

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Penciptaan Karya

Dalam dunia kerja saat ini, kebutuhan akan budaya kerja yang kolaboratif dan suportif semakin menjadi prioritas utama organisasi. Budaya kerja tersebut diyakini mampu menstimulus motivasi kerja, sehingga karyawan dapat bekerja dengan nyaman dan sejahtera. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan yang tidak lagi hanya semata-mata berorientasi pada pencapaian target bisnis dan produktivitas, tetapi juga menempatkan pengalaman kerja karyawan sebagai bagian penting dalam strategi keberlanjutan organisasi. Lingkungan kerja yang positif diyakini mampu meningkatkan keterikatan karyawan (*employee engagement*), memperkuat loyalitas, serta mendorong terciptanya performa kerja yang lebih optimal. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menghadirkan berbagai program yang tidak hanya bersifat administratif dan operasional, tetapi juga menyentuh aspek sosial dan emosional karyawan.

Mengawali tahun kerja yang baru menjadi momentum yang strategis bagi organisasi untuk melakukan evaluasi sekaligus membangun kembali energi kolektif di lingkungan kerja. Awal tahun sering kali dipandang sebagai titik awal pembentukan target, penyesuaian ritme kerja, dan penguatan kembali hubungan antarindividu di dalam organisasi. Pada fase ini, perusahaan memiliki peluang untuk menghadirkan ruang rekreasi psikologis yang dapat membantu karyawan melepaskan tekanan kerja sebelumnya serta membangun semangat baru secara bersama-sama. Menurut Khuong dan Yen (2016), pengalaman positif yang dibangun perusahaan dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap motivasi dan kepuasan kerja karyawan.

Dalam organisasi modern, kolaborasi antar-divisi merupakan salah satu faktor yang menentukan efektivitas pencapaian tujuan perusahaan. Namun, perbedaan fungsi kerja dan fokus tugas pada masing-masing divisi sering kali menyebabkan interaksi antar-karyawan berlangsung secara terbatas. Kondisi ini dapat mengurangi peluang terbentuknya komunikasi yang lebih terbuka dan hubungan kerja yang lebih erat antar-

unit organisasi. Oleh karena itu, diperlukan suatu media yang mampu memfasilitasi interaksi lintas divisi secara lebih intensif.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui penyelenggaraan *event* internal perusahaan sebagai bagian dari strategi komunikasi organisasi. *Event* internal memberikan ruang bagi karyawan untuk berinteraksi di luar rutinitas pekerjaan formal sehingga dapat memperkuat hubungan interpersonal, meningkatkan pemahaman antar-divisi, dan membangun semangat kebersamaan. Melalui kegiatan tersebut, perusahaan dapat mendorong terciptanya sinergi yang lebih baik antar-divisi sehingga koordinasi dan kolaborasi kerja dapat berlangsung secara lebih efektif. Dengan demikian, *event* internal tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen organisasi dalam memperkuat integrasi dan kolaborasi antar-karyawan.

Menjawab tantangan tersebut, *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* dirancang sebagai sebuah karya kegiatan internal perusahaan yang mengedepankan pendekatan humanistik dan partisipatif. Program ini bertujuan menciptakan pengalaman awal tahun yang lebih bermakna melalui aktivitas yang melibatkan seluruh elemen organisasi secara aktif. Tidak hanya sebagai agenda seremonial, kegiatan ini dirancang menjadi media untuk membangun koneksi sosial, memperkuat solidaritas, dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap lingkungan kerja *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* dipilih sebagai representasi semangat baru dalam mengawali periode kerja yang baru. Konsep *tukar kado* dipandang sebagai aktivitas sederhana namun memiliki nilai simbolik yang kuat dalam membangun budaya saling menghargai dan berbagi. Melalui kegiatan ini, karyawan diajak untuk terlibat dalam pengalaman emosional yang positif, memperkuat relasi interpersonal, serta menciptakan suasana kerja yang lebih hangat dan inklusif. Aktivitas ini juga diharapkan mampu menjadi sarana komunikasi informal yang efektif antar karyawan lintas divisi.

Pendekatan yang digunakan dalam perancangan kegiatan ini selaras dengan konsep *employee experience design* yang dikemukakan oleh Morgan (2017), yang menekankan pentingnya menciptakan pengalaman kerja yang positif melalui desain aktivitas yang

relevan, inklusif, dan bermakna secara emosional. Dalam konteks tersebut, kegiatan internal tidak hanya diposisikan sebagai hiburan, tetapi sebagai instrumen strategis dalam membentuk persepsi karyawan terhadap perusahaan. Pengalaman positif yang tercipta dapat memperkuat keterikatan emosional sekaligus meningkatkan kualitas hubungan kerja di dalam organisasi.

Sebagai *Planner*, penyusunan karya ini dilakukan melalui integrasi antara unsur hiburan kreatif, aktivitas interaktif, dan nuansa relaksasi yang melibatkan seluruh lapisan perusahaan. Kebaruan dari kegiatan ini terletak pada penerapan pendekatan kolaboratif sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Tim perencana melibatkan berbagai stakeholder internal, termasuk divisi HRD dan perwakilan karyawan, sehingga program yang dihasilkan memiliki tingkat relevansi yang tinggi terhadap kebutuhan nyata di lingkungan kerja. Keterlibatan tersebut juga diharapkan mampu membangun rasa kepemilikan bersama terhadap kegiatan yang diselenggarakan.

