi pada proses komunikasi langsung di forum atau *meeting* maupun tidak langsung melalui media komunikasi seperti *whatsapp group*, *email*, ataupun telepon.

Vertikal (Ke Bawah)

- **Head of Project Division (GT) ke Project Manager (AA) dan Project Officer (AS)**
 Dalam proses ini dibahas tentang kebutuhan *manpower* yaitu kru tambahan (*freelancer*) untuk membantu pelaksanaan *event*. Di samping itu juga dibahas tentang target *key performance indicator* (KPI) *project event*, dilakukan koordinasi mengenai pengurangan *budget* yang dilakukan oleh *account executive* dan koordinasi dengan *vendor* yang bekerja sama untuk *event-event* besar yang membutuhkan lebih banyak *equipment*. Komunikasi ke bawah dilakukan melalui

meeting internal minimal seminggu sekali. Jika ada lebih dari satu *event* yang sedang ditangani, komunikasi dapat terjadi dua kali dalam seminggu, sedangkan komunikasi yang dilakukan melalui media komunikasi seperti *whatsapp group* terjadi setiap hari.

- **Project Manager (AA) ke Project Officer (AS)**
 Dalam komunikasi ini dibahas mengenai masalah *flow event* dan *update* mengenai *event* yang sedang berjalan. Komunikasi ke bawah yang dilakukan secara langsung jarang terjadi, yaitu hanya saat *weekly meeting*. Akan tetapi, komunikasi dengan bawahan via telepon sering dilakukan.

Horizontal

- **Project Manager (AA) ke Account Executive (RA)**
 Dalam proses ini akan dibahas mengenai perubahan tim koordinasi dari klien. Komunikasi horizontal dilakukan hampir setiap hari melalui tatap muka pada saat *meeting* maupun melalui telepon.
- **Account Executive (RA) ke Project Manager (AA)**
 Dalam komunikasi ini dilakukan penyatuan persepsi tentang proyek yang akan dijalankan. Komunikasi horizontal terjadi sebanyak tiga kali dalam seminggu melalui tatap muka pada saat *meeting* di kantor maupun di luar kantor, sedangkan komunikasi melalui media komunikasi seperti *whatsapp* dan *email* terjadi setiap hari.

Diagonal

- **Head of Project Division (GT) ke Account Executive (RA)**
 Dalam proses ini dibahas mengenai *budget*, *deadline*, *manual book* untuk *project officer* dan kru yang melaksanakan *event* dan *checklist* kebutuhan *event*. Komunikasi diagonal sering dilakukan oleh *head of project division* dengan *account executive* secara langsung di kantor maupun melalui *whatsapp group*.
- **Project Officer (AS) ke Account Executive (RA)**
 Dalam proses ini dibahas mengenai *project approval*, yaitu pengajuan ide dan saran kepada klien mengenai *event* yang akan dijalankan dan dampaknya ke *budget* klien. Selain itu, juga akan dibahas mengenai *margin* perusahaan.

Komunikasi diagonal biasanya terjadi satu sampai dua kali seminggu melalui *meeting*. Akan tetapi, saat mendekati hari penyelenggaraan *event*, komunikasi dilakukan setiap hari pada hari kerja melalui *whatsapp group*, *email* dan telepon.

- **Account Executive (RA) ke Head of Project Division (GT) dan Project Officer (AS)**

Dalam proses ini dibahas mengenai *checklist event* yang memuat daftar kebutuhan *event*, *timeline event (rundown)*, dan *briefing* mengenai *project event*. Di dalamnya akan dibicarakan tentang eksekusi konsep tim kreatif oleh *project team* dan ekspektasi klien terhadap *event* tersebut. Tujuan dari pembahasan ini adalah agar klien puas dengan konsep yang direalisasikan oleh *project team*. Komunikasi diagonal dilakukan sebanyak tiga kali seminggu saat *meeting* dan setiap hari melalui *whatsapp group* dan *email*.

Eksternal

- **Head of Project Division (GT) ke klien**

Dalam komunikasi ini dibahas mengenai persiapan *event*, yang mencakup kebutuhan klien, target *event* yang sedang dijalankan dan evaluasi terhadap penyelenggaraan *event*.

- **Project Manager (AA) ke klien**

Dalam komunikasi ini dibahas tentang hasil survei lokasi *event*.

- **Project Officer (AS) ke klien**

Dalam komunikasi ini dibahas mengenai *printing* dan *design approval* yaitu desain untuk *banner*, *backdrop*, *souvenir event*, poster ataupun desain cetak yang akan digunakan untuk mendukung *event*, *gimmick* berupa *souvenir* maupun material pendukung *event* dan *talent* untuk mengisi acara.

- **Account Executive (RA) ke Klien**

Dalam komunikasi ini dibahas mengenai tim internal klien dan *approval budget* yaitu anggaran yang disetujui oleh klien.

