

## **Analisis Komunikasi Internal Dan Kerjasama Tim Dalam Keberhasilan Penyelenggaraan Honda Premium Matic Day 2025 Oleh CV Concept Plus Organizer Pekanbaru**

<sup>1</sup>Dian Apriani Hia, <sup>2</sup>Agus Mariani Saragih

<sup>1</sup>MICE, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

<sup>2</sup>MICE, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

E-mail: [<sup>1</sup>dianaprianihia@gmail.com](mailto:dianaprianihia@gmail.com) , [<sup>2</sup>saragihagus10@yahoo.co.id](mailto:saragihagus10@yahoo.co.id)

### **ABSTRAK**

Meningkatnya kebutuhan koordinasi dalam industri event organizer menjadi latar penelitian ini, khususnya pada penyelenggaraan Honda Premium Matic Day 2025 oleh CV Concept Plus Organizer di Pekanbaru yang memiliki kompleksitas teknis tinggi serta target pengunjung besar. Penelitian ini berlandaskan teori komunikasi internal (Ridma dkk., 2022), kerjasama tim (Komarudin, 2025), dan indikator keberhasilan event (Anton, 2025). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan triangulasi metode dan data. Informan penelitian berjumlah 15 orang, terdiri atas karyawan tetap, freelance, vendor, dan perwakilan klien, yang diwawancarai secara terstruktur serta diamati melalui dokumentasi dan studi dokumen internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal berlangsung secara vertikal, horizontal, dan diagonal melalui Grup WhatsApp, HT, serta briefing langsung. Pola komunikasi ini terbukti cepat, efisien, dan adaptif terhadap perubahan situasi di lapangan. Kendala teknis berupa gangguan sinyal dapat diatasi melalui komunikasi alternatif dan inisiatif individu. Kerjasama tim tercermin dari pembagian tugas yang jelas, fleksibilitas peran, dan sikap saling mendukung antardivisi. Keberhasilan acara ditunjukkan oleh tercapainya target promosi, tingginya antusiasme pengunjung, serta kepuasan klien. Temuan ini menegaskan bahwa koordinasi komunikasi dan kerjasama tim yang solid merupakan faktor kunci dalam keberhasilan penyelenggaraan event sekaligus menjadi dasar evaluasi untuk peningkatan manajemen event di masa mendatang.

**Kata kunci :** Komunikasi Internal, Kerjasama Tim, Event Organizer

### **ABSTRACT**

*The growing need for coordination in the event organizer industry serves as the background of this study, particularly in the organization of Honda Premium Matic Day 2025 by CV Concept Plus Organizer in Pekanbaru, which involved high technical complexity and a large visitor target. This research is grounded in the theories of internal communication (Ridma et al., 2022), teamwork (Komarudin, 2025), and event success indicators (Anton, 2025). The study employed a descriptive qualitative approach with methodological and data triangulation. A total of 15 informants, consisting of permanent staff, freelancers, vendors, and client representatives, were engaged through structured interviews, document-based observation, and internal document analysis. The findings reveal that internal communication occurred vertically, horizontally, and diagonally through WhatsApp Groups, HT devices, and direct briefings. These communication patterns proved to be fast, efficient, and adaptive to situational changes in the field. Technical obstacles such as unstable signal were resolved through alternative communication methods and individual initiative. Teamwork was reflected in clear task distribution, role flexibility, and mutual support across divisions. Event success was indicated by the achievement of promotional targets, high visitor enthusiasm exceeding expectations, and client satisfaction. These results confirm that effective communication*

*and solid teamwork are key factors in successful event implementation and provide a basis for improving future event management.*

**Keyword :** *Internal Communication, Teamwork, Event Organizer*

## 1. PENDAHULUAN

Industri *event* merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kota-kota besar dan berkembang seperti Pekanbaru. Permintaan akan layanan penyelenggaraan acara kini semakin meningkat, meliputi berbagai bentuk kegiatan seperti seminar, pameran, konser, hingga peluncuran produk. Perusahaan seperti CV *Concept Plus Organizer* berperan sebagai fasilitator utama dalam menciptakan pengalaman yang profesional, menarik, dan berkesan.

