

STRATEGI PENGELOLAAN *CORPORATE EVENT* DALAM MENINGKATKAN HUBUNGAN *STAKEHOLDER* PERUSAHAAN

Muthia Malihah Raniah Halim¹⁾, Hudi Santoso²⁾

IPB University

Corresponding e-mail: mmalihah514@gmail.com

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: [10.53866/jimi.v5i3.862](https://doi.org/10.53866/jimi.v5i3.862)

Abstract

This internship report discusses the strategy of the Hubungan Kelembagaan Department at PT Pupuk Indonesia (Persero) in managing corporate events to strengthen stakeholder relationships. The objective of this research is to explain and analyze the strategies employed by the Hubungan Kelembagaan Department in effectively managing corporate events. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques including active participation, observation, interviews, and literature review. The results show that event management is systematically planned through pre-event, main event, and post-event stages. Trello is utilized to support real-time team coordination, expedite decision-making, and enhance work transparency. Using a SWOT approach, the strategy is considered effective in maintaining inter-stakeholder relationships, improving work efficiency, and building a positive corporate image. Corporate events are proven to be an important communication medium in fostering trust and collaboration with both internal and external stakeholders. Post-event evaluations are conducted to identify strengths and weaknesses, providing assessments for improvements in future events. Well-planned corporate event management, based on stakeholder needs and supported by digital technology, is crucial in achieving the goals of the Hubungan Kelembagaan Department and maintaining long-term relationships with internal and external stakeholders.

Keywords: Stakeholder Relations, Corporate Event, Stakeholder, Event Management, PT Pupuk Indonesia (Persero)

Abstrak

Laporan magang ini membahas strategi Departemen Hubungan Kelembagaan PT Pupuk Indonesia (Persero) dalam mengelola *corporate event* guna memperkuat hubungan dengan *stakeholder*. Tujuan penelitian adalah menjelaskan dan menganalisis strategi Departemen Hubungan Kelembagaan dalam mengelola acara perusahaan dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan acara dilakukan secara terencana melalui tahapan *pra-event*, *main event*, dan *post-event*. Aplikasi Trello dimanfaatkan untuk mendukung koordinasi tim secara *real-time*, mempercepat pengambilan keputusan, dan meningkatkan transparansi kerja. Melalui pendekatan SWOT, teknik ini dinilai efektif dalam menjaga hubungan antar-*stakeholder*, meningkatkan efisiensi kerja, dan membangun citra positif perusahaan. *Corporate event* terbukti menjadi media komunikasi yang penting dalam membina kepercayaan dan kolaborasi dengan *stakeholder* internal dan eksternal. Evaluasi pasca-acara dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta memberikan evaluasi untuk perbaikan di acara selanjutnya. Pengelolaan *corporate event* yang terencana, berbasis kebutuhan *stakeholder*, dan didukung oleh teknologi digital terbukti penting dalam mencapai tujuan Departemen Hubungan Kelembagaan dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan *stakeholder* internal maupun eksternal.

Kata Kunci: Hubungan Kelembagaan, *Corporate Event*, *Stakeholder*, Manajemen *Event*, PT Pupuk Indonesia (Persero)

1. Pendahuluan

Hubungan kelembagaan adalah hubungan antara manusia yang dibentuk melalui struktur kelompok dalam masyarakat. Hubungan ini diatur oleh norma-norma dan kode etik. Pada dasarnya peran suatu kelembagaan sangat diperlukan dalam proses kegiatan pembangunan untuk meningkatkan segala infrastruktur demi mensejahterakan kehidupan masyarakat. Hubungan kelembagaan dalam suatu perusahaan memiliki arti penting untuk menjaga hubungan baik di antara para pemangku kepentingan (*stakeholder*) melalui koordinasi tindakan, penyelarasan tujuan, dan interaksi yang harmonis. *Stakeholder* memiliki dampak yang positif bagi bisnis atau perusahaan. Karena peran *stakeholder* dalam sebuah bisnis atau perusahaan sangat besar, seperti membuat keputusan, manajemen langsung, pendukung keuangan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (Syaputra, 2022). Misalkan saat perusahaan menghadapi krisis dan opini publik mempengaruhi reputasi perusahaan (Halim *et al.* 2020).