Dengan demikian, penciptaan karya *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* tidak hanya bertujuan menghadirkan hiburan pada awal tahun kerja, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi internal perusahaan dalam mendukung transformasi budaya organisasi yang lebih sehat dan berkelanjutan. Program ini diharapkan mampu menjadi prototipe kegiatan internal yang dapat menyatukan produktivitas dengan kesejahteraan emosional karyawan secara simultan. Selain memberikan dampak positif terhadap hubungan interpersonal, kegiatan ini juga mencerminkan nilai perusahaan yang progresif, adaptif, dan peduli terhadap kualitas pengalaman kerja karyawan di era modern (Gallup, A2023). Dengan demikian, penciptaan karya ini bertujuan menghadirkan hiburan di awal tahun sekaligus menjadi bentuk strategi komunikasi internal yang selaras dengan transformasi budaya kerja PT Arista Group. *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* diharapkan menjadi *prototipe* kegiatan internal perusahaan yang mampu menyatukan produktivitas dan kepedulian terhadap kesejahteraan emosional karyawan secara simultan dan berkelanjutan.

1.2. Rumusan Penciptaan Karya

Karya ini dirancang untuk mendalami peran strategis seorang *planner* dalam merancang dalam penyusunan konsep *event E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)*. Hal ini dilakukan sebagai bentuk implementasi komunikasi internal yang efektif di lingkungan PT Arista Group. *Event* ini disusun dengan tujuan meningkatkan *employee engagement* serta memperkuat budaya kerja yang kolaboratif di tengah dinamika organisasi saat ini. Dalam konteks perusahaan yang terus berkembang, keterlibatan karyawan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun produktivitas, loyalitas, dan semangat kerja yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan kegiatan internal yang tidak hanya bersifat seremonial, tetapi juga mampu menghadirkan pengalaman yang bermakna bagi seluruh peserta.

Penciptaan karya ini berangkat dari fenomena meningkatnya kebutuhan organisasi terhadap pendekatan internal yang lebih kreatif, partisipatif, dan terstruktur. Komunikasi internal yang selama ini cenderung formal sering kali belum mampu menciptakan ruang interaksi yang hangat dan emosional antarkaryawan. Kondisi tersebut dapat berdampak pada rendahnya kedekatan antar divisi serta terbatasnya peluang terciptanya kolaborasi yang lebih efektif. Melalui *event E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)*, dirancang sebuah konsep kegiatan yang mampu menjadi sarana membangun koneksi sosial sekaligus memperkuat identitas kolektif dalam organisasi.

Dalam karya ini, penulis berperan sebagai *planner* yang bertanggung jawab atas keseluruhan proses perencanaan acara dalam rangka mendukung tujuan dan strategi komunikasi PT. Arista Group. penulis meliputi perumusan konsep acara, penyusunan program kegiatan yang relevan dengan kebutuhan perusahaan, pengembangan alur acara yang interaktif, serta penyusunan rundown yang sistematis. Selain itu, penulis melakukan koordinasi dengan berbagai divisi pendukung guna memastikan seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana secara efektif. Melalui peran tersebut, penulis memberikan kontribusi dalam menciptakan acara yang mampu memperkuat hubungan antara PT.

Arista Group dengan peserta, serta mendukung pencapaian tujuan perusahaan melalui pelaksanaan kegiatan yang terencana dan terintegrasi.

Aspek kolaboratif menjadi salah satu fokus utama dalam proses penciptaan karya ini. Nilai kolaborasi tidak hanya diwujudkan melalui pelaksanaan acara, tetapi juga ditanamkan sejak tahap perencanaan dan pengorganisasian. Sistem kerja kepanitiaan dirancang untuk mendorong komunikasi lintas divisi, sedangkan bentuk kegiatan seperti permainan kelompok, sesi apresiasi, dan aktivitas partisipatif disusun agar mampu menciptakan interaksi yang lebih cair dan mempererat hubungan antarpegawai. Dengan demikian, *event* tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi instrumen pembentukan budaya organisasi yang lebih inklusif dan suportif. Proses penciptaan karya dilakukan melalui pendekatan berbasis data dengan memanfaatkan observasi langsung, wawancara internal, serta analisis kebutuhan karyawan terkait keterlibatan dan kerja sama tim. Data tersebut menjadi dasar dalam merancang konsep dan strategi pelaksanaan *event* agar sesuai dengan karakter serta kebutuhan organisasi.

Hasil akhir dari karya ini berupa desain konseptual dan operasional *event E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* yang diharapkan dapat menjadi acuan praktis dalam penyelenggaraan kegiatan internal perusahaan, sekaligus memberikan kontribusi akademik dalam kajian komunikasi organisasi, khususnya pada bidang perencanaan dan pengelolaan *event* internal yang dapat menjadi acuan praktis sekaligus kontribusi akademik dalam studi komunikasi organisasi, khususnya pada bidang perencanaan *event* internal.

1.3. Tujuan Karya

Secara umum, tujuan penciptaan karya ini adalah menghadirkan sebuah *event* internal perusahaan yang dapat memperkuat sinergi antar divisi, meningkatkan interaksi antarkaryawan, serta mendukung terciptanya lingkungan kerja yang lebih harmonis dan kolaboratif. Tujuan tersebut diwujudkan melalui penyelenggaraan *event E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* yang dirancang sebagai momentum awal tahun untuk

membangun semangat kebersamaan dan mempererat hubungan antar karyawan PT Arista Group

Secara khusus, tujuan penciptaan karva terkait dengan peran seorang *Planner* adalah:

1. Mengilustrasikan peran strategis *planner* dalam menyusun konsep dan alur *event* awal tahun yang tidak hanya bersifat seremonial, tetapi juga menyentuh aspek psikologis karyawan melalui aktivitas yang mendorong rasa kepemilikan dan kebersamaan.
2. Menunjukkan pentingnya sinergi antar divisi dalam proses perencanaan hingga pelaksanaan *event*, sebagai bentuk praktik nyata dari kolaborasi internal yang sehat.
3. Mendorong pendekatan kreatif dalam internal *engagement*, di mana *event* bukan hanya sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai wadah reflektif dan apresiatif terhadap kinerja karyawan selama satu tahun.
4. Mendokumentasikan proses *event* sebagai referensi karya desain komunikasi visual berbasis kerja tim, manajemen proyek, dan pemecahan masalah kolaboratif.

