

KOMUNIKASI EFEKTIF EVENT ORGANIZER AKHSA EVENT

Fahmi Yusran Akmaluddin¹, Wardah Laeli²
Universitas Kebangsaan Republik Indonesia^{1,2}
fahmiyusran04@gmail.com¹
wardahlaeli@upi.ac.id²

Keywords	Abstract
<i>effective communication, event organizer, coordination, event management, organizational communication</i>	<i>This research aims to analyze the application of organizational communication in the operational activities of Event Organizers (EO), specifically at Akhsa Event, and to identify the factors that influence the effectiveness of communication both internally and externally. The approach used is qualitative descriptive, with data collection techniques thru interviews, observations, and document analysis. This approach was chosen to gain an in-depth understanding of the communication processes that occur in real conditions. The research results show that the implementation of communication Standard Operating Procedures (SOP) can help maintain the order of workflow, clarify coordination between teams, and minimize the potential for misunderstandings. Each work stage has a structured communication mechanism that facilitates the effective delivery of information. However, in external communication with clients, psychological factors were found to also influence, such as the pressure to maintain professionalism, which sometimes results in unclear information delivery. Overall, organizational communication at Akhsa Event has been quite good, although there are still some obstacles that need to be addressed, especially in the aspect of external communication. This research is expected to serve as a reference in improving the quality of organizational communication, particularly in the Event Organizer industry, which demands high coordination and accuracy of information.</i>

Kata Kunci	Abstrak
komunikasi efektif, event organizer, koordinasi, manajemen acara, komunikasi organisasi.	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan komunikasi organisasi dalam kegiatan operasional Event Organizer (EO), khususnya pada Akhsa Event, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi baik secara internal maupun eksternal. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai proses komunikasi yang terjadi dalam kondisi nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) komunikasi mampu membantu menjaga keteraturan alur kerja, memperjelas koordinasi antar tim, serta meminimalisasi potensi kesalahpahaman. Setiap tahapan kerja memiliki mekanisme komunikasi yang terstruktur sehingga memudahkan penyampaian informasi secara efektif. Namun demikian, dalam komunikasi eksternal dengan klien, ditemukan adanya faktor psikologis yang turut memengaruhi, seperti tekanan untuk menjaga profesionalitas yang terkadang berdampak pada ketidakjelasan penyampaian informasi. Secara keseluruhan, komunikasi organisasi di Akhsa Event telah berjalan cukup baik, meskipun masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperbaiki, terutama dalam aspek komunikasi eksternal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam meningkatkan kualitas komunikasi organisasi, khususnya pada industri Event Organizer yang menuntut koordinasi tinggi dan ketepatan informasi.

Corresponding Author: Fahmi Yusran Akmaluddin
E-mail: fahmiyusran04@gmail.com



PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren yang semakin meningkat, khususnya pada sektor jasa penyelenggaraan acara atau *event organizer* (EO) (Dewi, 2025). Keberadaan EO kini tidak lagi dipandang sebagai pelengkap, melainkan telah menjadi kebutuhan utama dalam berbagai kegiatan, baik yang bersifat formal maupun nonformal. Kegiatan seperti peluncuran produk, seminar, konser musik, pameran, hingga acara pribadi seperti pernikahan dan perayaan ulang tahun, umumnya melibatkan jasa EO untuk memastikan acara dapat berjalan secara terencana dan profesional.

Secara umum, *event organizer* dapat dipahami sebagai suatu bentuk usaha jasa yang bergerak dalam bidang perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan suatu acara. Menurut Lutfi Fallah et al., (2025), EO merupakan bisnis yang menerapkan konsep manajemen secara konsisten dengan mengedepankan kreativitas, khususnya dalam industri hiburan. Sementara itu, Wijaya et al., (2023) menyatakan bahwa *event organizer* adalah penyedia jasa profesional yang terdiri dari individu-individu terorganisir yang bekerja sama untuk menyelenggarakan suatu acara dengan tujuan tertentu. Kedua pandangan tersebut menunjukkan bahwa EO tidak hanya berfokus pada pelaksanaan teknis, tetapi juga mengintegrasikan aspek manajerial, kreativitas, dan kerja tim dalam satu kesatuan yang utuh.