CV *Concept Plus Organizer* merupakan salah satu perusahaan *Event Organizer (EO)* yang beroperasi di Pekanbaru dan telah berdiri sejak tahun 2008. Perusahaan ini memiliki rekam jejak panjang dalam menyelenggarakan berbagai *event* berskala lokal hingga nasional seperti Konser 2 Negeri Minamas, Pengambilan Api Abadi PON, Safari Ramadhan Honda di Riau, *Honda Dream Cup*, Gelar Budaya menyambut Presiden Joko Widodo, Konser Band Noah, dan lain-lain. Keberhasilan ini tentu tidak terlepas dari kinerja tim internal yang solid.

Salah satu *event* terkini yang menjadi representasi penting dalam penelitian ini adalah *Honda Premium Matic Day (HPMD) 2025*. *Event* ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan citra produk motor *matic premium Honda*, tetapi juga menghadirkan hiburan dan kegiatan positif bagi masyarakat. Dengan pengunjung mencapai 500–750 orang per hari dan kompleksitas pelaksanaan di ruang yang terbatas (113 m<sup>2</sup>), keberhasilan *event* ini sangat bergantung pada efektivitas komunikasi antar divisi serta soliditas kerjasama tim dalam merancang tata letak, mendesain

dekorasi, dan menyelenggarakan aktivitas seperti, lomba game, lomba karaoke, hingga service murah. Studi kasus ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana CV *Concept Plus Organizer* mengelola dinamika tim dalam kondisi terbatas namun tetap berhasil menghadirkan *event* premium yang menarik dan terorganisir.

Namun, dibalik kesuksesan suatu *event*, terdapat banyak proses internal yang kompleks dan menuntut koordinasi tinggi, khususnya dalam aspek komunikasi dan kerjasama tim. Dua faktor ini menjadi fondasi penting dalam manajemen operasional *Event Organizer (EO)*, mengingat penyelenggaraan setiap *event* melibatkan berbagai divisi seperti kreatif, teknis, logistik, dan hubungan pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh Komarudin (2025:343), komunikasi yang efektif akan membantu meminimalkan kesalahan, memperkuat koordinasi, dan mempercepat penyelesaian tugas dalam tim kerja. Komunikasi yang tidak efektif atau kerjasama tim yang lemah dapat menyebabkan gangguan dalam pelaksanaan acara, seperti keterlambatan, miskomunikasi, hingga kegagalan dalam mencapai kepuasan audiens.

Selain itu, kerjasama tim yang solid juga menjadi penentu keberhasilan pelaksanaan acara, ketika tim mampu bekerja dengan kompak, saling mendukung, menjaga ritme kerja bersama, maka peluang keberhasilan suatu *event* semakin besar. Anton menyatakan bahwa kerjasama tim yang efektif mampu mempercepat pengambilan keputusan, meningkatkan kepercayaan, serta menciptakan hasil kerja yang selaras dengan tujuan.

Fenomena umum yang terjadi dalam pelaksanaan *event*, termasuk oleh CV *Concept Plus Organizer*, adalah

keterlambatan pelaksanaan *rundown* serta perubahan jadwal secara mendadak, baik sebelum acara dimulai maupun saat acara sedang berlangsung. Kondisi ini sering menyulitkan proses koordinasi antar tim, terutama divisi teknis dan operasional yang membutuhkan waktu serta persiapan matang. Selain itu, kendala seperti cuaca yang tidak menentu juga menambahkan kompleksitas yang harus dihadapi oleh tim dilapangan.

Berbagai kendala tersebut sering kali berakar pada masalah internal, seperti belum optimalnya penerapan standar operasional prosedur (Standard Operating Procedure (SOP)) komunikasi, minimnya evaluasi lintas divisi, serta tantangan dalam pengelolaan dinamika tim yang terus berubah menyesuaikan dengan kebutuhan proyek. Oleh karena itu, peningkatan efektivitas komunikasi dan penguatan kerjasama tim menjadi langkah strategis untuk menunjang keberhasilan *event* dan menjaga konsistensi kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Urgensi penelitian ini terletak pada kenyataan bahwa keberhasilan sebuah *event* bukan hanya dilihat dari hasil akhirnya, tetapi juga dari efisiensi dan profesionalisme proses internal yang mendukungnya. Dalam dunia *Event Organizer* (EO), satu kesalahan dalam koordinasi tim dapat memengaruhi reputasi perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana komunikasi dan kerjasama tim dikelola dalam tubuh *Event Organizer* (EO) menjadi kunci untuk

meningkatkan kualitas penyelenggaraan *event*.