Departemen Hubungan Kelembagaan di PT Pupuk Indonesia (Persero) bertugas mengorganisasikan, merencanakan, dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan dengan instansi Pemerintah, Badan Layanan Umum (BLU), Pihak Swasta, Investor, Asosiasi dan kegiatan bersama *stakeholder* Perusahaan termasuk dalam forum tertentu. Departemen Hubungan Kelembagaan di PT Pupuk Indonesia memiliki dua fungsional, yaitu fungsi pengelolaan *stakeholder* dan fungsi acara perusahaan. Departemen ini berfungsi untuk menjaga hubungan internal perusahaan dan *stakeholder*. *Stakeholder* Pupuk Indonesia, meliputi karyawan, komunitas, *customer*, media, investor dan bisnis, pemerintah dan regulator, *key opinion leader*.

PT Pupuk Indonesia (Persero) adalah salah satu produsen pupuk terbesar di Asia yang memproduksi beragam jenis pupuk seperti urea, NPK, SP36, ZA, dan lain-lain untuk kebutuhan pertanian, baik itu sektor pangan, perkebunan dan hortikultura. Pupuk Indonesia juga memproduksi dan memasarkan produk-produk petrokimia seperti amoniak, asam sulfat, asam fosfat dan lain sebagainya. Pupuk Indonesia sebagai holding company yang memiliki 9 anak perusahaan. Pupuk Indonesia Group juga bergerak di bidang EPC, logistik, utilitas, perdagangan dan bisnis pangan.

Tugas Departemen Hubungan Kelembagaan merupakan suatu unsur penting untuk membangun hubungan baik dengan *stakeholder* dalam menunjang keterbukaan komunikasi melalui acara perusahaan dan kunjungan kerja pada komisi IV DPR RI yang bertugas di ruang lingkup pertanian, komisi VI yang bertugas di ruang lingkup BUMN (Badan Usaha Milik Negara), dan Komisi XII yang bertugas di ruang lingkup ESDM (Energi dan Sumber Daya Mineral) yang berhubungan dengan pupuk dan pangan, DPR ke wilayah, serta *stakeholder* forum berupa rapat. Keterampilan yang baik dan keterbukaan informasi sangat dibutuhkan untuk dapat menjalankan tugas sebaik mungkin.

Salah satu fungsi acara perusahaan adalah sebagai sarana komunikasi dengan pemangku kepentingan untuk memperkuat hubungan, menyampaikan informasi strategis, dan mendapatkan umpan balik langsung guna mendukung interaksi yang produktif dan terbuka. Terdapat dua jenis acara perusahaan di PT Pupuk Indonesia (Persero), yaitu internal dan eksternal. Acara internal meliputi Syukuran HUT ke-13 dan Halal Bihalal Pupuk Indonesia, Pupuk Indonesia Quality & Innovation (PIQI) 2024, Pupuk Indonesia Innovation Award SUMMIT 2024, dan Town Hall Meeting. Sementara acara eksternal mencakup kunjungan kerja pejabat pemerintah, Svarna Bhumi Awards, Focus Group Discussion, Gebyar Pupuk, Driving Synergy Pupuk Indonesia Golf, Jambore Makmur, dan Rembuk Tani.

Agar sebuah acara berjalan efektif dan berdampak positif bagi peserta, dibutuhkan proses yang baik. Bukan hanya pada pelaksanaannya saja, tetapi meliputi keseluruhan proses. Untuk memastikan proses acara berjalan sukses, maka perlu dilakukan pengelolaan acara atau umumnya disebut *management event* (Uljanatunnisa, 2020). Pembuatan acara perusahaan yang baik terdapat beberapa langkah, yaitu tahap perencanaan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan evaluasi.

Departemen Hubungan Kelembagaan, PT Pupuk Indonesia (Persero) menempatkan tahap perencanaan sebagai langkah awal yang krusial dalam penyelenggaraan acara perusahaan. Departemen Hubungan Kelembagaan menetapkan tujuan acara perusahaan, sasaran audiens, serta konsep yang selaras dengan visi dan misi perusahaan. Departemen Hubungan Kelembagaan menggunakan aplikasi Trello dalam menyusun berbagai agenda dan acara perusahaan yang memungkinkan tim untuk menyusun dan memvisualisasikan alur kerja secara jelas dan terstruktur. Trello digunakan untuk jadwal rapat dan agenda permintaan bantuan dari

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

unit kerja lain kepada Departemen Hubungan Kelembagaan jika untuk acara perusahaan yang akan berlangsung. Penggunaan Trello ini dapat membantu proses koordinasi antar tim dan unit kerja lain menjadi lebih efisien, transparansi kerja meningkat, dan setiap anggota tim dapat mengikuti perkembangan dan progres kegiatan dengan mudah.

