

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Penciptaan Karya

Komunikasi internal merupakan salah satu unsur penting dalam menjaga hubungan antara perusahaan dengan karyawan serta antarkaryawan di dalam organisasi. Komunikasi internal tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi mengenai kebijakan dan pekerjaan, tetapi juga mencakup pengelolaan interaksi dan hubungan antara pemangku kepentingan internal pada berbagai tingkatan organisasi. Welch dan Jackson (2007) menjelaskan bahwa komunikasi internal perlu dikelola secara strategis agar organisasi mampu membangun pemahaman, keterlibatan, dan hubungan yang selaras di antara para anggotanya. Salah satu bentuk komunikasi internal yang dapat mempertemukan karyawan secara langsung adalah penyelenggaraan kegiatan perusahaan atau *Corporate Gathering*.

Corporate Gathering merupakan kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan untuk mempertemukan karyawan dalam suatu rangkaian aktivitas yang memiliki tujuan tertentu. Menurut Getz dan Page (2016), *planned event* merupakan kegiatan yang diciptakan secara sadar untuk mencapai tujuan tertentu serta menghasilkan pengalaman bagi peserta yang terlibat. Dalam konteks perusahaan, *Corporate Gathering* dapat digunakan sebagai ruang untuk menyampaikan pesan organisasi, memberikan apresiasi kepada karyawan, membangun interaksi lintas divisi, dan menciptakan pengalaman bersama di luar rutinitas pekerjaan sehari-hari.

PT Arista Group merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri otomotif. Perusahaan tersebut mengawali kegiatan usahanya pada tahun 2003 sebagai dealer resmi kendaraan yang menyediakan layanan penjualan dan pelayanan purnajual. Seiring dengan perkembangan usahanya, PT Arista Group telah berkembang menjadi perusahaan otomotif yang menyediakan berbagai solusi transportasi darat dari sejumlah merek kendaraan. Perkembangan tersebut melibatkan sumber daya manusia dengan fungsi, jabatan, dan pembagian kerja yang

beragam sehingga dibutuhkan komunikasi dan koordinasi internal yang dapat mendukung hubungan kerja antardivisi.

Sebagai bagian dari upaya membangun semangat pada awal tahun, PT Arista Group menyelenggarakan E.O.S ARISTA 2026 atau *Energize Our Start*. Kegiatan ini merupakan *Corporate Gathering* yang dilaksanakan pada Senin 5 Januari 2026 di Agreya Coffee dan ditujukan kepada sekitar 200 karyawan PT Arista Group dari berbagai divisi di kantor pusat. E.O.S ARISTA 2026 dirancang sebagai momentum awal tahun untuk mempertemukan karyawan dalam suasana yang lebih terbuka dan partisipatif. Rangkaian kegiatannya meliputi permainan interaktif, penampilan karyawan, pembagian hadiah, *door prize*, tukar kado, dan kegiatan kebersamaan lainnya.

Ditinjau dari kebutuhan penyelenggaraannya, E.O.S ARISTA 2026 melibatkan proses koordinasi yang cukup kompleks. Jumlah peserta yang besar, keterlibatan panitia dari beberapa bagian, penggunaan lokasi kegiatan di luar kantor, serta kebutuhan perlengkapan, konsumsi, dokumentasi, hadiah, susunan acara, dan komunikasi dengan pihak eksternal mengharuskan seluruh unsur kegiatan dikelola secara terstruktur. Oleh karena itu, diperlukan pembagian tugas dan koordinasi yang jelas antara *planner*, *organizer*, *implementer*, panitia, dan pihak pendukung lainnya agar konsep kegiatan dapat diwujudkan sesuai dengan kebutuhan operasional di lapangan.

Tum, Norton, dan Wright (2006) menjelaskan bahwa penyelenggaraan *event* mencakup empat tahapan utama, yaitu analisis, perencanaan terperinci, implementasi dan pelaksanaan, serta evaluasi kinerja. Setiap tahap saling berkaitan karena keputusan pada tahap perencanaan akan memengaruhi proses pelaksanaan dan hasil evaluasi. Dengan demikian, sebuah *event* tidak cukup hanya memiliki konsep yang menarik, tetapi juga membutuhkan pengelolaan sumber daya, koordinasi, pengawasan, dan penyesuaian terhadap kondisi yang terjadi selama kegiatan berlangsung.