Perkembangan bisnis Event Organizer (EO) di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren yang sangat signifikan. Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai jenis acara, baik yang bersifat formal seperti seminar, konferensi, dan pelatihan, maupun acara nonformal seperti pernikahan, konser, hingga perayaan komunitas. Tidak hanya perusahaan besar, pelaku usaha kecil dan menengah pun kini mulai memanfaatkan jasa EO untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan acara mereka. Kondisi ini membuka peluang pasar yang luas dan mendorong lahirnya banyak EO baru dengan beragam spesialisasi.

Di sisi lain, ketertarikan generasi muda terhadap industri ini juga menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhannya. Dunia EO dianggap menarik karena menawarkan fleksibilitas waktu kerja, lingkungan yang dinamis, serta kesempatan untuk menyalurkan kreativitas dalam merancang konsep acara. Banyak anak muda yang memulai dari skala kecil, seperti mengelola acara kampus atau komunitas, kemudian berkembang menjadi usaha profesional. Selain itu, kemajuan teknologi dan media sosial turut membantu mereka dalam mempromosikan jasa secara lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

Kebutuhan perusahaan dan berbagai lembaga terhadap penyelenggaraan acara yang profesional juga semakin meningkat seiring dengan persaingan bisnis yang semakin ketat. Acara kini tidak hanya dipandang sebagai kegiatan seremonial, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi dan branding. Oleh karena itu, banyak organisasi yang lebih memilih menggunakan jasa EO agar acara dapat berjalan efektif, terstruktur, dan memberikan kesan yang kuat bagi peserta. Kombinasi antara tingginya permintaan pasar, inovasi dari pelaku industri, serta dukungan teknologi menjadikan bisnis EO di Indonesia memiliki prospek yang terus berkembang ke depannya (Man et al., 2025).

Dalam praktiknya, EO bekerja berdasarkan kebutuhan dan permintaan klien. Setiap acara memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga menuntut EO untuk mampu beradaptasi dengan berbagai jenis kegiatan, seperti peluncuran produk, festival, kegiatan olahraga, maupun acara korporasi lainnya (Handayani, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa peran EO tidak hanya sebagai pelaksana, tetapi juga sebagai perancang konsep yang mampu menerjemahkan keinginan klien ke dalam bentuk acara yang nyata.

Peran *event organizer* dalam penyelenggaraan acara dapat dikatakan sangat kompleks. EO bertanggung jawab dalam mengelola seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi (Heryanti Utami & Par, 2021). Selain itu, EO juga dituntut untuk mampu memahami kebutuhan klien, memberikan solusi atas berbagai kendala yang muncul, serta memastikan bahwa hasil akhir dari acara sesuai dengan ekspektasi yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, EO juga berperan sebagai mitra kerja (*business partner*) bagi klien, sehingga memiliki tanggung jawab yang besar terhadap keberhasilan acara yang diselenggarakan.

Lebih lanjut, bisnis EO memiliki berbagai klasifikasi berdasarkan jenis kegiatan yang ditangani. Menurut Meli Siagawati & MM, (2023), terdapat beberapa jenis EO, antara lain *one stop service agency* yang mampu menangani berbagai jenis acara dalam skala luas, *MICE* (*meeting, incentive, convention, exhibition*) yang berfokus pada kegiatan formal, *brand activation* yang

berkaitan dengan promosi dan pemasaran produk, EO di bidang musik dan hiburan, serta EO yang menangani acara pribadi. Keberagaman jenis ini menunjukkan bahwa industri EO memiliki cakupan yang luas dan membutuhkan spesialisasi tertentu dalam pengelolaannya.

Dalam konteks organisasi, penyelenggaraan suatu event tidak terlepas dari pembagian tugas yang jelas dan struktur organisasi yang terorganisir (Insani, 2024). Hal ini juga terlihat pada Akhsa Event sebagai salah satu penyedia jasa EO yang berbasis di Bandung. Akhsa Event memiliki struktur organisasi yang cukup kompleks, yang terdiri dari berbagai posisi seperti direktur utama, direktur operasional, direktur keuangan, direktur pemasaran, divisi media sosial, *business development*, direktur sumber daya manusia, direktur divisi kreatif, direktur produksi, bagian logistik, hingga komisaris. Struktur ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan event melibatkan banyak pihak dengan tanggung jawab yang berbeda-beda.