Tentunya untuk memastikan kesuksesan dan efektivitas sebuah *corporate event* yang sukses dibutuhkan beberapa hal yang menjadi tantangan dan perlu diantisipasi. Salah satunya adalah keterlibatan tamu undangan atau *stakeholder* yang rendah, yang dapat mengurangi dampak komunikasi dan kolaborasi yang diharapkan dari acara tersebut. Kesalahan dalam manajemen keuangan juga dapat menjadi kendala serius, mengingat pentingnya pengelolaan anggaran yang efisien untuk menjamin semua kebutuhan acara terpenuhi tanpa melebihi batas yang telah ditetapkan. Koordinasi internal yang kurang efektif pun dapat menyebabkan ketidaksesuaian informasi atau penundaan dalam proses pelaksanaan acara, maka diperlukan strategi yang matang dan sinergi yang kuat antartim untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, sehingga *corporate event* dapat berjalan optimal dan mencapai tujuan perusahaan dalam memperkuat hubungan dengan *stakeholder* serta meningkatkan citra positif di mata publik. *Corporate event* pada PT Pupuk Indonesia (Persero) memiliki peran strategis dalam membangun dan memperkuat hubungan dengan *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

Penulisan ini juga relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriansyah *et al.* (2022) yang berjudul “Analisis *Event Organizer* Jawa Pos Dalam Pengelolaan Hari Jadi Ke 77 Pemerintah Provinsi Jawa Timur”. Penelitian ini mengkaji peran *event organizer* Jawa Pos dalam mengelola acara hari jadi ke-77 Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Penelitian tersebut menunjukkan pentingnya penerapan lima tahapan manajemen *event* menurut Goldblatt, yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi untuk memastikan keberhasilan sebuah acara. Penelitian tersebut hanya berfokus pada peran EO (*Event Organizer*) eksternal. Penulisan ini akan membahas secara komprehensif peran Departemen Hubungan Kelembagaan di PT Pupuk Indonesia (Persero) dalam merancang strategi pengelolaan acara perusahaan, mulai dari *pra-event*, *main event*, hingga *post-event*, serta pemanfaatan aplikasi Trello sebagai sarana koordinasi antar tim. Berdasarkan latar belakang ini maka disusun laporan magang berjudul “Strategi dalam Mengelola *Corporate Event* untuk Memperkuat Hubungan *Stakeholder* dalam perusahaan”.

Berdasarkan pendahuluan yang telah dikemukakan, penulisan ini merumuskan dua pokok permasalahan utama. Pertama, bagaimana strategi yang diterapkan oleh Departemen Hubungan Kelembagaan dalam mengelola acara perusahaan secara efektif. Kedua, bagaimana analisis terhadap strategi Departemen Hubungan Kelembagaan dalam mengelola acara perusahaan dengan baik. Sejalan dengan perumusan masalah tersebut, penulisan ini bertujuan menjelaskan strategi yang digunakan oleh Departemen Hubungan Kelembagaan dalam mengelola acara perusahaan serta menganalisis efektivitas dari strategi tersebut dalam mendukung kelancaran dan keberhasilan pelaksanaan acara perusahaan.

2. Metode Penelitian

2.1. Objek, waktu, dan Tempat

Objek penelitian magang yang dilakukan adalah Departemen Hubungan Kelembagaan di PT Pupuk Indonesia (Persero). Lokasi pengambilan data Laporan Magang dilakukan secara offline di PT Pupuk Indonesia (Persero) yang berlokasi Jl. Taman Anggrek No.2, RT.7/RW.8, Kemanggisan, Jaya, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Magang dilaksanakan dimulai pada 20 Januari 2025 sampai 20 Juni 2025.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung kelancaran kegiatan magang dan memastikan data yang diperoleh relevan serta akurat, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penulisan laporan magang adalah sebagai berikut:

1. Partisipasi Aktif

Partisipasi aktif adalah cara kerja yang mendukung hak individu untuk berpartisipasi dalam aktivitas dan hubungan kehidupan sehari-hari secara mandiri (Active Social Care Limited, n.d.). Dalam kegiatan magang, penulis berperan secara aktif dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh Departemen Hubungan Kelembagaan. Partisipasi langsung dalam tugas dan kegiatan departemen membuat peneliti dapat memahami secara mendalam proses kerja, interaksi antar-*stakeholder*, dan

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

pengelolaan acara perusahaan. Selama pelaksanaan magang, penulis terlibat secara langsung dalam penggunaan aplikasi Trello untuk mendukung kelancaran penjadwalan dan pengelolaan tugas di Departemen Hubungan Kelembagaan. Melalui penggunaan aplikasi ini, penulis dapat meningkatkan efisiensi dalam bekerja, mengoptimalkan koordinasi dalam tim, serta menjaga komunikasi yang jelas dan transparan terkait dengan tanggung jawab yang ada di Departemen Hubungan Kelembagaan.