Penyelenggaraan E.O.S ARISTA 2026 dilaksanakan oleh tim yang terdiri atas *planner*, *organizer*, dan *implementer*. *Planner* bertanggung jawab menyusun gagasan, tema, pesan, dan alur kreatif kegiatan. *Implementer* bertugas

mengeksekusi kebutuhan teknis dan rangkaian acara di lapangan. Adapun penulis menjalankan peran sebagai *organizer* yang menghubungkan rencana dari *planner* dengan kebutuhan pelaksanaan oleh *implementer* dan panitia lainnya. Pembagian ini penting untuk ditegaskan agar kontribusi masing-masing anggota tim dapat dipahami dan tidak saling tumpang tindih.

Bowdin, Allen, Harris, Jago, O'Toole, dan McDonnell (2024) menjelaskan bahwa manajemen *event* mencakup proses perencanaan, pengelolaan, dan pementasan kegiatan yang melibatkan berbagai unsur, seperti desain event, logistik, sumber daya manusia, perencanaan keuangan, manajemen risiko, evaluasi, dan pelaporan. Berdasarkan pandangan tersebut, penyelenggaraan event tidak hanya membutuhkan gagasan kreatif, tetapi juga membutuhkan sistem kerja yang mampu menghubungkan konsep, sumber daya, koordinasi, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam konteks E.O.S ARISTA 2026, peran organizer menjadi penting karena berfungsi menghubungkan rancangan kegiatan dari planner dengan kebutuhan operasional yang dijalankan oleh implementer dan panitia di lapangan.

Selain kelancaran teknis, penyelenggaraan *event* juga perlu mempertimbangkan pengalaman yang diterima peserta. Pine dan Gilmore (1999) menjelaskan bahwa pengalaman dapat terbentuk ketika suatu kegiatan dirancang dan ditampilkan secara sengaja sehingga peserta tidak hanya menerima layanan, tetapi juga mengalami peristiwa yang dapat diingat. Dalam E.O.S ARISTA 2026, pengalaman tersebut diwujudkan melalui partisipasi peserta dalam permainan, penampilan karyawan, tukar kado, pembagian hadiah, dan interaksi lintas divisi. Dalam hal ini, *planner* menyusun arah pengalaman dan konsep kegiatan, sedangkan *organizer* memastikan kebutuhan operasional yang mendukung pengalaman tersebut dapat tersedia dan berjalan sesuai rencana.

Karya ini memiliki kepentingan bagi publik internal perusahaan, khususnya karyawan PT Arista Group. Melalui kegiatan yang bersifat partisipatif, karyawan memperoleh ruang untuk berinteraksi dengan rekan kerja dari divisi yang berbeda dan terlibat dalam aktivitas bersama. Karya ini juga memiliki kepentingan bagi mitra kerja, seperti pihak tempat kegiatan, penyedia perlengkapan, konsumsi, dokumentasi, dan pihak lain yang mendukung penyelenggaraan acara. Koordinasi

yang jelas diperlukan agar kebutuhan perusahaan dan tanggung jawab mitra dapat dipahami serta dilaksanakan sesuai kesepakatan.

Berdasarkan uraian tersebut, penciptaan karya ini tidak hanya berorientasi pada terselenggaranya E.O.S ARISTA 2026, tetapi juga diarahkan untuk menunjukkan secara nyata bagaimana peran *organizer* diterapkan dalam menghubungkan konsep dengan kebutuhan operasional. Fokus karya mencakup koordinasi pada tahap *pre-event*, pengendalian komunikasi dan kebutuhan operasional pada tahap pelaksanaan, serta koordinasi dokumentasi, publikasi, dan evaluasi pada tahap *post-event*. Oleh karena itu, karya ini berjudul Peran Organizer dalam Melaksanakan *Event Corporate Gathering* E.O.S ARISTA 2026.

1.2 Rumusan Penciptaan Karya

Penciptaan karya E.O.S ARISTA 2026 dilaksanakan melalui pembagian peran antara *planner*, *organizer*, dan *implementer*. *Planner* bertanggung jawab menyusun tema, pesan, konsep kreatif, dan alur kegiatan. *Organizer* bertanggung jawab mengorganisasikan komunikasi, sumber daya, jadwal, kebutuhan operasional, dan koordinasi pihak-pihak yang terlibat. Sementara itu, *implementer* bertanggung jawab melaksanakan kebutuhan teknis dan rangkaian acara di lapangan.