Kompleksitas struktur organisasi tersebut tentu berimplikasi pada tingginya kebutuhan akan komunikasi yang efektif. Dalam organisasi EO, komunikasi memegang peranan penting sebagai sarana koordinasi antar divisi, penyampaian informasi, serta pengambilan keputusan. Tanpa komunikasi yang baik, potensi terjadinya kesalahpahaman (*miscommunication*) akan semakin besar, yang pada akhirnya dapat menghambat jalannya kegiatan bahkan berisiko menyebabkan kegagalan acara (Putra et al., 2026).

Akhsa Event sebagai organisasi yang memiliki banyak lini kerja tidak terlepas dari berbagai kendala komunikasi. Perbedaan latar belakang individu, gaya komunikasi, serta tekanan kerja dalam penyelenggaraan event menjadi faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi. Selain itu, penggunaan media komunikasi yang beragam, baik secara langsung maupun melalui platform digital, juga turut mempengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan dipahami oleh anggota tim (Eko Wahyunto, 2025).

Komunikasi yang efektif sendiri dapat diukur dari sejauh mana pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami dengan baik oleh komunikan, serta adanya umpan balik (*feedback*) yang sesuai dengan tujuan komunikasi (Murniarti, 2019). Dalam praktiknya, komunikasi tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga melibatkan aspek hubungan antar individu. Pesan yang sama dapat menghasilkan makna yang berbeda tergantung pada cara penyampaiannya, konteks situasi, serta kondisi psikologis penerima pesan.

Permasalahan yang sering muncul di Akhsa Event berkaitan dengan kesalahan komunikasi, baik dalam bentuk penyampaian informasi yang kurang jelas maupun perbedaan interpretasi antar anggota tim. Kondisi ini dapat terjadi dalam berbagai situasi, baik pada tingkat manajerial maupun pada saat pelaksanaan di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana pola komunikasi organisasi diterapkan serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitasnya.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas komunikasi organisasi dalam konteks event organizer, khususnya terkait hubungan antara tim pelaksana dan klien serta pentingnya komunikasi dalam mendukung keberhasilan acara. Namun, kajian yang secara spesifik mengkaji pola komunikasi, efektivitas, serta hambatan komunikasi dalam satu organisasi EO dengan struktur yang kompleks masih terbatas. Hal ini menjadi celah penelitian yang penting untuk dikaji lebih lanjut (Abdullah & Nasvian, 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi organisasi yang diterapkan di Akhsa Event, mengkaji tingkat efektivitas komunikasi dalam mendukung pelaksanaan event, serta mengidentifikasi hambatan-hambatan komunikasi yang muncul dalam proses kerja organisasi. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi organisasi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pelaku industri event organizer dalam meningkatkan kualitas komunikasi serta kinerja organisasi secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena dinilai paling sesuai untuk menggambarkan secara mendalam proses komunikasi organisasi yang terjadi di lapangan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya melihat hasil akhir, tetapi juga memahami bagaimana proses komunikasi berlangsung, termasuk dinamika interaksi antar individu maupun antar divisi.

Dengan demikian, fokus penelitian tidak hanya pada apa yang terjadi, tetapi juga bagaimana dan mengapa hal tersebut dapat terjadi.

Pendekatan deskriptif kualitatif juga memberikan ruang bagi peneliti untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan yang muncul secara lebih rinci. Melalui pengamatan langsung dan interaksi dengan informan, peneliti dapat menangkap fenomena yang mungkin tidak terlihat jika hanya menggunakan data kuantitatif. Hal ini penting terutama dalam konteks komunikasi organisasi, yang sering kali dipengaruhi oleh faktor situasional, budaya kerja, serta karakter individu yang terlibat.

