



# Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

Journal Homepage: <http://journal.lembagakita.org/index.php/jtik>



## Perancangan Manajemen Acara untuk Telkom *Corporate University Center* (Periode Agustus-Desember 2023)

Daffa Diovani Ajibroto <sup>1\*</sup>, Pradipta Dirgantara <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

### article info

#### Article history:

Received 20 December 2023

Received in revised form

26 February 2024

Accepted 25 March 2024

Available online April 2024.

#### DOI:

<https://doi.org/10.35870/jti.k.v8i2.1958>.

#### Keywords:

Event Management; Knowledge Transfer; Webinar; Telkom Corporate University Center.

#### Kata Kunci:

Manajemen Acara; Transfer Pengetahuan; Webinar; Telkom Corporate University Center.

### abstract

This research designs an event management plan for the Telkom Corporate University Center during August-December 2023. This research explores knowledge transfer strategies through webinars, evaluates their effectiveness, and their impact on audience perception and engagement. The results show the importance of communication in conveying the company's strategic messages and enriching employees' understanding of the competitive business environment. Observation and documentation methods are used to strengthen research design and develop effective event management practices. The conclusion emphasizes the need for employee optimization and knowledge transfer to create human resources that are ready to compete. Despite facing budget and time challenges, the final results of this event demonstrated a positive response from webinar participants and maintained the company's professional image.

### abstrak

Penelitian ini merancang rencana manajemen acara untuk Telkom Corporate University Center selama Agustus-Desember 2023. Penelitian ini mengeksplorasi strategi transfer pengetahuan melalui webinar, mengevaluasi efektivitasnya, dan dampaknya terhadap persepsi dan keterlibatan audiens. Hasilnya menunjukkan pentingnya komunikasi dalam menyampaikan pesan strategis perusahaan dan memperkaya pemahaman karyawan tentang lingkungan bisnis yang kompetitif. Metode observasi dan dokumentasi digunakan untuk memperkuat desain penelitian serta pengembangan praktik manajemen acara yang efektif. Kesimpulan menekankan perlunya optimalisasi karyawan dan transfer pengetahuan untuk menciptakan sumber daya manusia yang siap bersaing. Meskipun dihadapkan pada tantangan anggaran dan waktu, hasil akhir acara ini menunjukkan respons positif dari peserta webinar dan mempertahankan citra profesional perusahaan.

\*Corresponding Author. Email: daffadiovania@student.telkomuniversity.ac.id <sup>1\*</sup>.

© E-ISSN: 2580-1643.

Copyright @ 2024 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. CC BY-NC

## 1. Latar Belakang

Beragam acara di Indonesia diwujudkan sebagai bentuk dari motif-motif yang berbeda, mulai dari acara pariwisata, acara kenegaraan, acara perusahaan, dan banyak lagi jenis acara yang diselenggarakan mengacu kepada output dari masing-masing penyelenggara. Kini acara tidak hanya menjadi satu bentuk hiburan saja, melainkan menjadi alat atau sarana sebuah perusahaan, lembaga, atau institusi dalam melakukan promosi. Event bukan lagi hanya sebagai hiburan, namun event sudah dijadikan alat untuk sebagai sarana sebuah perusahaan untuk melakukan promosi [1]. Event merupakan sebuah kegiatan yang diadakan untuk acara penting dalam hidup manusia yang terikat dengan adanya adat, budaya dan agama. Sebuah event biasanya diselenggarakan secara offline atau fisik sehingga peserta atau audience akan hadir kesebuah venue untuk menghadiri event tersebut (Noor & Mubarok, 2020) [2]. Pandemi covid yang melanda dunia tahun 2020 membuat seluruh masyarakat diharuskan untuk menjaga jarak karena penyebarannya yang sangat cepat. Pemerintah Indonesia sendiri mengeluarkan peraturan darurat pada tahun 2020 yang berisikan pembatasan mobilitas. Hal ini mengubah mode dan tren manajemen acara, pada saat Covid-19 belum beredar dan Peraturan Pemerintah perihal pembatasan mobilitas belum terbit, hampir semua acara dialihkan secara jarak jauh atau menggunakan aplikasi meeting *online*.