2. Observasi

Observasi adalah metode yang mengandalkan pengamatan langsung terhadap objek atau fenomena di lapangan (Romdona, *et al.* 2025). Teknik observasi digunakan untuk mengamati langsung aktivitas dan proses kerja di Departemen Hubungan Kelembagaan. Observasi melibatkan pencatatan secara sistematis terhadap aktivitas sehari-hari, pola komunikasi, dan interaksi antar anggota tim. Melalui cara ini, penulis dapat menganalisis bagaimana Departemen Hubungan Kelembagaan dikelola oleh PT Pupuk Indonesia (Persero) serta mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mendukung keberhasilan proses tersebut.

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden, di mana peneliti mengajukan pertanyaan untuk menggali informasi mendalam tentang topik yang diteliti, Huberman & Miles (dalam Romdona, *et al.* 2025). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan masalah yang diteliti dan menggali informasi lebih dalam dari responden. Panduan wawancara yang terstruktur dan semi-terstruktur digunakan untuk memastikan fokus pembahasan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada Departemen Hubungan Kelembagaan.

Table 1. Daftar Informan

Nama	Jabatan
Maranatha Bernard Ferryal	VP Hubungan Kelembagaan
Erlangga F. Pranowo	Jr. Officer Pengelolaan Stakeholder
Muhammad Naufal Fauzan	Staff Administrasi Dept. Hubungan Kelembagaan

4. Kajian literatur

Menurut Marzali (dalam Asbar dan Witarsa, 2020), kajian literatur adalah satu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan membaca berbagai buku, jurnal, dan terbitan-terbitan lain yang berkaitan dengan topik penelitian, untuk menghasilkan satu tulisan berkenaan dengan satu topik atau isu tertentu. Penulis melakukan kajian literatur dengan mempelajari dokumen-dokumen yang berasal dari PT Pupuk Indonesia (Persero) dan pedoman Departemen Hubungan Kelembagaan. Teknik ini bertujuan untuk memberikan landasan teoritis serta membandingkan praktik di lapangan dengan teori atau standar yang ada. Kajian literatur juga membantu memperkaya analisis yang dilakukan dalam kegiatan magang.

2.3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dianalisis dengan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) yang berdampak pada *corporate event* dan dapat digunakan untuk memberikan gambaran strategis pada pengelolaan *corporate event*. Penggunaan teknik SWOT ini dapat meningkatkan citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan *stakeholder*, mengurangi risiko, perubahan regulasi, hingga ketidakpastian ekonomi harus diperhitungkan agar pelaksanaan *corporate event* lebih efektif dan sesuai target. Menurut Jogiyanto (dalam Mashuri dan Nurjannah, 2020) SWOT adalah sebagai berikut:

1. *Strengths* (kekuatan) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
2. *Weakness* (kelemahan) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

- fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.
3. *Opportunities* (peluang) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
 4. *Threats* (ancaman) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

5. Hasil dan Pembahasan

5.1. Hasil Penelitian

Selama pelaksanaan magang di Departemen Hubungan Kelembagaan PT Pupuk Indonesia (Persero), penulis terlibat langsung dalam proses penyusunan dan pelaksanaan berbagai *corporate event*. *Event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Setiap *event* selalu mempunyai tujuan utama untuk apa diselenggarakan (Firmansyah dan Arnie, 2018). Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Departemen Hubungan Kelembagaan memiliki strategi yang sistematis dalam pengelolaan acara perusahaan, yang mencakup tahapan *pra-event*, *main event*, dan *post-event*. Pada tahap *pra-event*, perencanaan dilakukan dengan menentukan tema dan tujuan acara yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan, serta melakukan pemetaan *stakeholder* yang relevan. Penyusunan jadwal acara disesuaikan dengan agenda *stakeholder* eksternal, seperti DPR RI dan kementerian terkait. Koordinasi antar unit kerja dilakukan melalui rapat lintas departemen yang bertujuan untuk menyamakan persepsi dan membagi tanggung jawab. Tahapan *main event* difokuskan pada pelaksanaan kegiatan berdasarkan *rundown* yang telah disusun, pengelolaan kehadiran tamu undangan, serta dokumentasi acara melalui foto, video, atau notulen.