Menurut Nurhayati et al., (2024) penelitian kualitatif menitikberatkan pada kedalaman data, bukan pada jumlah data yang dikumpulkan. Artinya, kualitas informasi yang diperoleh dari informan menjadi hal utama dalam proses analisis. Peneliti berupaya menggali data secara mendalam melalui pertanyaan terbuka dan eksploratif, sehingga informasi yang didapatkan benar-benar mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Dengan pendekatan ini, data yang dihasilkan cenderung lebih kaya dan mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai fenomena yang diteliti.

Sejalan dengan itu, penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman terhadap permasalahan sosial yang bersifat kompleks. Dalam konteks penelitian ini, komunikasi organisasi tidak dipandang sebagai sesuatu yang sederhana, melainkan sebagai proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti struktur organisasi, pola hubungan kerja, hingga kondisi psikologis individu. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk menangkap kompleksitas tersebut secara lebih komprehensif.

Selain bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena, pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk menyusun pemahaman konseptual berdasarkan temuan di lapangan. Data yang diperoleh tidak langsung digeneralisasi, tetapi dianalisis untuk menemukan pola, hubungan, dan makna yang terkandung di dalamnya. Dari proses ini, peneliti dapat merumuskan kesimpulan yang bersifat kontekstual, bahkan berpotensi menjadi dasar dalam pengembangan konsep atau hipotesis baru.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini dilakukan dalam kondisi alamiah tanpa manipulasi terhadap situasi yang ada. Peneliti berusaha masuk ke dalam lingkungan penelitian dan mengamati secara langsung aktivitas yang berlangsung, sehingga data yang diperoleh lebih autentik. Pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian benar-benar mencerminkan realitas yang terjadi, bukan hasil rekayasa atau pengaruh dari intervensi tertentu.

Untuk memperoleh data yang komprehensif, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Wawancara digunakan untuk menggali pandangan dan pengalaman informan, observasi dilakukan untuk melihat secara langsung proses komunikasi yang terjadi, sedangkan analisis dokumen membantu melengkapi data melalui sumber tertulis yang relevan. Kombinasi ketiga metode ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Komunikasi dalam Penyelenggaraan Event

Berdasarkan hasil penelitian, proses komunikasi yang berlangsung di Akhsa Event dalam penyelenggaraan suatu acara berjalan secara bertahap dan mengacu pada *standard operating procedure* (SOP) yang telah ditetapkan. Proses ini dimulai dari tahap awal interaksi dengan klien hingga evaluasi pasca kegiatan, dengan melibatkan komunikasi internal maupun eksternal secara berkesinambungan.

Tahap awal diawali dengan pertemuan antara klien dan tim Akhsa Event, khususnya *account executive* dan tim kreatif. Pada tahap ini, klien menyampaikan kebutuhan, gambaran konsep acara, serta anggaran yang telah direncanakan. Interaksi tersebut menjadi dasar dalam merumuskan konsep awal dan termasuk dalam kategori komunikasi eksternal.

Selanjutnya, dilakukan proses *briefing* internal antara *account executive* dan tim kreatif untuk mengembangkan konsep acara secara lebih rinci. Hasil dari proses ini kemudian dituangkan dalam bentuk rancangan *pitching* yang akan diajukan kembali kepada klien. Dalam tahap ini, komunikasi yang terjadi bersifat horizontal karena melibatkan koordinasi antaranggota tim dengan kedudukan yang relatif setara.

Setelah konsep disusun, *account executive* menyusun proposal yang dipresentasikan kepada klien. Apabila proposal disetujui, maka proses dilanjutkan pada tahap kesepakatan kerja sama yang

mencakup pembagian tugas serta penyusunan perjanjian pelaksanaan kegiatan. Tahap ini menjadi titik penting dalam memastikan kejelasan peran dan tanggung jawab masing-masing pihak.

Pada tahap berikutnya, tim proyek mulai melakukan persiapan teknis dengan mengembangkan konsep menjadi rencana operasional yang lebih detail. Proses ini melibatkan berbagai posisi, seperti kepala divisi proyek, manajer proyek, dan *project officer*. Komunikasi yang terjadi tidak hanya bersifat horizontal, tetapi juga diagonal karena melibatkan lintas divisi dan jenjang jabatan.