1.4. Manfaat Karya

Karya ini diharapkan memberikan kontribusi dalam berbagai aspek, baik secara akademis, praktis, maupun sosial, terutama dalam konteks peran seorang *planner* dalam menyusun *event* internal yang bertujuan meningkatkan keterlibatan karyawan dan budaya kolaboratif lintas divisi.

1.4.1. Manfaat Akademis

Karya ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa maupun akademisi dalam bidang komunikasi, manajemen *event*, dan studi organisasi, khususnya yang berkaitan dengan peran *planner* dalam membangun *engagement* dan kerja sama tim di lingkungan perusahaan. Selain itu, karya ini memperkaya kajian tentang hubungan antara perencanaan *event* internal dengan pembentukan budaya organisasi yang sehat dan produktif.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, karya ini dapat dijadikan acuan bagi praktisi komunikasi, *planner*, serta tim internal perusahaan dalam merancang dan mengimplementasikan *event* yang tidak hanya berorientasi pada hiburan, tetapi juga mampu menjadi media strategis untuk memperkuat keterlibatan karyawan dan mempererat kerja sama lintas divisi. Melalui studi kasus *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)*, pembaca dapat memahami tahapan perencanaan *event* yang berfokus pada nilai kolaboratif.

1.4.3. Manfaat Sosial

Dari sisi sosial, karya ini turut mendorong terciptanya lingkungan kerja yang lebih inklusif, suportif, dan komunikatif. Dengan memperkuat hubungan antarkaryawan melalui *event* internal seperti *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)*, perusahaan secara tidak langsung membentuk komunitas kerja yang memiliki rasa memiliki dan saling mendukung, yang berdampak positif pada kesejahteraan psikologis individu dalam organisasi.

1.5. Tinjauan Pustaka

Bagian Tinjauan pustaka pada bagian ini bertujuan untuk memperkuat dasar konseptual dalam merancang karya ini *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* : Membangun *Engagement* dan Kolaborasi. Landasan teori yang digunakan mencakup konsep perencanaan *event*, *employee engagement*, dan budaya kerja kolaboratif. Selain itu, juga disertakan referensi karya-karya terdahulu yang memiliki kesamaan, baik yang telah tayang secara komersial maupun karya tugas akhir mahasiswa sebagai perbandingan dan inspirasi dalam penciptaan karya ini.

1.6. Landasan Teori

1.6.1. Peran *Planner* dalam Manajemen *Event*

Allen et al. (2011) menjelaskan bahwa perencana acara (*event planner*) berperan penting dalam menyusun strategi, mengelola sumber daya, hingga mengoordinasikan tim

untuk mencapai tujuan sebuah *event*. *Planner* tidak hanya berfokus pada aspek teknis pelaksanaan, tetapi juga berfungsi sebagai penghubung antarbagian yang terlibat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan.

1.6.2. Konsep Employee Engagement

Berdasarkan Kahn (1990) menjelaskan bahwa *employee engagement* merupakan kondisi psikologis ketika individu mengekspresikan dirinya secara fisik, kognitif, dan emosional dalam menjalankan peran kerjanya. Tingkat keterlibatan tersebut berpengaruh terhadap loyalitas, motivasi, serta produktivitas karyawan, yang dapat ditingkatkan melalui lingkungan kerja yang mendukung kolaborasi dan partisipasi aktif.

1.6.3. Budaya Kerja Kolaboratif

Cross dan Parker (2004) menyatakan bahwa organisasi yang mengedepankan kolaborasi lintas divisi mampu membangun kepercayaan dan inovasi yang lebih kuat. Peran *planner* sangat krusial dalam menciptakan sistem kerja yang mendorong interaksi positif antar karyawan. Dalam konteks penyelenggaraan *event*, *planner* bertanggung jawab merancang konsep dan aktivitas yang dapat mempertemukan berbagai individu maupun kelompok kerja dalam suasana yang kondusif, sehingga tercipta komunikasi yang lebih terbuka, kerja sama yang lebih efektif, serta rasa memiliki terhadap organisasi. Melalui perencanaan yang matang, *planner* juga dapat memastikan bahwa setiap rangkaian kegiatan selaras dengan tujuan perusahaan dalam memperkuat hubungan antar karyawan dan meningkatkan keterlibatan (*employee engagement*) secara keseluruhan.

1.6.4. Studi Karya Sebelumnya

Kajian terhadap karya-karya terdahulu dilakukan untuk memperoleh pemahaman mengenai praktik penyelenggaraan *event* internal perusahaan sebagai strategi komunikasi organisasi dan peningkatan keterlibatan karyawan. Studi terdahulu ini menjadi landasan konseptual dalam penyusunan karya *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* karena menunjukkan bagaimana kegiatan internal dapat dirancang sebagai media pembentukan pengalaman kerja yang positif.