Berdasarkan pembagian tersebut, rumusan utama penciptaan karya ini adalah: bagaimana peran *organizer* dalam mengoordinasikan tahap *pre-event*, pelaksanaan *event*, dan *post-event* pada *Corporate Gathering* E.O.S ARISTA 2026 agar konsep *Energize Our Start* dapat diwujudkan secara terstruktur sesuai dengan kebutuhan perusahaan?

Rumusan tersebut dijabarkan ke dalam ruang lingkup peran *organizer* sebagai berikut:

1. Mengoordinasikan panitia, pihak perusahaan, tempat kegiatan, dan pihak pendukung lainnya dalam mempersiapkan kebutuhan E.O.S ARISTA 2026 pada tahap *pre-event*.

2. Mengelola arus komunikasi, memantau kesiapan, dan mengendalikan kebutuhan operasional agar rangkaian kegiatan dapat berjalan sesuai konsep dan susunan acara pada tahap pelaksanaan *event*.
3. Mengoordinasikan pengumpulan dokumentasi, publikasi internal, evaluasi, dan penyusunan laporan kegiatan pada tahap *post-event*.

Melalui rumusan tersebut, karya ini berfokus pada fungsi koordinasi dan pengorganisasian yang dilakukan penulis sebagai *organizer*. Adapun penciptaan konsep kreatif merupakan tanggung jawab utama *planner*, sedangkan eksekusi teknis di lapangan merupakan tanggung jawab utama *implementer*.

1.3 Tujuan Karya

Secara umum, penciptaan karya ini bertujuan untuk melaksanakan dan mendokumentasikan penerapan peran *organizer* dalam penyelenggaraan *Corporate Gathering E.O.S ARISTA 2026* sebagai kegiatan komunikasi internal PT Arista Group.

Secara khusus, tujuan karya ini adalah:

1. Menunjukkan penerapan peran *organizer* dalam mengoordinasikan panitia, tempat kegiatan, pihak pendukung, jadwal kerja, serta kebutuhan operasional pada tahap *pre-event*.
2. Menunjukkan penerapan peran *organizer* dalam mengelola komunikasi antarbagian, memantau kesiapan pelaksanaan, dan menjaga kesesuaian rangkaian kegiatan dengan konsep serta *rundown* pada tahap pelaksanaan *event*.
3. Menunjukkan penerapan peran *organizer* dalam mengoordinasikan dokumentasi, publikasi internal, evaluasi, dan laporan kegiatan pada tahap *post-event*.
4. Menganalisis kesesuaian pelaksanaan peran *organizer* dengan konsep manajemen *event*, koordinasi *event*, desain pengalaman, dan komunikasi internal.
5. Mengidentifikasi kendala serta bentuk penyesuaian yang dilakukan selama proses penyelenggaraan E.O.S ARISTA 2026.

1.4 Manfaat Karya

Penciptaan karya E.O.S ARISTA 2026 diharapkan memberikan manfaat akademis, praktis, dan sosial sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Akademis

Karya ini diharapkan dapat menambah referensi dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai manajemen *event*, komunikasi internal, dan penerapan peran *organizer* dalam kegiatan perusahaan. Karya ini juga dapat menjadi contoh mengenai penggunaan konsep manajemen *event* dan komunikasi internal dalam membahas karya yang dilaksanakan secara nyata.

Selain itu, karya ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa yang menyusun skripsi karya dengan pembagian peran *planner*, *organizer*, dan *implementer*. Melalui penjelasan pembagian fungsi tersebut, mahasiswa dapat memahami batas tanggung jawab setiap anggota tim dalam proses penciptaan karya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, karya ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai langkah-langkah yang dilakukan *organizer* dalam mengelola kegiatan internal perusahaan, mulai dari koordinasi persiapan, pengaturan kebutuhan operasional, pengendalian komunikasi selama kegiatan, hingga evaluasi setelah acara.

Bagi PT Arista Group, karya ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi dan bahan evaluasi untuk pengembangan kegiatan internal perusahaan pada masa mendatang. Temuan mengenai koordinasi panitia, pengelolaan waktu, kesiapan teknis, dokumentasi, dan perubahan selama pelaksanaan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun kegiatan sejenis.