Hambatan Komunikasi Organisasi

Vertikal (Ke Atas)

1. Rintangan fisik atau organik berupa jauhnya jarak fisik antara satu anggota tim dengan yang lain. Contoh, terhambatnya komunikasi ketika rekan kerja sedang berada di luar kota untuk menjalankan *event* lain.

2. Gangguan psikologis, yaitu kurangnya kemampuan tiap individu untuk mengendalikan egonya.

Vertikal (Ke Bawah)

1. Faktor rintangan kerangka berpikir berupa perbedaan pendapat atau persepsi. Contoh: perbedaan pendapat dan pengetahuan terkait kebutuhan *event*
2. Gangguan teknis berupa kesulitan untuk menghubungi rekan kerja., yang muncul karena adanya pekerjaan lain yang harus dijalankan.

Horizontal

1. Gangguan psikologis berupa kurangnya fokus dalam pekerjaan sehingga lupa untuk menyampaikan *update* dari klien. Hal ini bisa terjadi karena banyaknya beban pekerjaan yang harus dikerjakan.
2. Gangguan teknis seperti kurangnya komunikasi, misalnya saat melakukan *dealing project event*.

Diagonal

1. Gangguan teknis berupa kurangnya waktu untuk bertemu dan melakukan komunikasi, yang bisa terjadi karena minimnya waktu, kesibukan yang tidak bisa dihindari dan adanya pekerjaan yang lain saat *weekend*.

Eksternal

1. Gangguan semantik berupa kesalahpahaman yang disebabkan oleh kata-kata atau bahasa yang digunakan dalam media komunikasi. Contoh: Kesalahpahaman akibat bahasa yang digunakan dalam komunikasi via *whatsapp* atau *email* dan perbedaan persepsi yang timbul karena pengertian yang salah.
2. Gangguan psikologis, misalnya lupa dengan permintaan klien sehingga keinginan klien tidak terpenuhi.

Pendapat Ahli di Bidang Event Organizer

Berdasarkan hasil analisis di atas, ahli menganggap bahwa komunikasi yang dilakukan antara *project team* dengan *account executive* penting dilakukan guna melancarkan penyelenggaraan *event*. Jika komunikasi di antara keduanya tidak berjalan baik, maka EO tidak akan mengetahui keinginan dan ekspektasi klien. Komunikasi antara EO dengan klien juga penting dilakukan untuk memberikan pelayanan terbaik

kepada klien. Tanpa adanya komunikasi yang baik, EO tidak akan mengetahui setiap perubahan yang terjadi. Klien berhak mendapatkan informasi mengenai setiap perubahan dan kendala yang terjadi saat *event* berlangsung. Oleh karena itu, komunikasi dinilai sangat penting untuk dipertahankan.

Dari analisis ahli, komunikasi yang dilakukan *project team* dan *account executive* dalam menangani *event* sudah dilakukan semestinya. Kelancaran komunikasi akan berdampak pada keberhasilan penyelenggaraan *event*. Proses komunikasi *project team* maupun *account executive* di PT. Talenta Wirama Berkat dalam menangani kliennya dinilai sudah efektif karena mereka telah mengikuti prosedur yang benar.

Di samping itu, ahli juga memberikan beberapa solusi untuk *project team* dan *account executive* agar hambatan komunikasi yang sering mereka temui dapat diminimalisasi. *Project team* dan *account executive* disarankan untuk lebih sering mengadakan *briefing*. Apabila dirasa sulit untuk bertemu secara langsung, mereka disarankan untuk memanfaatkan media komunikasi yang ada sebaik-baiknya agar semua permasalahan dapat dikomunikasikan sesegera mungkin. Selain itu, untuk meminimalisasi hambatan semantik, ahli menyarankan untuk meninjau kembali seluruh informasi yang disampaikan melalui media komunikasi, melalui pertemuan langsung maupun via telepon. Ditambahkannya, tim internal EO perlu selalu memperbaharui *checklist* terbaru dari klien agar tidak ada tugas yang luput untuk dikerjakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan terhadap hasil penelitian di atas dihasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunikasi organisasi yang dilakukan oleh *project team* dan *account executive* di *event organizer* PT. Talenta Wirama Berkat memiliki dua dimensi yaitu internal dan eksternal. Dimensi internal terbagi menjadi empat arah komunikasi yaitu komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal. Komunikasi eksternal yang dilakukan oleh *project team* dan *account executive* merupakan komunikasi mereka dengan kliennya. Adapun komunikasi internal terjadi saat *account executive* memberikan *brief* mengenai konsep kepada tim kreatif dan *project team*. Komunikasi internal berlangsung dalam empat

arah. Pertama adalah komunikasi horizontal, yang berlangsung saat *account executive* berkomunikasi dengan *project manager* dan tim kreatif. Kedua, komunikasi vertikal yang terbagi menjadi dua arah, yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas. Komunikasi ke bawah terjadi saat *head of project division* berkomunikasi dengan *project officer* dan *project manager* ataupun sebaliknya. Adapun komunikasi ke atas berlangsung saat *project manager* dan *project officer* berkomunikasi dengan atasannya. Terakhir adalah komunikasi diagonal yang terjadi saat *account executive* berkomunikasi dengan *head of project division* dan *project officer*.