Manajemen acara menjadi salah satu media untuk perusahaan dalam meningkatkan pengetahuan, interaksi, kualitas sumber daya manusianya. Untuk meningkatkan knowledge Sumber Daya Manusia transfer knowledge dibungkus kedalam kegiatan yang berbentuk Manajemen Acara. Dalam proses operasional terdapat elemen-elemen yang harus dimiliki sebuah perusahaan seperti sumber daya manusia, modal, teknologi, dan material. Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai salah satu elemen penting dalam sebuah perusahaan dengan segala atribut kemampuan atau kompetensinya berpeluang besar menjadi penggerak keunggulan kompetitif

perusahaan. Dalam strategi bersaing, SDM memiliki keunggulan dibandingkan dengan sumber daya perusahaan lainnya karena mampu berkembang maupun dikembangkan sesuai dinamisnya waktu, lingkungan bisnis, teknologi, dan kebutuhan perusahaan. Hal itu membuktikan perlu adanya pengembangan dan pelatihan SDM agar kompetensinya dapat meningkat.

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. (selanjutnya disebut PT Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang komunikasi dan Informasi. PT. Telkom ini melayani berbagai keperluan konsumen terhadap produk-produk PT. Telkom. Perusahaan besar seperti PT. Telkom selalu mengikuti pertumbuhan atau perkembangan komunikasi dan memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga mampu bersaing dengan perusahaan telekomunikasi lainnya. Untuk itu, perlu cara atau upaya yang dari perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia yang ada agar mampu meningkatkan produktivitas dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Sebab dengan memiliki sebuah kunci keberhasilan tersebut maka perusahaan sudah mampu mencapai tujuan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan di masa yang akan datang. PT. Telkom memerlukan peningkatan kualitas sumber daya manusia agar menghasilkan SDM yang unggul dan siap membawa PT. Telkom bersaing dengan Kompetitor.

Ada banyak rancangan manajemen acara yang digunakan secara internal untuk meningkatkan SDM Perusahaan baik perusahaan kecil maupun besar. Salah satunya adalah PT. Unilever yang mengadakan internal gathering guna memaksimalkan dan mengoptimalkan kinerja karyawannya. Penerapan strategi peningkatan kualitas kinerja karyawan yang dilakukan PT. Jasa Marga yaitu dengan melakukan pelatihan kompetensi karyawan, remunerasi karyawan, promosi jabatan karyawan, dan pemberian penghargaan. Tidak hanya PT. Unilever dan PT. Jasa Marga, PT. Paragon juga kerap mengadakan training karyawan setiap dua bulan guna memaksimalkan kinerja dan daya saing karyawan terhadap Perusahaan-perusahaan kompetitor.

## 2. Metode Penelitian

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

### 1) Observasi

Menurut Sugiyono (2012), Observasi merupakan Teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, gejala alam dan responden. Teknik ini melibatkan aktivitas seperti mendengar, membaca, mencium dan menyentuh suatu hal [3].

### 2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan. Selain itu, dokumentasi juga diartikan sebagai pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain). Dokumentasi juga merupakan hal yang dilakukan untuk mengumpulkan bukti dan juga informasi yang berasal dari laporan, tesis, sumber tertulis dalam tulis maupun elektronik. Dalam hal ini, penulis mendokumentasikan beberapa hal seperti referensi video untuk menjadi bahan brainstorming, persiapan baik alat maupun set lokasi dan juga tentunya proses produksinya nanti [4].

Tahap awal penelitian ini adalah dilakukannya Observasi dalam bentuk menelaah dan mengamati knowledge apa yang dibutuhkan oleh karyawan Telkom group guna mengetahui apa tema yang harus diangkat dan siapa pembicara yang cocok untuk memaparkan materi tersebut sehingga mudah dipahami oleh karyawan Telkomgroup. Setelah itu, dilakukannya dokumentasi guna mempersiapkan desain-desain yang diperlukan untuk aset-aset pada acara tersebut.