Penelitian ini juga sejalan dengan fokus program studi *MICE* yang tidak hanya mempelajari aspek teknis pelaksanaan *event*, tetapi juga memahami pentingnya manajemen sumber daya manusia dalam industri tersebut. Dalam konteks akademik, kajian ini memperkaya literatur ilmiah terkait manajemen komunikasi dan kerjasama dalam industri *event* yang saat ini masih terbatas khususnya di wilayah lokal seperti Pekanbaru.

Judul “Analisis Komunikasi Internal dan Kerjasama Tim dalam Keberhasilan Penyelenggaraan *Event Honda Premium Matic Day 2025* oleh CV *Concept Plus Organizer* Pekanbaru” dipilih karena berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, keberhasilan sebuah *event* tidak hanya ditentukan oleh faktor internal berupa kelancaran komunikasi dan kerjasama tim. CV *Concept Plus Organizer* sebagai penyelenggaraan *event* membutuhkan pengelolaan komunikasi dan koordinasi yang efektif agar setiap divisi dapat bekerja selaras. Oleh karena itu, penelitian ini relevan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana komunikasi internal dan kerjasama tim berkontribusi terhadap keberhasilan *event*, dengan harapan dapat memberikan manfaat akademis berupa penambahan referensi dalam kajian *MICE* serta manfaat praktis sebagai dasar evaluasi dan perbaikan kinerja tim perusahaan.

## 2. LANDASAN TEORI

### Komunikasi Internal

Komunikasi dalam internal penyelenggaraan *event* memiliki peran sentral dalam memastikan bagian tim memahami tugas, waktu, dan tanggung jawab masing-masing. Ridma, dkk., (2022: 2), menjelaskan bahwa komunikasi dalam penyelenggaraan *event* tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian

informasi, tetapi juga sebagai fondasi yang menyatukan pemahaman, membentuk koordinasi, serta memastikan tercapainya keselarasan antar anggota panitia demi keberhasilan acara. Komunikasi adalah proses penting dalam perusahaan untuk menyamakan pemahaman, memperlancar koordinasi, dan mendukung kerja tim. Komunikasi yang efektif membuat tugas lebih terarah,



mengurangi kesalahan, dan meningkatkan keberhasilan kerja, terutama dalam kegiatan seperti penyelenggaraan *event* yang lebih melibatkan banyak pihak dan waktu yang terbatas.

### **Harga Tiket**

Fakhrudin dkk (2022:2) menjelaskan bahwa Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Menurut Kotler & Amstrong (2016:345), harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

### **Kerjasama Tim**

Menurut Wahdhiniawati, Rukmana dan Ma'sum (2023: 122), kerjasama tim dalam internal mencakup kemampuan anggota untuk berkoordinasi dan saling menyesuaikan dalam menjalankan tugas agar sistem kerja berjalan efisien dan tujuan bersama tercapai. Mereka menyatakan, "kerjasama yang baik dalam sistem internal membantu proses identifikasi masalah dan memperkuat fektivitas proses kerja tim secara menyeluruh." Selain itu, Danurdara dan Koesworodjati (2024: 14), juga menjelaskan bahwa dalam praktik kerja tim, komunikasi terbuka dan kepercayaan menjadi fondasi penting. Mereka menulis bahwa "kerjasama solid bukan hanya tentang teknis pelaksanaan, tetapi juga tentang membangun relasi antar tim agar setiap proses dapat berjalan tanpa hambatan."

### **Keberhasilan Penyelenggaraan Event**

Menurut Anton (2025: 39), keberhasilan penyelenggaraan *event* ditentukan oleh efektivitas dan efisiensi

pelaksanaannya yang di dukung oleh manajemen tim yang baik. Keberhasilan tidak hanya dilihat dari sisi eksternal seperti jumlah peserta atau sponsor, tetapi juga dari sisi internal berupa kualitas komunikasi tim penyelenggara.

## **3. METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggali, memahami, dan mendeskripsikan secara mendalam proses komunikasi dan kerjasama tim dalam mendukung keberhasilan penyelenggaraan event di CV Concept Plus Organizer Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan di CV Concept Plus Organizer Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Penyus No. 8, Harjosari, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung pada bulan April hingga Juni 2025. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa observasi dokumentasi dan wawancara.