Bagi praktisi *event*, karya ini dapat memberikan contoh penerapan fungsi *organizer* sebagai penghubung antara konsep kreatif dengan pelaksanaan teknis. Karya ini juga menunjukkan pentingnya pembagian tugas, penyampaian informasi, pengawasan, dan kesiapan terhadap perubahan yang terjadi di lapangan.

1.4.3 Manfaat Sosial

Secara sosial, E.O.S ARISTA 2026 diharapkan dapat menyediakan ruang interaksi bagi karyawan dari berbagai divisi melalui kegiatan bersama yang bersifat partisipatif. Interaksi tersebut diharapkan dapat mendukung suasana kebersamaan serta komunikasi yang lebih terbuka di antara peserta.

Karya ini juga diharapkan dapat menunjukkan bahwa kegiatan perusahaan dapat diselenggarakan dengan memperhatikan keterlibatan peserta, pembagian tanggung jawab, kerja sama tim, serta hubungan profesional dengan mitra kerja. Namun, karya ini tidak dimaksudkan untuk mengukur peningkatan loyalitas, produktivitas, atau perubahan perilaku karyawan karena aspek tersebut memerlukan penelitian dan instrumen pengukuran tersendiri.

1.5 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penciptaan karya ini digunakan sebagai dasar pemikiran untuk merancang, melaksanakan, dan membahas E.O.S ARISTA 2026. Konsep yang digunakan meliputi manajemen *event*, peran *organizer*, desain pengalaman, komunikasi internal, dan *Corporate Gathering* sebagai *planned event*.

Manajemen Event

Manajemen *event* merupakan proses pengelolaan kegiatan secara terstruktur sejak tahap awal hingga evaluasi. Tum, Norton, dan Wright (2006) mengemukakan model manajemen operasional *event* yang terdiri atas empat tahap, yaitu:

1. Analisis, yaitu mengidentifikasi tujuan kegiatan, kondisi internal dan eksternal, kebutuhan peserta, sumber daya, serta kemampuan organisasi.
2. Perencanaan terperinci, yaitu menyusun jadwal, tempat, sumber daya manusia, perlengkapan, anggaran, risiko, dan kebutuhan teknis.
3. Implementasi dan pelaksanaan, yaitu menjalankan rencana serta mengoordinasikan berbagai pihak selama kegiatan berlangsung.
4. Evaluasi kinerja, yaitu mengukur pelaksanaan, mengidentifikasi kendala, melakukan perbaikan, dan menyusun rekomendasi.

Keempat tahap tersebut menunjukkan bahwa *event* merupakan proses yang saling berhubungan. Perencanaan harus didasarkan pada analisis, pelaksanaan

harus mengacu pada rencana, sedangkan evaluasi digunakan untuk mengetahui kesesuaian antara rencana dengan realisasi.

Bladen, Kennell, Abson, dan Wilde (2017) menjelaskan bahwa manajemen event mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan. Goldblatt (2013) juga menekankan bahwa special event memerlukan proses riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Sementara itu, Dowson dan Bassett (2015) menjelaskan bahwa perencanaan event perlu memperhatikan kebutuhan teknis, sumber daya, jadwal, risiko, serta evaluasi setelah kegiatan berlangsung. Berdasarkan pandangan tersebut, manajemen event dalam karya ini dipahami sebagai proses kerja yang terstruktur dari tahap persiapan sampai evaluasi akhir.

Konsep Organizer dalam Manajemen Event

Organizer dalam manajemen event merupakan pihak yang berperan mengelola keterhubungan antara rancangan acara, sumber daya, dan pelaksanaan kegiatan. Bowdin, Allen, Harris, Jago, O'Toole, dan McDonnell (2024) menjelaskan bahwa manajemen event mencakup proses perencanaan, pengelolaan, dan pementasan kegiatan yang melibatkan desain event, logistik, sumber daya manusia, perencanaan keuangan, manajemen risiko, evaluasi, dan pelaporan. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa penyelenggaraan event membutuhkan sistem kerja yang terstruktur agar tujuan kegiatan dapat diwujudkan secara efektif.