Saat memasuki tahap pelaksanaan, komunikasi didominasi oleh pola vertikal, di mana pimpinan proyek memberikan arahan kepada tim pelaksana di lapangan. Seluruh kegiatan dilaksanakan berdasarkan *timeline* dan *checklist* yang telah disusun sebelumnya. Setelah acara selesai, tim melakukan evaluasi dengan menyusun laporan yang kemudian disampaikan kepada klien sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus bahan perbaikan ke depan.

Efektivitas dan Pola Komunikasi Organisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SOP komunikasi di Akhsa Event berperan penting dalam menciptakan alur kerja yang lebih terstruktur. Dengan adanya pedoman yang jelas, setiap anggota tim memahami kapan harus menyampaikan informasi, kepada siapa koordinasi dilakukan, serta bagaimana cara penyampaian yang tepat. Hal ini membuat proses kerja menjadi lebih sistematis, terutama dalam mengelola berbagai tahapan acara yang sering kali melibatkan banyak pihak dalam waktu yang bersamaan.

Selain itu, kejelasan mekanisme komunikasi pada setiap tahapan pekerjaan turut membantu mengurangi risiko terjadinya kesalahpahaman. Informasi yang disampaikan menjadi lebih terarah dan tidak tumpang tindih, karena sudah ada standar mengenai format, media, dan waktu penyampaian. Dalam praktiknya, hal ini sangat membantu ketika tim menghadapi situasi yang membutuhkan respon cepat, seperti perubahan rundown atau permintaan mendadak dari klien. Dengan alur komunikasi yang tertata, keputusan dapat diambil dengan lebih cepat dan tepat.

Penerapan SOP komunikasi juga berdampak pada peningkatan koordinasi antar tim yang lebih efektif. Setiap divisi dapat bekerja sesuai perannya tanpa harus menunggu instruksi berulang, karena alur komunikasi sudah dipahami bersama. Kondisi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja, tetapi juga membangun kepercayaan antar anggota tim. Dalam jangka panjang, konsistensi dalam menjalankan SOP komunikasi dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung profesionalisme Akhsa Event dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan.

Meskipun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan perbedaan dalam penyampaian maupun pemahaman pesan. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi psikologis individu, perbedaan latar belakang, serta penggunaan media komunikasi yang beragam. Untuk mengatasi hal tersebut, Akhsa Event secara aktif melakukan konfirmasi ulang terhadap informasi yang disampaikan, baik melalui komunikasi langsung maupun melalui media digital seperti grup WhatsApp.

Dari sisi pola komunikasi, organisasi ini menerapkan berbagai arah komunikasi secara bersamaan. Komunikasi vertikal terlihat dalam hubungan antara pimpinan dan bawahan, baik dalam bentuk pemberian instruksi maupun penyampaian laporan. Komunikasi horizontal terjadi antar anggota tim yang memiliki posisi sejajar, terutama dalam koordinasi teknis di lapangan. Selain itu, komunikasi diagonal juga sering muncul dalam situasi lintas divisi, khususnya saat rapat koordinasi atau evaluasi. Sementara itu, komunikasi eksternal berlangsung antara pihak organisasi dengan klien, yang berperan penting dalam menjaga hubungan kerja sama.

Keberagaman pola komunikasi ini menunjukkan bahwa Akhsa Event telah menerapkan sistem komunikasi yang cukup adaptif. Namun, kompleksitas struktur organisasi juga menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga konsistensi penyampaian informasi.

Hambatan Komunikasi Organisasi

Dalam pelaksanaannya, komunikasi organisasi di Akhsa Event tidak terlepas dari berbagai hambatan. Hambatan tersebut muncul dalam berbagai bentuk, baik yang bersifat teknis maupun nonteknis.

Pada komunikasi vertikal ke bawah, kendala yang sering muncul berkaitan dengan keterbatasan interaksi tatap muka serta gangguan teknis seperti jaringan komunikasi yang kurang stabil. Sementara itu, pada komunikasi vertikal ke atas, hambatan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis, seperti kurangnya keterbukaan atau rasa percaya diri dalam menyampaikan informasi kepada atasan (Sidauruk, 2013).