Karya komersial pertama yang relevan dengan perancangan E.O.S ARISTA adalah penyelenggaraan *Tokopedia Year-End Party* (Tokopedia, 2022). Acara internal skala besar ini mengintegrasikan sesi hiburan, penganugerahan penghargaan, dan pembagian *doorprize* dalam satu waktu. Pendekatan Tokopedia membuktikan bahwa format acara yang rileks sangat efektif mencairkan sekat hierarki antar-karyawan. Evaluasi internal dari penyelenggaraan tersebut memperlihatkan lonjakan keterlibatan peserta ketika elemen apresiasi digabungkan dengan budaya populer. Struktur kegiatan semacam ini memiliki kesamaan desain dengan konsep E.O.S ARISTA 2026. Penulis secara khusus mengadopsi mekanisme penghargaan mereka untuk memancing partisipasi aktif dari seluruh divisi perusahaan.

Studi kasus kedua menelaah *Gojek Annual Town Hall & Year-End Celebration* yang diselenggarakan sebagai ruang temu lintas divisi (Gojek Indonesia, 2023). Format kegiatan ini cukup berani karena memadukan sesi pemaparan target manajemen yang formal dengan segmen perayaan akhir tahun yang santai. Penyatuan dua agenda kontras tersebut memaksa penyelenggara merancang transisi acara secara teliti agar suasana tidak mendadak kaku. Karyawan dapat menyerap arahan strategis perusahaan, lalu langsung beralih ke sesi apresiasi tanpa merasa canggung. Model pergeseran dari suasana formal ke kasual inilah yang menjadi rujukan teknis utama bagi E.O.S ARISTA. Pengelolaan emosi peserta mutlak diatur secara spesifik saat menggabungkan urusan manajemen dengan hiburan internal.

Karya ketiga Tahar & Syah (2023) Analisis Peran *Organizer* dalam Pelaksanaan Kegiatan Employee Gathering Bandara Soekarno–Hatta, Penelitian ini menelaah peran penyelenggara dalam mengelola kegiatan employee gathering berskala besar yang melibatkan ribuan peserta. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan acara dipengaruhi oleh perencanaan konsep, pengaturan alur kegiatan, segmentasi peserta, serta pemilihan lokasi yang sesuai kapasitas. Employee gathering diposisikan sebagai bentuk apresiasi perusahaan sekaligus upaya memperkuat hubungan internal organisasi. Studi ini menjadi referensi bahwa keberhasilan acara kebersamaan karyawan bergantung pada implementasi manajemen *event* yang terstruktur.

Karya keempat yang menjadi rujukan adalah konsep *Employee Engagement* melalui *Secret Santa Office Experience*. Program ini menggunakan mekanisme pertukaran hadiah secara anonim sebagai sarana membangun pengalaman emosional yang positif di lingkungan kerja. Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa aktivitas berbagi dalam suasana informal mampu meningkatkan komunikasi interpersonal, mempererat hubungan antarkaryawan, serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan menyenangkan. Konsep tersebut menunjukkan bahwa aktivitas sederhana yang dirancang secara sistematis dapat memberikan dampak terhadap kualitas hubungan sosial dalam organisasi. Persamaan dengan *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* terletak pada penggunaan konsep berbagi dan kebersamaan sebagai media membangun koneksi sosial, sedangkan perbedaannya terletak pada pengembangan aktivitas yang lebih luas melalui integrasi permainan interaktif, hiburan kreatif, serta keterlibatan pemangku kepentingan internal.

Referensi komersial kelima mengambil inspirasi praktis dari *Unilever Indonesia Employee Appreciation Day* (Unilever Indonesia, 2021). Kegiatan ini mendedikasikan seluruh waktunya untuk apresiasi staf melalui permainan interaktif, kerja sama tim, dan pertukaran kado. Tidak ada intervensi presentasi bisnis yang berat sepanjang acara tersebut berlangsung. Interaksi organik justru lahir karena panitia mewajibkan setiap orang bertukar hadiah secara acak dengan rekan kerja yang jarang mereka temui. Skema pertukaran kado ini langsung diadaptasi ke dalam tata waktu *E.O.S ARISTA* untuk memecah keheningan pada awal acara. Aktivitas pertukaran apresiasi sederhana terbukti jauh lebih cepat membangun keakraban dibandingkan sambutan dari pimpinan perusahaan.

Referensi selanjutnya bersumber dari pelaksanaan *Bank Mandiri Annual Employee Gathering* yang menstrukturkan kegiatannya melalui kombinasi pembukaan birokratis, permainan antardivisi, hiburan musik, hingga undian *doorprize*. Pengelolaan alur acara berlapis ini mendukung temuan Nugroho dan Pratiwi (2021) yang membuktikan bahwa interaksi nonformal di luar lingkungan kantor memperbaiki kualitas komunikasi interpersonal staf secara tajam. Penyelenggara di Bank Mandiri menerapkan strategi

pengelompokan peserta secara acak saat sesi permainan untuk memaksa persilangan komunikasi antar-departemen. Taktik operasional tersebut beririsan langsung dengan target perancangan E.O.S ARISTA 2026 yang berupaya menembus batas-batas divisi fungsional perusahaan. Penulis mengadopsi mekanisme pengacakan kelompok ini ke dalam susunan acara untuk menjamin keterlibatan merata dari semua tingkatan jabatan tanpa mengabaikan faktor kenyamanan personal.