2. Hambatan komunikasi dalam proses komunikasi antara *project team* dan *account executive* di *event organizer* PT. Talenta Wirama Berkat mencakup sejumlah gangguan. Yang pertama adalah gangguan teknis berupa minimnya waktu untuk berkomunikasi yang disebabkan oleh banyaknya volume pekerjaan. Kedua adalah gangguan semantik berupa kesalahpahaman yang disebabkan oleh kata-kata atau bahasa yang digunakan dalam beragam media komunikasi seperti telepon, *email* dan *whatsapp group*. Ketiga adalah gangguan psikologis berupa kurangnya fokus pada pekerjaan sehingga menyebabkan sejumlah tugas luput dikerjakan. Hal ini dipicu oleh banyaknya *event* yang harus ditangani. Keempat adalah rintangan fisik berupa jauhnya jarak fisik antara satu anggota tim EO dengan yang lain dan kelima adalah rintangan kerangka berpikir berupa perbedaan pendapat dan persepsi. Hambatan yang terjadi dapat memberikan dampak terhadap penyelenggaraan *event* yang tidak sesuai dengan tujuan dan ekspektasi. Terlepas dari segala hambatan tersebut, *event project team* dan *account executive* di PT. Talenta Wirama Berkat telah mendapatkan beberapa solusi untuk menyikapinya. Di antara solusi tersebut adalah mengadakan *meeting* saat komunikasi mulai terhambat untuk memecahkan permasalahan. Apabila terdapat hambatan untuk bertemu langsung, disarankan untuk memanfaatkan media komunikasi.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh, terdapat beberapa saran untuk PT. Talenta Wirama Berkat, *event organizer* lainnya dan peneliti lain.

1. Untuk PT. Talenta Wirama Berkat dan *event organizer* lainnya, disarankan untuk menjadwalkan ulang waktu untuk berkomunikasi saat komunikasi mulai terhambat dengan cara mengadakan *meeting* berkala maupun *training*. Selain itu, perlu dilakukan diskusi terhadap permasalahan yang ada melalui *meeting* dengan menggunakan media komunikasi yang ada seperti telepon untuk berkomunikasi jika jarak mereka saling berjauhan sehingga dapat mengurangi hambatan komunikasi.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama, disarankan untuk tidak hanya mengkaji komunikasi yang melibatkan *event project team* dan *account executive*, tetapi juga membahas strategi komunikasi yang dilakukan keduanya agar komunikasi yang dilakukan menjadi lebih efektif sehingga dapat mengurangi hambatan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, Y. (2016). Audit Mini Mengenai Kepuasan Komunikasi Organisasi di UD. Prima Jaya. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra*, Surabaya, 4(1), 1–12. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4843/4452>.
- Harivarman, D. (2018). Hambatan Komunikasi Internal di Organisasi Pemerintahan. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 508. Retrieved from <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.171>.
- Ishak, A. (2012). Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi. *Komunikasi AspiKom*, 1, 373–380.
- Mulyadi, M. (2018). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. Retrieved from <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>.
- Noor, A. (2017). *Manajemen Event* (Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Pahlevi, N. R. (2018). Hambatan dan Strategi Komunikasi Antarpribadi Pekerja Sosial di Panti Pelayanan Sosial Wanita “Wanodyatama” Surakarta. *Jurnal Komunitas*, 5(2), 1–18. Retrieved from <http://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JKOM/article/view/211>.
- Ramdhani, E. C., Sapitri, J. E., & Rizkyansyah, M. (2018). Sistem Informasi Penyewaan Peralatan Event Organizer Berbasis Web pada PT . Adecon Jakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 390–397.
- Sidauruk, P. L. (2013). Analisis Hambatan Komunikasi Organisasi Vertikal PT Pos Indonesia (Persero) (Kasus pada Kantor Pos Medan). *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 3(2), 133–164.
- Suprajang, S. E. (2014). Analisis Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pada CV. Zamif Entertainment Kota Blitar. *Jurnal Kompilek*, ISSN 2088-6268, 6(2), 112–122. Retrieved from <http://journal.stieken.ac.id/index.php/kompilek/article/view/66>.
- Suseno, I. K. (2005). *Cara Pinter Jadi Event Organizer*. Yogyakarta: Galang Press.
- Syaikhon, A. (2013). Sejarah Event Organizer di Indonesia. Retrieved November 8, 2017, from <http://www.neraca.co.id/article/36565/sejarah-event-organizer-di-indonesia>.
- Tumewu, E. L., Lumanauw, B., & Ogi, I. (2014). Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, dan Karakteristik Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Event Organizer Reborn Creative Center Manado. *Jurnal EMBA*, ISSN 2303-1174, 2(1), 532–542.
- Twisbless. (n.d.). Homepage. Retrieved November 8, 2017, from www.twisbless.com
- Yuliana, R. (2012). Peran Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 52–58. Retrieved from <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/162>.