Pada komunikasi horizontal, hambatan yang muncul cenderung berkaitan dengan perbedaan interpretasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Kesalahpahaman dalam memahami ekspresi atau gestur, serta kurangnya penyampaian informasi secara detail, seringkali menjadi penyebab terjadinya miskomunikasi di lapangan. Adapun pada komunikasi diagonal, keterbatasan waktu dan tekanan kerja menjadi faktor yang mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan (Salahuddin, 2024).

Selain aspek teknis, komunikasi eksternal dengan klien juga sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis, terutama ketika berhadapan dengan situasi formal yang menuntut ketepatan dan profesionalitas tinggi. Dalam kondisi seperti ini, tim sering kali berada pada posisi yang harus menjaga citra perusahaan sekaligus memastikan pesan tersampaikan dengan jelas. Tekanan untuk tampil profesional dapat membuat komunikasi menjadi lebih kaku, sehingga berpotensi mengurangi keluwesan dalam menyampaikan informasi. Akibatnya, pesan yang sebenarnya sederhana bisa terasa lebih rumit atau bahkan menimbulkan interpretasi yang berbeda dari pihak klien.

Di sisi lain, beban mental yang muncul saat berinteraksi dengan klien, khususnya klien dengan ekspektasi tinggi, juga dapat memengaruhi cara tim dalam merespons situasi. Rasa cemas untuk menghindari kesalahan terkadang justru membuat penyampaian informasi menjadi kurang efektif, seperti terlalu berhati-hati dalam memilih kata atau ragu dalam memberikan penjelasan. Dalam beberapa kasus, hal ini dapat menyebabkan informasi yang disampaikan menjadi tidak lengkap atau kurang tegas, sehingga membuka peluang terjadinya miskomunikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan teknis saja tidak cukup, tetapi juga perlu diimbangi dengan kesiapan mental dalam berkomunikasi.

Oleh karena itu, penting bagi tim untuk memiliki strategi dalam mengelola aspek psikologis saat berkomunikasi dengan klien. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membiasakan penggunaan panduan komunikasi yang jelas serta melakukan persiapan sebelum berinteraksi, seperti memahami kebutuhan klien dan menyusun poin-poin utama yang akan disampaikan. Selain itu, pengalaman dan jam terbang juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan diri tim, sehingga tekanan yang dirasakan dapat diminimalkan. Dengan pengelolaan yang baik, komunikasi eksternal tidak hanya berjalan lebih lancar, tetapi juga mampu membangun hubungan kerja yang lebih positif dan profesional dengan klien.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan penyelenggaraan event. Proses komunikasi yang terstruktur melalui SOP terbukti mampu membantu mengurangi potensi kesalahan, meskipun belum sepenuhnya menghilangkan hambatan yang ada.

Jika dikaitkan dengan kajian komunikasi organisasi, kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh sistem yang digunakan, tetapi juga oleh faktor manusia sebagai pelaku komunikasi itu sendiri. Perbedaan latar belakang, kemampuan komunikasi, serta kondisi psikologis individu menjadi variabel yang turut mempengaruhi kualitas interaksi dalam organisasi.

Selain itu, penggunaan media komunikasi digital memberikan kemudahan dalam mempercepat arus informasi, namun tetap memerlukan mekanisme klarifikasi untuk menghindari distorsi pesan. Oleh karena itu, praktik konfirmasi ulang yang diterapkan oleh Akhsa Event menjadi strategi yang relevan dalam menjaga kesamaan pemahaman antar anggota tim.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa komunikasi dalam organisasi event organizer tidak hanya berfungsi sebagai alat koordinasi, tetapi juga sebagai elemen strategis yang menentukan efektivitas kerja tim dan keberhasilan suatu acara secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi organisasi yang diterapkan di Akhsa Event berjalan secara terstruktur dan mengikuti alur standard operating procedure (SOP) yang jelas, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Setiap tahapan penyelenggaraan event melibatkan komunikasi internal dan eksternal yang saling terintegrasi, sehingga mendukung kelancaran koordinasi antar tim maupun dengan pihak klien.