Eksperimen format acara yang lebih dinamis turut ditunjukkan oleh pelaksanaan *Telkom Indonesia Internal Event: DigiLearn Fest*. Konsep kegiatan ini mengubah kultur kumpul internal konvensional menjadi pameran inovasi interaktif dan permainan penyelesaian masalah yang menuntut partisipasi fisik para pesertanya. Praktik ini memperkuat argumen Oktaviansyah (2020) mengenai fungsi dominan manajemen *event* internal sebagai medium penanaman nilai budaya perusahaan secara dua arah. Panitia di Telkom Indonesia mendayagunakan teknik gamifikasi agar para pekerja merasa ikut campur tangan secara langsung dalam proses refleksi organisasi. Cetak biru *DigiLearn Fest* memberikan referensi taktis bagi pengembangan mekanisme partisipatif dalam perancangan E.O.S ARISTA 2026. Perencana acara memodifikasi ide pelibatan tersebut melalui sesi penukaran kado sebagai jembatan apresiasi timbal balik antar-kolega kerja

Menurut Goldblatt (2014), *event planner* memiliki peran strategis dalam manajemen *event* yang meliputi tahap *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Tahapan ini menjadi dasar konseptual dalam berbagai penelitian yang membahas perencanaan *event* perusahaan. *Event planner* tidak hanya bertugas secara teknis, tetapi juga berperan dalam menerjemahkan tujuan perusahaan ke dalam konsep acara yang efektif dan terukur. Selain itu, penelitian Rahman (2021) menekankan bahwa *event planner* memiliki peran strategis dalam kegiatan *brand activation* dan *employee engagement*. Dalam *event internal* seperti *employee gathering*, *planner* berperan dalam merancang aktivitas yang mampu meningkatkan loyalitas, motivasi, dan rasa kebersamaan karyawan. Sementara pada *event eksternal*, peran *planner* lebih diarahkan pada pencapaian tujuan branding dan pemasaran perusahaan.

Fungsi strategis perencana ini terbelah secara tajam ketika berhadapan dengan target audiens yang berbeda (Rahman, 2021). Pada proyek eksternal seperti *brand activation*, desain kegiatan murni diarahkan pada penetrasi pasar dan eksposur identitas korporat. Fokusnya bergeser total saat menangani acara internal seperti *employee gathering*. Di wilayah ini, perencana beroperasi menyerupai arsitek psikologi organisasi yang merancang bangun kohesi sosial. Target pelaksanaannya beralih pada pembentukan loyalitas, pemulihan motivasi pekerja, dan pencairan komunikasi lintas departemen. Morgan (2017) mengingatkan bahwa pengalaman karyawan yang dikelola secara matang melampaui urusan penyediaan fasilitas kerja fisik, karena hal tersebut menyentuh kebutuhan emosional dasar untuk diakui oleh kelompoknya. Perencana memanfaatkan *event* internal sebagai instrumen taktis untuk membongkar sekat birokrasi dan memfasilitasi interaksi horizontal yang sulit terjadi pada jam kerja reguler.

Beban koordinasi menempatkan perencana acara sebagai titik tumpu tunggal bagi seluruh pemangku kepentingan yang terlibat. Saragih, Simanjuntak, dan Siregar (2023) menemukan bahwa kelancaran acara sangat bergantung pada kemampuan perencana mengawinkan rumusan konsep kreatif dengan batasan realitas ketersediaan dana dan fasilitas. Mereka bertindak sebagai penerjemah yang harus menjembatani ambisi klien perusahaan dengan kapasitas aktual para vendor di lapangan. Silvers (2012) menegaskan ketangkasan manajemen risiko inilah yang memisahkan perencana profesional dari penyelenggara amatir. Intervensi teknis sering kali harus diputuskan seketika untuk merespons anomali di lokasi acara. Keputusan krusial tersebut dituntut untuk segera memecahkan masalah operasional tanpa mengorbankan kualitas pengalaman yang diterima oleh para peserta.

BAB II

RANCANGAN PENCIPTAAN KARYA

2.1. Deskripsi Karya

E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start) merupakan *event* internal perusahaan yang diselenggarakan oleh PT Arista sebagai bentuk apresiasi kepada seluruh karyawan sekaligus sarana untuk memperkuat kebersamaan dan komunikasi internal di lingkungan kerja. Kegiatan ini dilaksanakan pada awal tahun sebagai momentum untuk membangun semangat baru, mempererat hubungan antarkaryawan, serta menciptakan suasana kerja yang lebih harmonis dan kolaboratif.

Event ini dirancang dengan konsep *Energize Our Start* yang menekankan nilai kebersamaan, partisipasi aktif, dan interaksi lintas divisi. Berbagai aktivitas seperti games interaktif, penampilan karyawan, *doorprize*, dan sesi tukar kado disusun untuk menciptakan pengalaman bersama yang mampu mendorong komunikasi yang lebih terbuka antar peserta. Melalui konsep tersebut, kegiatan tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi internal perusahaan.

Dalam proses penyelenggaraannya, *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* melibatkan berbagai tahapan manajemen *event* yang meliputi perencanaan, koordinasi, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Seluruh tahapan tersebut dilaksanakan oleh tim penyelenggara yang terdiri dari *planner*, *organizer*, dan *implementer* yang memiliki tugas serta tanggung jawab yang berbeda namun saling berkaitan dalam mendukung keberhasilan acara.

Pada karya ini, penulis berperan sebagai *planner* yang bertanggung jawab dalam menyusun dan merancang seluruh konsep serta perencanaan kegiatan agar dapat terlaksana secara terstruktur dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Peran tersebut mencakup penyusunan konsep acara, perencanaan teknis dan operasional, pengaturan alur kegiatan, penentuan kebutuhan sumber daya, serta penyusunan strategi untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan selama pelaksanaan. Melalui karya ini,

penulis ingin menunjukkan pentingnya peran *planner* dalam membangun fondasi perencanaan yang matang sehingga pelaksanaan *event* dapat berjalan efektif dan tujuan kegiatan dapat tercapai secara optimal.