Pada teknik pengolahan data, penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Triangulasi metode dilakukan dengan cara menggabungkan dua atau lebih metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen dalam satu penelitian. Dalam pelaksanaan penelitian di lapangan, data dikumpulkan secara spesifik dari proses penyelenggaraan event Honda Premium Matic Day (HPMD) 2025. Proses triangulasi data dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan tim internal CV Concept Plus Organizer, observasi selama pelaksanaan HPMD di Atrium Siak Mal SKA, serta dokumen pendukung seperti rundown acara, hasil site inspection, dan catatan evaluasi tim.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Komunikasi Internal

Komunikasi internal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh proses penyampaian informasi, instruksi, dan koordinasi yang terjadi di dalam tim penyelenggara *Honda Premium Matic Day 2025*. Bentuk komunikasi ini mencakup komunikasi vertikal (dari atasan ke bawahan dan sebaliknya), horizontal (antaranggota dalam satu level), serta diagonal (lintas divisi). Media yang digunakan meliputi Grup *WhatsApp*, *Handy Talky* (HT), dan briefing langsung, yang berfungsi memastikan keseragaman arahan, kecepatan informasi, serta respons adaptif terhadap dinamika lapangan. Dengan demikian, komunikasi internal dalam konteks penelitian ini bukan sekadar pertukaran pesan, tetapi merupakan sarana koordinasi strategis yang menentukan kelancaran jalannya *event*.

Komunikasi internal terbukti menjadi fondasi utama dalam keberhasilan penyelenggaraan *Honda Premium Matic Day 2025* oleh CV *Concept Plus Organizer*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pola komunikasi vertikal (atasan ke bawahan), horizontal (sesama anggota), dan diagonal (lintas divisi). Media utama yang digunakan adalah Grup *WhatsApp* dan briefing harian, yang berfungsi saling melengkapi. *WhatsApp* memungkinkan penyebaran informasi teknis secara cepat, sedangkan briefing memastikan adanya penegasan instruksi, pembagian tugas, serta penyamaan persepsi seluruh anggota tim. Meskipun komunikasi internal sudah berjalan efektif, fleksibilitas komunikasi yang tinggi terkadang menimbulkan potensi tumpang tindih informasi apabila tidak diarahkan dengan jelas oleh koordinator divisi. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan alur komunikasi agar fleksibilitas tetap berada dalam koridor yang terkontrol.

Temuan ini sejalan dengan teori Ridma dkk., (2022: 45-46) yang menegaskan

bahwa efektivitas komunikasi internal ditentukan oleh keberagaman arah komunikasi dan ketepatan media. Namun, penting dicatat bahwa fleksibilitas komunikasi bukan berarti semua anggota bebas berbicara tanpa struktur. Dalam praktiknya, alur komunikasi tetap dipimpin oleh *Project Officer* dan koordinator divisi sehingga arah pesan terjaga. Dengan demikian, komunikasi internal pada *event* ini dapat dinilai efektif, adaptif, namun tetap terarah, yang memungkinkan koordinasi berjalan stabil meskipun menghadapi kendala teknis seperti gangguan sinyal.

##### Kerjasama Tim

Selain komunikasi, kerjasama tim juga terbukti menjadi faktor penting. Data penelitian menunjukkan adanya fleksibilitas peran, solidaritas antar divisi, dan komitmen bersama dalam menghadapi kendala teknis maupun perubahan rundown. Anggota tim tidak terpaku pada *jobdesk* semata, tetapi bersedia membantu divisi lain ketika dibutuhkan. Hal ini selaras dengan teori Komarudin (2025: 112-123) yang menekankan bahwa kerjasama tim efektif terbentuk dari kesamaan tujuan, rasa tanggung jawab kolektif, dan intensitas koordinasi.

Namun, tingkat fleksibilitas yang tinggi juga berpotensi menimbulkan tumpang tindih tugas apabila tidak diimbangi dengan struktur yang jelas. Dalam kasus ini, keberhasilan kerjasama tim justru karena fleksibilitas tetap berada dalam koridor pembagian tugas yang terencana melalui briefing, *checklist* kerja, dan arahan koordinator. Selain itu, kerjasama tim tidak hanya tampak dalam aspek teknis, tetapi juga dalam aspek emosional: anggota saling menyemangati, bekerja lembur tanpa keluhan, dan menjaga motivasi kolektif. Ini menandakan bahwa keberhasilan kerjasama tim di *event* ini bukan hanya karena struktur organisasi, tetapi juga

karena adanya budaya solidaritas dan rasa memiliki terhadap keberhasilan acara.