Dalam konteks karya ini, organizer tidak dipahami sebagai pihak yang merancang seluruh konsep acara dan tidak pula sebagai pihak yang melaksanakan semua pekerjaan teknis di lapangan. Organizer dipahami sebagai fungsi koordinatif yang menghubungkan gagasan dari planner dengan kebutuhan operasional yang dijalankan oleh implementer. Oleh karena itu, organizer berperan dalam mengatur komunikasi, mengoordinasikan pihak yang terlibat, memantau kesiapan kebutuhan acara, serta menjaga agar pelaksanaan kegiatan tetap sesuai dengan tujuan dan susunan acara.

Natoradjo (2011) menjelaskan bahwa event organizing berkaitan dengan kemampuan mengelola konsep, teknis acara, sumber daya, anggaran, promosi, dan koordinasi pelaksanaan. O'Toole dan Mikolaitis (2002) juga menjelaskan bahwa

corporate event membutuhkan pengelolaan proyek yang jelas karena melibatkan kebutuhan organisasi, peserta, tim pelaksana, vendor, waktu, dan anggaran. Oleh karena itu, organizer dalam E.O.S ARISTA 2026 berperan sebagai penghubung antara rencana kegiatan dengan kebutuhan teknis dan koordinasi di lapangan.

Experience Design atau Desain Pengalaman

Pine dan Gilmore (1999) menjelaskan bahwa pengalaman merupakan hasil dari kegiatan yang dirancang dan ditampilkan secara sengaja sehingga peserta memperoleh kesan yang berbeda dari sekadar menerima produk atau layanan. Pengalaman dapat terbentuk melalui suasana, aktivitas, interaksi, keterlibatan, dan respons emosional peserta selama mengikuti kegiatan. Dalam penyelenggaraan *event*, desain pengalaman berkaitan dengan cara peserta mengalami rangkaian kegiatan sejak datang, mengikuti aktivitas, berinteraksi dengan peserta lain hingga meninggalkan tempat acara. Pengalaman tersebut tidak hanya ditentukan oleh konsep kreatif, tetapi juga oleh kesiapan tempat, ketepatan waktu, kelancaran informasi, kenyamanan, dan koordinasi teknis.

Allen (2002) menjelaskan bahwa keberhasilan event tidak hanya ditentukan oleh konsep acara, tetapi juga oleh kemampuan penyelenggara dalam mengatur detail pelaksanaan, kebutuhan peserta, alur kegiatan, dan koordinasi selama acara berlangsung. Dalam karya ini, pengalaman peserta E.O.S ARISTA 2026 dibangun melalui aktivitas interaktif, suasana kegiatan, kesiapan tempat, kelancaran informasi, serta pengaturan teknis yang mendukung kenyamanan peserta.

Komunikasi Internal

Welch dan Jackson (2007) memandang komunikasi internal sebagai pengelolaan interaksi dan hubungan antara para pemangku kepentingan di dalam organisasi. Komunikasi internal tidak hanya berlangsung dari pimpinan kepada karyawan, tetapi juga secara horizontal antara karyawan, unit, dan kelompok kerja yang berbeda. Komunikasi internal memiliki fungsi dalam menyampaikan informasi organisasi, membangun pemahaman, mendukung hubungan kerja, dan menyediakan ruang bagi anggota organisasi untuk berinteraksi. Media komunikasi internal dapat berupa surat elektronik, rapat, media digital perusahaan, kegiatan tatap muka, *town hall meeting*, dan kegiatan internal lainnya.

Corporate Gathering sebagai Planned Event

Getz dan Page (2016) menjelaskan bahwa *planned event* merupakan kegiatan yang diciptakan untuk tujuan tertentu dan dirancang agar peserta memperoleh pengalaman pada waktu dan tempat yang telah ditentukan. Berdasarkan tujuan dan penyelenggaranya, kegiatan perusahaan termasuk dalam bentuk *organizational event* karena diselenggarakan untuk mendukung kepentingan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Noor (2013) menjelaskan bahwa event dapat menjadi media komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, baik dalam bentuk kegiatan sosial, bisnis, maupun perusahaan. Allen, O'Toole, Harris, dan McDonnell (2010) juga menjelaskan bahwa kegiatan perusahaan dapat digunakan untuk membangun hubungan, menyampaikan pesan organisasi, serta menciptakan pengalaman bersama bagi peserta. Dengan demikian, Corporate Gathering dalam karya ini dipahami sebagai kegiatan internal perusahaan yang dirancang untuk memperkuat kebersamaan, apresiasi, dan interaksi antarkaryawan.