Dari sisi efektivitas, komunikasi yang diterapkan di Akhsa Event pada dasarnya sudah mampu menunjang pelaksanaan kegiatan secara optimal. Hal ini terlihat dari adanya pembagian peran yang jelas, penggunaan berbagai pola komunikasi (vertikal, horizontal, diagonal, dan eksternal), serta penerapan strategi konfirmasi ulang dalam penyampaian informasi. Upaya tersebut menjadi penting

untuk menjaga kesamaan pemahaman antar anggota tim, terutama dalam situasi kerja yang dinamis dan memiliki tekanan waktu tinggi.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa komunikasi organisasi di Akhsa Event masih menghadapi sejumlah hambatan. Hambatan tersebut meliputi faktor teknis, seperti keterbatasan media komunikasi dan gangguan jaringan, serta faktor nonteknis, seperti kondisi psikologis individu, perbedaan latar belakang, dan potensi kesalahpahaman dalam interpretasi pesan. Hambatan ini muncul pada berbagai arah komunikasi, baik vertikal, horizontal, diagonal, maupun eksternal.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa keberhasilan penyelenggaraan event tidak hanya ditentukan oleh perencanaan teknis, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola komunikasi secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas komunikasi, baik melalui penguatan koordinasi internal, optimalisasi penggunaan media komunikasi, maupun peningkatan kompetensi komunikasi antar individu dalam organisasi.

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks industri event organizer. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Akhsa Event maupun pelaku industri sejenis dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif guna meningkatkan kinerja tim dan keberhasilan penyelenggaraan event.

BIBLIOGRAFI

- Abdullah, M. G., & Nasvian, M. F. (2025). Analisis Budaya Komunikasi Organisasi Di Tim Marketing Central Jawa Timur Park Dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja Tim. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 4(2), 209–217.
- Dewi, R. K. (2025). Strategi Pemasaran Event Organizer dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital (Studi Kualitatif Pada Eo Lokal di Jakarta). *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 5645–5651.
- Eko Wahyunto, M. M. (2025). *Manajemen Komunikasi Digital*. CV. Mitra Edukasi Negeri.
- Handayani, M. P. (2024). *Strategi Stakeholder Relations dalam Penyelenggaraan Event “Torang Creative and Ecotourism Festival 2024” oleh Al-Print Organizer di Kota Sorong Papua Barat Daya*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Heryanti Utami, S. S. T., & Par, M. M. (2021). *Manajemen Event dan Proyek: Antara Konsep dan Praktiknya*. UNJ PRESS.
- INSANI, J. P. (2024). *Penilaian kinerja management event organizer* (pp. 1–194).
- Lutfi Fallah, M., Anrial, A., & Valentine, F. (2025). *Komunikasi Persuasif Tim Event Organizer Redjang Creative Terhadap Calon Klien dan Vendor Pada Meeting Vendor Gladi (Analisis Teori Carl Hovland)* (pp. 1–104). Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Man, S., Harto, B., Judijanto, L., Kusumastuti, S. Y., Kurniati, Y., Meta, W., Chaniago, N., Ramadhani, N., & Toii, I. E. W. (2025). *Entrepreneurship di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Meli Siagawati, S. E., & MM, C. T. (2023). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition & Event Organizer*. Kaizen Media Publishing.
- Murniarti, E. (2019). *Komunikator, Pesan, Pedia/Saluran, Komunikan, Efek/Hasil, dan Umpan Balik*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kristen Indonesia Jakarta.
- Nurhayati, N., Apriyanto, A., Ahsan, J., & Hidayah, N. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putra, A. M. S., Ramadhan, T. A., & Athaariq, A. A. R. (2026). Misskomunikasi dalam Lingkungan Kerja Even Organizer: Studi Kualitatif Pada Staff Eo. *Journal of Organizational Performance and Analysis*, 2(1), 23–34.

- Salahuddin, S. P. (2024). Komunikasi Dalam Organisasi Multikultural. *Komunikasi Sosial Dan Lintas Budaya*, 2(1), 45–58.
- 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), 93–113.
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2023). *Manajemen Event*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.