### **Keberhasilan Penyelenggaraan Event**

Keberhasilan *event Honda Premium Matic Day 2025* dinilai dari tercapainya target promosi, antusiasme pengunjung yang melebihi ekspektasi, dan kepuasan klien. Data menunjukkan jumlah pengunjung 600–700 orang per hari, melampaui target awal 500 orang, serta apresiasi positif dari klien terhadap profesionalisme tim. Indikator ini sejalan dengan kerangka Anton (2025: 88-89) yang menilai keberhasilan *event* berdasarkan ketercapaian tujuan, kepuasan klien, dan efisiensi teknis.

Namun, keberhasilan tidak hanya diukur dari hasil akhir, tetapi juga dari proses adaptasi tim dalam menghadapi situasi tidak terduga. Ketika vendor terlambat atau rundown berubah, tim mampu menyesuaikan diri tanpa mengganggu jalannya acara. Evaluasi pascas-*event* memang dilakukan oleh setiap divisi, namun masih bersifat sederhana dan belum terdokumentasi secara sistematis. Kondisi ini menjadi catatan penting karena dokumentasi yang lebih lengkap dapat meningkatkan kualitas perencanaan dan pelaksanaan *event* berikutnya. Dengan demikian, keberhasilan *event* ini dapat dikategorikan komprehensif, karena mencakup pencapaian target, kepuasan pemangku kepentingan, serta kemampuan organisasi menjaga kualitas proses pelaksanaan.

### **Hubungan Komunikasi Internal dan Kerjasama Tim dengan Keberhasilan Penyelenggaraan Event**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan *Honda Premium Matic Day 2025* oleh CV *Concept Plus Organizer* tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan hasil integrasi antara komunikasi internal yang efektif dan kerjasama tim yang solid. Komunikasi internal berperan sebagai fondasi koordinasi: instruksi yang jelas melalui

briefing dan *WhatsApp* memastikan informasi tersampaikan cepat, sementara komunikasi horizontal dan diagonal memfasilitasi koordinasi antar anggota ketika terjadi perubahan di lapangan. Namun, komunikasi yang baik saja tidak cukup; pesan yang jelas membutuhkan penerimaan dan eksekusi yang konsisten dari seluruh anggota tim.

Di sinilah kerjasama tim menjadi faktor penguat. Fleksibilitas peran dan solidaritas antar divisi membuat informasi yang disampaikan dapat segera diwujudkan dalam tindakan nyata. Anggota tim bersedia mengambil alih tugas di luar jobdesk mereka tanpa mengabaikan struktur kerja yang sudah ada. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi internal dan kerjasama tim bukanlah dua variabel yang berdiri terpisah, tetapi saling menopang. Komunikasi yang jelas mempercepat koordinasi, sementara kerjasama tim memastikan keputusan dan instruksi dapat diimplementasikan secara efisien di lapangan.

Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan *event* tidak hanya ditentukan oleh tercapainya target promosi dan kepuasan klien, tetapi juga oleh kemampuan tim dalam mengelola dinamika situasi secara profesional. Ketika komunikasi internal berjalan adaptif namun tetap terarah, dan kerjasama tim fleksibel namun terkendali, maka organisasi mampu menjaga stabilitas koordinasi meski menghadapi hambatan teknis. Dengan demikian, hubungan kedua variabel ini membentuk pola kerja yang responsif, efisien, dan berorientasi pada hasil, yang akhirnya bermuara pada keberhasilan *event* secara komprehensif.

### **Temuan Penelitian**

Berdasarkan hasil olah data melalui wawancara, observasi berbasis dokumentasi, serta studi dokumen internal, penelitian ini menemukan bahwa keberhasilan penyelenggaraan *Honda*



*Premium Matic Day 2025* ditopang oleh integrasi komunikasi internal yang terarah dan kerjasama tim yang fleksibel namun tetap terkendali. Temuan lapangan memperlihatkan bahwa komunikasi internal yang dijalankan secara vertikal, horizontal, dan diagonal mampu menjaga kelancaran arus informasi, sementara kerjasama tim lintas divisi memastikan instruksi dapat segera di implementasikan meski terjadi perubahan *rundown*.