Karya Referensi yang Relevan

Karya referensi digunakan sebagai sumber ide dan pembanding dalam merancang serta membahas E.O.S ARISTA 2026. Referensi dipilih berdasarkan kesamaan dalam aspek kegiatan internal perusahaan, apresiasi karyawan, penyampaian pesan organisasi, keterlibatan peserta, dan penerapan manajemen *event*.

SERA Day 2022 merupakan kegiatan tahunan PT Serasi Autoraya yang dilaksanakan secara virtual pada 15 Desember 2022. Kegiatan tersebut mengangkat tema ketahanan dan keberlanjutan dengan slogan *Growing Further Beyond*. Rangkaian kegiatan meliputi penyampaian kinerja perusahaan, arah dan strategi tahun berikutnya, sesi tanya jawab, penampilan karyawan, pemberian penghargaan, dan penyampaian komitmen dari unit bisnis (PT Serasi Autoraya, 2023). Karya tersebut menjadi referensi bagi E.O.S ARISTA 2026 dalam menghubungkan tema awal tahun dengan pesan perusahaan. Aspek yang dijadikan acuan adalah penggunaan tema yang konsisten, penyampaian semangat menghadapi tahun

berikutnya, keterlibatan manajemen, penampilan karyawan, serta apresiasi terhadap kontribusi anggota perusahaan.

Employee Day SERA 2017 merupakan kegiatan internal PT Serasi Autoraya yang diselenggarakan sebagai bentuk apresiasi terhadap kinerja karyawan. Kegiatan tersebut dihadiri sekitar 1.200 karyawan dari wilayah Jabodetabek dan melibatkan pimpinan perusahaan. Rangkaian acaranya meliputi perjalanan safari, olahraga bersama, permainan, serta penampilan dari karyawan dan manajemen (PT Serasi Autoraya, 2017). Karya tersebut menjadi referensi dalam merancang kegiatan yang menggabungkan apresiasi, penyegaran, hiburan, dan interaksi antara karyawan dengan manajemen. Aspek yang dijadikan acuan dalam E.O.S ARISTA 2026 adalah keterlibatan peserta melalui aktivitas bersama, penggunaan penampilan karyawan, dan penciptaan suasana yang berbeda dari kegiatan kerja formal.

Tugas akhir karya Zahra Afrilia Permana, Niki Ananda Hestiqomah, dan Syahla Annisa Fitri dari Program Studi D4 MICE Politeknik Negeri Jakarta membahas rancangan usaha jasa penyelenggaraan *employee gathering* di wilayah Telaga Saat, Bogor, oleh PT Tritiya Group Creative. Karya tersebut merancang layanan kegiatan bagi perusahaan dengan menawarkan paket *employee gathering* dan kegiatan pendukung yang diarahkan pada pengembangan interaksi serta kemampuan nonteknis karyawan (Permana, Hestiqomah, & Fitri, 2024).

Tabel 1.1.Referensi Karya

No	Judul karya / <i>Event</i>	Penyelenggara / Penulis	Tahun	Jenis Karya	Aspek yang dijadikan Acuan
1	SERA Day 2022: <i>Growing Further Beyond</i>	PT Serasi Autoraya	2022	Karya komersial/korporasi	Konsistensi tema awal tahun, penyampaian arah perusahaan, penampilan karyawan, penghargaan, dan pembangunan komitmen bersama.

2	Employee Day SERA 2017	PT Serasi Autoraya	2017	Karya komersial/korporasi	Kegiatan apresiasi, interaksi antara karyawan dengan manajemen, aktivitas partisipatif, hiburan, dan penyegaran bagi karyawan.
3	Rancangan Usaha Jasa Penyelenggaraan Employee Gathering di Wilayah Telaga Saat Bogor oleh PT Tritiya Group Creative	Zahra Afrilia Permana, Niki Ananda Hestiqomah, dan Syahla Annisa Fitri— Politeknik Negeri Jakarta	2024	Karya akademis—tugas akhir D4	Penentuan target perusahaan, penyusunan bentuk kegiatan, identifikasi kebutuhan peserta, aktivitas interaktif, paket acara, dan perencanaan operasional <i>employee gathering</i> .