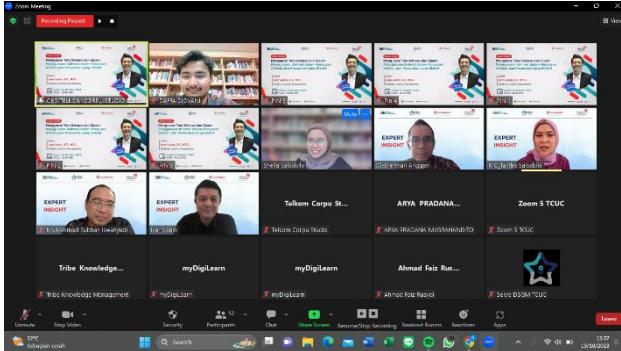
## 3. Hasil dan Pembahasan

Unit *Tribe Knowledge Management* Telkom *Corporate University Center* yang selanjutnya dikenal sebagai Telkom CorpU memiliki program webinar yaitu *Expert Insight* yang dilaksanakan satu bulan dua sampai tiga kali. Proses melibatkan 3 tahapan yaitu tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Proses dimulai dengan diskusi dan brainstorming untuk menemukan konsep dan tema yang segar yang tetap mempertahankan esensi dari *Expert Insight* yaitu karyawan Telkom group mendapatkan transfer *knowledge* dari para pembicara yang *Expert*, guna menambah pengetahuan karyawan Telkom group guna mengoptimalkan dan menjaga kestabilan PT. Telkom untuk bersaing dengan Perusahaan-perusahaan kompetitor, pada akhirnya muncul salah satu tema webinar “ Menguasai Tata Bahasa dan Ejaan: Penggunaan Kalimat dalam Menyusun Artikel, dan Presentasi yang Efektif”. Dalam proses produksi ini melibatkan 3 Unit yaitu Unit *Tribe Knowledge Management*, Unit *Partnership Operation Management*, dan Unit *Virtual Advanced Learning Studio*, Teknis produksi memperhatikan, pemilihan tema, konsep dan narasumber serta komponen-komponen yang diperlukan pada acara webinar, semuanya bertujuan guna menyampaikan materi yang dibalut dalam suatu webinar yang menarik.

Dalam proses produksinya, pada awalnya kami mencari konsep dan tema webinar yang bisa menghadirkan pemateri dari eksternal yang dikenal oleh berbagai kalangan, namun tidak terlepas dari berbagai hambatan yang dialami seperti mempertimbangkan narasumber-narasumber yang cocok, target participant. Namun, hambatan ini dijadikan sebuah tantangan oleh penulis yang Dimana akhirnya bisa membuat hasil yang maksimal dalam proses perancangan acara sampai hari h pelaksanaan.

Unit *Tribe Knowledge Management* memilih Ivan Lanin sebagai narasumber yang dianggap mampu untuk memaparkan materi dengan judul acara yang sudah disebutkan diatas. Konsep acara webinar *Expert Insight* mengusung konsep acara Daring Dimana panitia dan peserta webinar bisa mengikuti webinar dari jarak jauh sehingga mampu menjangkau seluruh karyawan Telkomgroup, pada acara ini rangkaian pertama adalah Pembukaan Acara oleh MC, Sambutan dari *Deputy Senior General Manager* Telkom CorpU, Pemaparan materi oleh narasumber, sesi tanya jawab, kesimpulan, Games Kahoot dan ditutup oleh MC. Berikut adalah cuplikan dokumentasi dari acara Webinar *Expert Insight* ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Cuplikan Dokumentasi Webinar Expert Insight di Telkom Corp

Acara yang berhasil dilaksanakan dengan mengusung konsep Daring yang berjudul “Menguasai Tata Bahasa dan Ejaan: Penggunaan Kalimat dalam Menyusun Artikel, dan Presentasi yang Efektif”. Pada 13 Oktober 2023 tersebut, terdapat sejumlah elemen komunikasi, termasuk komunikasi digital, penggunaan platform publikasi dan eksekusi acara seperti Instagram, Email, dan Whatsapp group guna media publikasi, zoom meeting, mydigilearn, dan youtube guna live streaming dan akses peserta untuk mengikuti webinar tersebut.