Tabel 2. 1 Deskripsi Karya

Kategori	Keterangan
Program	Manajemen <i>Event</i>
Bentuk Karya	Employee Gathering
Judul Karya	<i>Planner</i> dalam E.O.S ARISTA 2026: Membangun <i>Engagement</i> dan Kolaborasi
Nama <i>Event</i>	<i>E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)</i>
Lokasi Kegiatan	Agreya Coffee
Waktu Pelaksanaan	5 January 2026
Durasi Kegiatan	1 Hari
Target Peserta	Karyawan PT Arista Group
Jumlah Peserta	200 Peserta
Konsep <i>Event</i>	<i>Energize Our Start</i>
Fokus Karya	<i>Planner</i> dalam E.O.S ARISTA 2026: Membangun <i>Engagement</i> dan Kolaborasi
Objek Karya	E.O.S ARISTA 2026
Subjek Karya	<i>Planner</i> dan Tim Penyelenggara <i>Event</i>

Sumber : Olahan Penulis

2.1.1. Rancangan Konsep Kreatif

Konsep kreatif E.O.S ARISTA 2026 berangkat dari kebutuhan perusahaan untuk menghadirkan kegiatan awal tahun yang mampu mendorong partisipasi aktif seluruh karyawan. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pihak perusahaan, kegiatan internal yang telah dilaksanakan sebelumnya lebih banyak berfokus pada penyampaian informasi dan rangkaian acara formal, sehingga peluang interaksi langsung antar karyawan masih dapat ditingkatkan

Berdasarkan kondisi tersebut, E.O.S ARISTA 2026 dirancang dengan konsep *Energize Our Start* yang menekankan semangat baru, kebersamaan, apresiasi, dan interaksi lintas divisi. Konsep ini diwujudkan melalui berbagai aktivitas yang melibatkan partisipasi langsung peserta seperti games interaktif, penampilan karyawan, *doorprize*, dan sesi tukar kado.

Melalui konsep tersebut, perusahaan berupaya menciptakan suasana yang lebih terbuka dan partisipatif sehingga karyawan dapat berinteraksi secara lebih luas tanpa batasan divisi maupun jabatan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi media komunikasi internal yang mendukung terciptanya kebersamaan dan semangat kerja pada awal tahun.

2.1.2 Perencanaan Teknis

Perencanaan teknis disusun untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan E.O.S ARISTA 2026 dapat terlaksana secara terstruktur, efektif, dan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan. Tahap ini meliputi identifikasi kebutuhan operasional, penyusunan struktur tim, pengaturan perlengkapan acara, pengelolaan anggaran, penyusunan rundown, serta penjadwalan kegiatan sebelum, saat, dan setelah acara berlangsung.

Melalui perencanaan teknis yang matang, setiap kebutuhan pelaksanaan dapat dipersiapkan dengan baik sehingga potensi kendala selama kegiatan berlangsung dapat diminimalkan. Selain itu, perencanaan teknis juga menjadi pedoman bagi seluruh tim penyelenggara dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab masing-masing guna mendukung tercapainya tujuan *event*.

2.1.2.1 Peralatan dan Perlengkapan Event

Peralatan dan perlengkapan *event* merupakan sarana pendukung yang digunakan untuk menunjang kelancaran pelaksanaan E.O.S ARISTA 2026. Kebutuhan tersebut disesuaikan dengan konsep kegiatan, jumlah peserta, serta aktivitas yang akan dilaksanakan selama acara berlangsung.

Adapun peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam penyelenggaraan E.O.S ARISTA 2026 meliputi:

1. Sistem audio untuk mendukung kebutuhan MC, hiburan, dan aktivitas utama acara.
2. Layar LED dan proyektor untuk menampilkan materi visual, dokumentasi, serta kebutuhan presentasi.
3. Lighting dan pencahayaan pendukung untuk menciptakan suasana acara yang nyaman dan sesuai dengan konsep kegiatan.
4. Peralatan dokumentasi berupa kamera foto dan video untuk kebutuhan arsip serta publikasi internal perusahaan.
5. Laptop dan perangkat multimedia untuk mendukung operasional teknis selama kegiatan berlangsung.
6. Meja registrasi dan perlengkapan administrasi peserta.
7. Perlengkapan games dan aktivitas interaktif yang digunakan selama acara.
8. Perlengkapan pendukung lainnya yang diperlukan untuk menunjang kelancaran kegiatan.

2.1.2.2 Struktur Tim Pelaksana

Struktur tim pelaksana E.O.S ARISTA 2026 disusun berdasarkan pembagian fungsi kerja yang terdiri atas perancang konsep, pengelola acara, dan pelaksana lapangan sebagai inti pengelolaan *event*. Ketiga posisi tersebut saling terhubung dalam proses perencanaan, koordinasi, hingga pelaksanaan teknis acara agar seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan secara terstruktur, efektif, dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

Tabel 2.2 Struktur Tim pelaksana

Posisi / Peran	Penanggung Jawab
<i>Planner</i>	Paskah
<i>Organizer</i>	Nicholas
<i>Implementer</i>	Christoffer
MC	Kevin, Sifa
Usher	Zulfa, Widya, Anggi
Konsumsi	Nurul
<i>Doorprize</i>	Isul
Dokumentasi	Pradit, Farel
Game&Performance	Sifa
Perlengkapan	Aldi, Rangga, Rozi, Cipeng, Fahmi, Afif
Multimedia	Noval

2.1.2.3 Rundown Kegiatan

Rundown kegiatan disusun sebagai pedoman pelaksanaan acara yang memuat urutan dan alokasi waktu setiap sesi agar seluruh rangkaian E.O.S ARISTA 2026 dapat berjalan secara teratur dan sesuai perencanaan.