Sintesis ini menegaskan bahwa komunikasi internal dan kerjasama tim tidak berjalan sebagai dua variabel terpisah, melainkan membentuk satu sistem kerja kolektif yang responsif. Hasil

ini memperkuat teori Ridma dkk. (2022: 50) tentang efektivitas komunikasi internal, mendukung pandangan Komarudin (2025: 118) mengenai tanggung jawab kolektif dalam tim, serta selaras dengan indikator keberhasilan *event* Anton (2025: 92). Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman baru bahwa keberhasilan *event* tidak hanya ditentukan oleh perencanaan awal, tetapi juga oleh kemampuan tim dalam mengintegrasikan komunikasi dan kolaborasi secara *real-time* untuk mengatasi dinamika lapangan. Berikut ringkasan dari temuan penelitian ini:

Tabel 1. Temuan Penelitian

Komponen	Strategi yang Diterapkan	Dampak terhadap Efektivitas Kerja	Dampak terhadap Keberhasilan Event
Komunikasi Internal	Penggunaan <i>WhatsApp</i> , HT, dan <i>briefing</i> pagi untuk menyampaikan informasi dan perubahan <i>rundown</i> Penyampaian pesan oleh Project Officer secara langsung dan jelas	Koordinasi teknis lebih cepat, mengurangi miskomunikasi Anggota tim memahami tugas dengan baik	<i>Rundown</i> berjalan lancar, peran tim terlaksana tepat waktu Efisiensi kerja meningkat, tidak ada hambatan teknis besar
Kerjasama tim	Pembagian jobdesk sejak awal, fleksibilitas membantu antar divisi saat kendala Rasa tanggung jawab bersama, saling bantu tanpa menunggu instruksi formal	Meningkatkan solidaritas dan adaptabilitas dalam tekanan Meningkatkan semangat kolektif dan rasa memiliki	Kendala teknis tertangani cepat, fleksibilitas tinggi mendukung performa tim Tingkat kehadiran tinggi, semua tugas diselesaikan tepat waktu
Evaluasi & Dokumentasi	Evaluasi internal pasca <i>event</i> , dokumentasi komunikasi dan laporan divisi	Pembelajaran berkelanjutan, refleksi kinerja kolektif	Kesiapan untuk <i>event</i> selanjutnya meningkat, perbaikan berkelanjutan terjadi
Kepuasan Klien	Koordinasi terbuka antara EO dan pihak Honda, pelaporan berkala, pemenuhan ekspektasi dalam teknis dan estetika	Respons positif dari klien dan peserta	Klien menyatakan siap bekerjasama kembali, peserta merekomendasikan <i>event</i>

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2025)

Tabel di atas merangkum strategi utama yang digunakan oleh CV *Concept Plus Organizer* dalam menyelenggarakan *event Honda Premium Matic Day 2025*, serta dampaknya terhadap efektivitas kerja tim dan keberhasilan acara secara keseluruhan. Komunikasi internal yang

responsif, kerjasama tim yang fleksibel, dan evaluasi berkelanjutan terbukti mendukung tercapainya tujuan *event* dan meningkatkan kepuasan klien serta peserta.

### Penerapan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa praktik komunikasi internal dan kerjasama tim dalam penyelenggaraan *event Honda Premium Matic Day 2022* oleh CV *Concept Plus Organizer* tidak hanya sesuai dengan teori yang

digunakan, tetapi juga telah di implementasikan secara nyata di lapangan. Implementasi ini tercermin dalam pola komunikasi yang adaptif, penggunaan media yang tepat, hingga koordinasi teknis antar anggota tim yang berjalan efektif. Rangkuman implementasi ditampilkan dalam berikut:

Tabel 2. Penerapan Hasil Penelitian

No.	Aspek yang Diimplementasikan	Deskripsi Implementasi di Lapangan
1.	PenggunaanMedia Komunikasi Digital	Grup <i>WhatsApp</i> menjadi media utama untuk penyampaian informasi cepat seperti revisi <i>rundown</i> dan arahan teknis.
2.	Briefing Hariandan Koordinasi Langsung	Briefing pagi dilakukan setiap hari sebelum <i>event</i> dimulai untuk menyamakan informasi dan membagi tugas. Koordinasi lisan dilakukan saat menghadapi kendala di lapangan.
3.	KomunikasiTigaArah (Vertikal,Horizontal, Diagonal)	Komunikasi vertikal dari koordinator ke anggota tim, horizontal antar anggota, dan diagonal antar divisi mempercepat proses pengambilan keputusan teknis.
4.	Komunikasi Alternatif Saat Gangguan Sinyal	Handy talky (HT) dan komunikasi langsung digunakan sebagai cadangan ketika <i>WhatsApp</i> tidak bisa digunakan karena gangguan sinyal.
5.	Pembagian Tugas dan Fleksibilitas Tim	Setiap anggota tim memahami perannya, namun tetap saling membantu antar divisi untuk menyelesaikan kendala teknis secara cepat.
6.	Evaluasi Internal Pasca Acara	Tim <i>EO</i> melakukan refleksi dan evaluasi setelah acara untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi komunikasi serta kerjasama di <i>event</i> berikutnya.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2025)

Tabel diatas, menjelaskan bentuk nyata penerapan komunikasi internal dan kerjasama tim selama penyelenggaraan *event HPMD 2025*, yang berkontribusi langsung terhadap keberhasilan pelaksanaan acara.

### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

Komunikasi internal yang dijalankan oleh CV *Concept Plus Organizer* pada *Honda Premium Matic Day 2025* berlangsung efektif, adaptif, dan terarah melalui *WhatsApp*, HT, serta briefing harian. Pola komunikasi ini menjaga kecepatan, kejelasan, dan konsistensi

informasi meskipun menghadapi hambatan teknis.

Kerjasama tim tercermin dari pembagian tugas yang jelas, fleksibilitas peran yang terkendali, serta solidaritas antardivisi. Hal ini memungkinkan tim untuk tetap responsif dalam menghadapi perubahan *rundown* maupun kendala lapangan.

Keberhasilan *event* ditunjukkan dengan tercapainya target promosi, antusiasme pengunjung yang melampaui ekspektasi, serta kepuasan klien.

Integrasi komunikasi internal dan kerjasama tim merupakan faktor utama yang memastikan keberhasilan *event*, karena komunikasi memberi arah koordinasi sedangkan kerjasama tim



menjamin implementasi instruksi secara kolektif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2023). *Komunikasi Verbal dalam Event Organizer*. Jurnal Manajemen Komunikasi, 12(1), 45-56.
- Anton, AT (2025). *Pengelolaan Tim Dalam Event Organizer*. Acara Jurnal Manajemen, 14 (1), 22-23.
- Arianto, B. (2024). *Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Ilmu
- Hasanti, I. D. (2023). *Analisis Komunikasi internal Antara Event Project Team dan Account Executive di Event Organizer Twisbless*. Jurnal Komunikasi, 8(3), 78-90.
- Kartini, S., & Kawan, M. (2024). *Komunikasi dalam Tim*. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 9(2), 34-50.
- Komarudin, A., Adiwinata, R., & Irawan, B. (2025). *Peran Komunikasi dan Kerjasama Tim Terhadap Loyalitas Karyawan pada PT Boo Young Indonesia*. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 14(1), 67-80.
- Lase, R., & Telaumbanua, M. (2023). *Kepercayaan dalam Kerjasama Tim*. Jurnal Manajemen Internal, 6(2), 14 -25.
- Manalullaili, M. (2024). *Pembagian Tugas dalam Tim Kerjasama*. Jurnal Manajemen Proyek, 3(1), 13-25.
- Ridma Meltareza, Pingkan, V. O., Melati, G. S., & Rahmansyah, A. (2022). Implementasi komunikasi internal pada panitia lomba event nasional. *Jurnal Event Nasional*, 2(1), 100–110.
- Safitri, A. V., Purwoko, B., & Winingsih, E. (2025). Definisi operasional variabel dalam penelitian: Bentuk konkret dari konsep teoritis yang dijabarkan dalam indikator yang dapat diobservasi atau diukur. *Jurnal Psikologi Dinamika*. <https://ojs.co.id/1/index.php/jpd/article/view/12345>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuisman, F. B., & Misnawati, D. (2024). Penerapan pola komunikasi internal dalam pelaksanaan Festival Band Competition 2024. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(1), 22–30.