Proses persiapan acara ini berjalan sesuai rencana dan konsep awal yang telah ditetapkan. Meskipun tim menghadapi beberapa kendala teknis seperti, koneksi jaringan narasumber yang tidak stabil, keterlambatan membuka acara, namun mereka berhasil mengatasinya dengan kerja keras dan fleksibilitas. Kendala lainnya muncul terkait banyaknya peserta webinar yang tidak menyalakan kameranya saat berlangsungnya acara. Meskipun demikian itu adalah hal yang tidak bisa diatur dan dikendalikan oleh pihak penyelenggara, karena acara ini diselenggarakan daring di waktu hari kerja sehingga banyak karyawan Telkomgroup mengikuti webinar ini sambil bekerja dari tempatnya masing-masing.

Kendala-kendala tersebut tidak dianggap sebagai hambatan yang tidak teratasi, melainkan sebagai peluang untuk belajar, dimana yang akan datang agar acara bisa dibuat lebih menarik audiens lagi selain dari segi narasumber, sehingga peserta yang mengikuti webinar tersebut tertarik untuk menyalakan kameranya saat webinar berlangsung. Hasil dari acara webinar ini pun menuai respon positif saat acara berlangsung, hal tersebut dibuktikan dengan jumlah partisipant yang hadir mencapai 843 peserta, hal

tersebut tidak terlepas dari publikasi yang dilakukan sebelum berlangsungnya acara. Namun, jangkauan audiens dan pengaruh eksistensi dari narasumber dari publikasi tersebut mampu menarik massa sehingga peserta tertarik untuk mengikuti webinar ini. Berikut adalah bukti kredibilitas dan eksistensi narasumber yang tertera pada gambar 2.



Gambar 2. Curriculum Vitae Narasumber

Desain poster atau flyer yang dipublikasikan tentu mempengaruhi ketertarikan calon peserta webinar terhadap konten yang dipublikasikan. Berikut adalah salah satu konten yang dipublikasikan melalui Instagram @telkom.corpu seperti yang terlihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Poster publikasi di Instagram

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian ini adalah acara daring webinar *Expert Insight* Telkom Corporate University Center menegaskan bahwa perlunya optimalisasi karyawan, transfer *knowledge* kepada karyawan guna meningkatkan pengetahuan dan menciptakan sumber daya manusia yang siap akan persaingan dengan Perusahaan-perusahaan kompetitor, penyampaian *knowledge* dibungkus menjadi acara yang menarik

sehingga tidak hanya pengetahuan yang ditambah tetapi pengetahuan akan cara membungkus materi melalui acara yang menarik. Meskipun dihadapkan pada tantangan budget dan waktu, hasil akhir dari acara ini menunjukkan hasil positif dari peserta webinar dan mempertahankan citra professional perusahaan. Hal ini mengindikasikan preferensi peserta terhadap penyampaian materi secara formal dalam penyampaian pesan korporat.

Saran akademis menekankan perlunya peningkatan engagement dan integrasi dengan platform lain serta pengembangan konsep acara terkait webinar *Expert Insight* dengan berbagai keahlian, termasuk publikasi seperti TikTok. Saran praktis mencakup ide untuk menggunakan tema yang sedang trending dengan variasi yang menarik, pemanfaatan media publikasi Tiktok untuk teaser, poster dan konten-konten lain sehingga mampu membuat audiens penasaran akan acara yang akan diselenggarakan.

## 5. Daftar Pustaka

- [1] Pahlephi, R. (2022). Dokumentasi Adalah: Mengenal Fungsi, Kegiatan, dan Jenisnya. Dambil dari: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6409573/dokumentasi-adalah-mengenal-fungsi-kegiatan-dan-jenisnya>.
- [2] Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46. DOI: 10.21580/at.v8i1.1163 PDF.
- [3] Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisyah, V. (2020). ANALISIS MANAJEMEN EVENT (Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019). *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 95-112. DOI: <http://dx.doi.org/10.33021/exp.v3i1.1068>.
- [4] Setiani, S. A., Supiarza, H., & Nafsika, S. S. (2023). Implikasi Kode Klasifikasi Program Televisi Catatan Si Bocil NET TV Terhadap Tayangan Anak. *Jurnal JTIIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 7(3), 500-510. DOI: <https://doi.org/10.35870/jtik.v7i3.1011>.