Tabel 2. 2 Rundown Perencanaan E.O.S ARISTA 2026

Timer		Durasi	Agenda
In	Out		
17:30	18:30	60"	<i>Registration & Ishoma</i>
18:30	18:32	2"	Opening MC
18:32	18:35	3"	Sambutan Christoforus Ronny Ng (Direktur PT Arista Group)
18:35	18:40	5"	Penampilan Garam & Madu
18:40	18:50	10"	Games 1: Si paling selebgram, Si paling player, Si paling <i>Gamers</i>
18:50	18:55	5"	Penampilan Karaoke Rifqi
18:55	19:05	10"	Games 2: Si paling <i>Powerful</i> , Si paling pelari kalcer
19:05	19:25	20"	Tukar kado
19:25	19:40	15"	<i>Doorprize 1</i>
19:40	19:50	10"	Games 3: Si paling workaholic, Si paling legend
19:50	20:05	15"	<i>Doorprize 2</i>
20:05	20:10	5"	Penampilan Tabola Bale
20:10	20:20	10"	Pengumuman Penampilan Terbaik
20:20	20:35	15"	<i>Doorprize Hadiah</i>
20:35	20:40	5"	Foto Bersama & MC Closing

2.1.2.4 Rancangan Biaya

Anggaran biaya disusun sebagai acuan dalam memenuhi kebutuhan penyelenggaraan E.O.S ARISTA 2026 serta mendukung pelaksanaan kegiatan secara efektif, efisien, dan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

Tabel 2. 3 Anggaran Biaya

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga	Total Harga
Survei Pra-Event E.O.S ARISTA 2026				
1	Test Food @Sahassra Venue	1	Rp 148,423	Rp 148,423
Venue				
2	Agreya Venue + Food and Beverage	1	Rp 44,122,150	Rp 44,122,150
Dekorasi & Spot Foto				
3	Backdrop 5x2,5 m + printing	1	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000
4	Backdrop 4x0.5m	2	Rp 150,000	Rp 300,000
5	Cetak Sticker	1	Rp 51,000	Rp 51,000
		1	Rp 272,000	Rp 272,000
6	Colokan 3	1	Rp 25,000	Rp 25,000
7	Hiasan dinding	1	Rp 82,586	Rp 82,586
8	Pajangan rak dinding	1	Rp 289,363	Rp 289,363
9	Sticker Vinyl	1	Rp 280,500	Rp 280,500
10	Karpet 8m	1	Rp 136,000	Rp 136,000
11	Lakban dan solasi	1	Rp 72,000	Rp 72,000
12	Plastik	1	Rp 9,000	Rp 9,000
13	Karpet Plastik Vinyl	1	Rp 161,400	Rp 161,400
14	Paket Lampu LED	1	Rp 87,360	Rp 87,360
15	Dummy Book Properti	1	Rp 124,722	Rp 124,722

16	Kaca Cermin (Standing)	1	Rp 117,251	Rp 117,251
17	Hiasan Pajangan Meja	1	Rp 92,219	Rp 92,219
18	Moneyboard	1	Rp 151,500	Rp 151,500
19	Koran Bekas	1	Rp 17,600	Rp 17,600
20	Vention Switcher HDMI	1	Rp 118,097	Rp 118,097
21	Vention Acc Kabel HDMI	1	Rp 178,724	Rp 178,724
22	Kuota Orbit 35GB	1	Rp 112,200	Rp 112,200
23	Amplop dan Sticky Notes	1	Rp 51,000	Rp 51,000
Doorprize				
24	MAP Gift Voucher 500K	1	Rp 500,000	Rp 500,000
25	Samsung Galaxy A07 LTE 6/128GB	1	Rp 1,949,000	Rp 1,949,000
26	Samsung Galaxy Fit3 – Smartwatch	1	Rp 719,200	Rp 719,200
27	Cargloss CFM Retro Visor Pet Helm Half Face	1	Rp 291,540	Rp 291,540
28	Biaya Layanan + Polytron Air Cooler PCA200D	1	Rp 890,240	Rp 890,240
29	SANEX Stand & Desk Fan Kipas Angin Meja	1	Rp 215,680	Rp 215,680
30	HUAWEI MatePad SE 11" Tablet [4+128GB]	1	Rp 2,103,032	Rp 2,103,032
31	Xiaomi TV A 32	1	Rp 1,696,359	Rp 1,696,359

32	Biaya Layanan + SONY WF-C510 Truly Wireless Earbuds	1	Rp 629,409	Rp 629,409
33	FUJIFILM Instax Mini 11	1	Rp 879,838	Rp 879,838
34	Xiaomi Redmi TV Soundbar	1	Rp 473,705	Rp 473,705
35	AUKEY Powerbank 10000mah PB-N83S USB C	1	Rp 256,107	Rp 256,107
36	AZKO Luggage Blythe 20 inc	1	Rp 659,700	Rp 659,700
37	UBS Gold Logam Mulia 1 Gr	1	Rp 2,591,000	Rp 2,591,000
38	Kels Landen Air Fryer Low Watt Compact 4 Liter	1	Rp 499,000	Rp 499,000
Games dan Quiz				
39	Si paling	7	Rp 50,000	Rp 350,000
40	Best Costume Juara 1, 2, dan 3	1	Rp 450,000	Rp 450,000
Pengiriman				
41	Peminjaman barang	1	Rp 146,350	Rp 146,350
42	Pemulangan barang Agreya-Kalimalang	1	Rp 122,333	Rp 122,333
43	Pengembalian barang	1	Rp 133,678	Rp 133,678
TOTAL				Rp 65,056,266

2.1.2.5 Timeline Penyelenggaraan Event

Timeline penyelenggaraan *event* disusun sebagai pedoman pelaksanaan yang memuat tahapan kegiatan sejak proses persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi pasca-

event. Penyusunan timeline bertujuan untuk memastikan seluruh rangkaian E.O.S ARISTA 2026 dapat berjalan sesuai target waktu yang telah ditetapkan.

Tabel 2.5 Timeline Penyelenggaraan *Event*

Tahap <i>Event</i>	Waktu Pelaksanaan
Penyusunan Konsep dan Briefing	10 - 15 Oktober 2025
Persiapan Teknis dan <i>Venue</i>	16 - 31 Oktober 2025
Persiapan Materi Pendukung Acara	1 – 15 Desember 2025
Gladi Bersih dan Instalasi	4 Januari 2026
Pelaksanaan Acara E.O.S	5 Januari 2026
Evaluasi dan Dokumentasi Akhir	12 Januari 2026

Sumber: Olahan Penulis

2.1.2.6 Indikator Keberhasilan *Event*

Keberhasilan *event* E.O.S ARISTA 2026 diukur berdasarkan beberapa indikator berikut:

1. Tingkat kehadiran peserta mencapai minimal 90% dari total undangan yang telah disebarkan.
2. Rundown acara dapat berjalan sesuai jadwal yang telah direncanakan.
3. Seluruh rangkaian acara terlaksana tanpa kendala teknis yang signifikan.
4. Peserta menunjukkan partisipasi aktif selama sesi games, tukar kado, dan hiburan berlangsung.
5. Terciptanya interaksi dan komunikasi yang lebih cair antarkaryawan lintas divisi dan jabatan.
6. Dokumentasi acara berupa foto dan video highlight berhasil diproduksi sesuai kebutuhan publikasi internal perusahaan.

7. Pelaksanaan acara mampu menciptakan suasana apresiatif, interaktif, dan kondusif sesuai konsep E.O.S ARISTA 2026.

1.1. Objek Karya

Bagian Objek karya ini adalah proses perencanaan dan *Event* acara E.O.S ARISTA, yaitu *Event* internal tahunan PT Arista Group yang diselenggarakan sebagai bentuk apresiasi perusahaan kepada seluruh karyawan di penghujung tahun. Karya ini secara khusus menyoroti aspek teknis dan strategis yang dijalankan oleh seorang *planner* dalam mempersiapkan kegiatan tersebut, mencakup tahapan *pra-event*, *event*, hingga *pasca-event*.

Pemilihan objek ini didasarkan pada nilai aktualitas dan urgensi yang relevan dengan konteks manajemen sumber daya manusia serta komunikasi internal perusahaan. Kegiatan E.O.S ARISTA tidak hanya memiliki makna simbolis sebagai acara apresiasi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang sinergi antar divisi yang menuntut pendekatan kreatif, perencanaan logistik yang terstruktur, serta koordinasi tim yang efisien. Dalam konteks tersebut, karya ini menempatkan peran *planner* sebagai elemen sentral yang bertanggung jawab dalam menyusun *timeline event*, menyelaraskan konsep acara dengan nilai-nilai perusahaan, serta memastikan keterlibatan aktif dari seluruh stakeholder internal. Secara teknis, objek karya ini meliputi:

1. Perumusan konsep acara berdasarkan kebutuhan dan karakteristik internal perusahaan.
2. Penyusunan alur *rundown* acara yang mengintegrasikan segmen apresiasi, hiburan, dan interaksi karyawan.
3. Penentuan kebutuhan teknis, termasuk pemilihan platform hybrid, sistem dokumentasi, tata panggung, dan pencahayaan
4. Koordinasi lintas divisi serta manajemen tim *event* internal.

5. Perancangan strategi publikasi dan distribusi informasi internal melalui desain visual serta teaser digital.
6. Evaluasi partisipasi karyawan dan analisis dampaknya terhadap *employee engagement* serta penguatan budaya kolaboratif di lingkungan kerja.

Objek karya ini memiliki nilai berita karena mengandung unsur aktualitas (acara awal tahun perusahaan), kedekatan (melibatkan seluruh karyawan), human interest (membangun rasa memiliki dan kebersamaan), serta signifikansi (berpengaruh terhadap motivasi dan budaya kerja). Dengan demikian, penciptaan karya ini juga berfungsi sebagai bentuk dokumentasi strategis atas praktik profesional seorang *planner* dalam konteks industri *event* korporat.

1.2. Target Publikasi

Target publikasi dari karya ini adalah mendokumentasikan serta menyebarluaskan proses dan hasil penyelenggaraan *event E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)* bagian dari dokumentasi dan media komunikasi perusahaan. Publikasi dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan sekaligus mendokumentasikan momen kebersamaan yang tercipta selama *event* berlangsung.

Publikasi karya dilakukan melalui kanal YouTube resmi PT Arista dalam bentuk after movie yang menampilkan rangkaian kegiatan, suasana acara, partisipasi peserta, serta berbagai momen yang mencerminkan semangat kebersamaan dan interaksi antarkaryawan selama penyelenggaraan *E.O.S ARISTA 2026 (Energize Our Start)*. After movie tersebut menjadi media dokumentasi yang merekam keseluruhan pengalaman kegiatan secara ringkas dan informatif.

Melalui publikasi tersebut, hasil karya diharapkan tidak hanya menjadi arsip perusahaan, tetapi juga dapat menjadi media dokumentasi yang menunjukkan pentingnya kebersamaan, kolaborasi, dan *employee engagement* dalam mendukung terciptanya lingkungan kerja yang harmonis di PT Arista Group.