Pada tahap *post-event*, dilakukan evaluasi internal untuk meninjau kekuatan dan kelemahan dalam pelaksanaan acara, serta menyusun laporan akhir (*close out report*) yang menjadi referensi kegiatan selanjutnya. Selain itu, survei kepuasan disebarkan kepada *stakeholder* internal, sementara *stakeholder* eksternal diberikan ringkasan hasil acara atau dilakukan pertemuan lanjutan jika diperlukan. Salah satu temuan penting dari magang ini adalah penggunaan aplikasi Trello yang sangat membantu dalam efektivitas koordinasi dan distribusi kerja. Trello digunakan untuk menyusun struktur kerja berbasis *board* dan *card*, yang memungkinkan setiap anggota tim memantau progres kegiatan secara *real-time*, menetapkan tenggat waktu, dan mengatur prioritas tugas. Hasilnya, penggunaan Trello tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja tim, tetapi juga meminimalkan miskomunikasi, mempercepat pengambilan keputusan, serta mendukung transparansi kerja antar bagian yang terlibat dalam pengelolaan *corporate event*.

5.2. Pembahasan

Strategi pengelolaan acara perusahaan di PT Pupuk Indonesia (Persero) dirancang secara komprehensif untuk memastikan setiap kegiatan tidak hanya berjalan sukses secara teknis, tetapi juga mampu memberikan dampak strategis terhadap hubungan perusahaan dengan *stakeholder*. Pengelolaan *stakeholder* menjadi penting bagi keberlanjutan suatu organisasi (Muthiah, 2021). Strategi ini terbagi menjadi dua jalur pelaksanaan utama, yaitu acara yang berdasarkan arahan direksi, dan acara yang merupakan inisiasi dari Departemen Hubungan Kelembagaan sendiri. Acara perusahaan yang berdasarkan arahan direksi, prosesnya dimulai dari penetapan ide dan arahan strategis oleh direksi. Kemudian, departemen melakukan pengembangan konsep acara, melakukan presentasi kepada manajemen, memperoleh persetujuan (*approval*), melakukan pengadaan jasa vendor, hingga persiapan teknis seperti *loading* dan *rehearsal*, pelaksanaan, serta pembuatan laporan akhir acara. Sedangkan untuk acara yang diinisiasi oleh departemen itu sendiri, proses dimulai dari *brainstorming* konsep berdasarkan kebutuhan Hubungan Kelembagaan, penentuan tujuan dan latar belakang acara, presentasi internal ke direksi, dan dilanjutkan dengan tahapan serupa seperti proses acara dari arahan direksi.

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

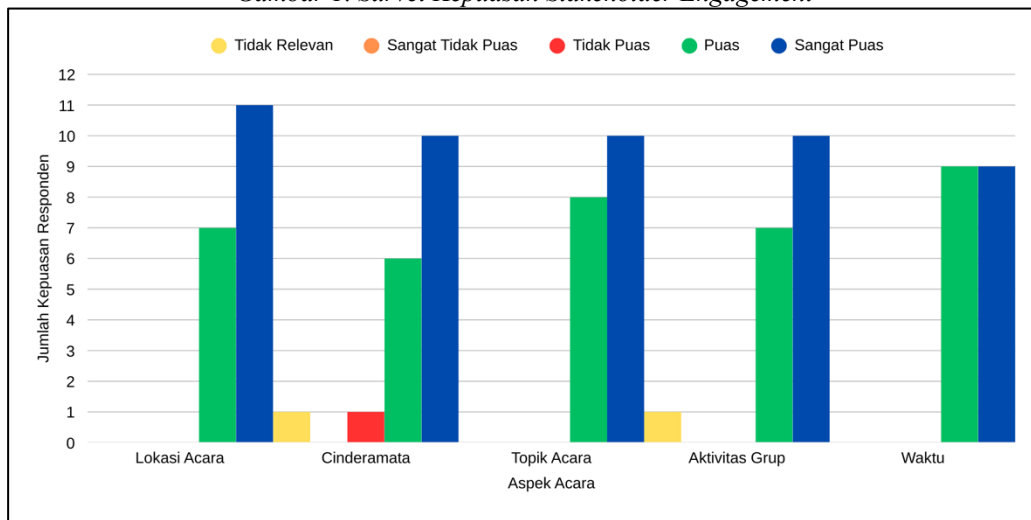
Strategi lainnya yang tidak kalah penting adalah proses pemetaan dan seleksi *stakeholder* yang akan diundang ke dalam acara. Hal ini dilakukan berdasarkan relevansi isu dan kepentingan strategis, sehingga hanya *stakeholder* yang memiliki pengaruh atau keterkaitan langsung dengan tema acara yang diprioritaskan untuk diundang. Misalnya, dalam acara Rembuk Tani, *stakeholder* yang diundang adalah mereka yang memiliki peran dalam sektor pertanian, seperti Komisi IV DPR RI, Kementerian Pertanian, serta pejabat daerah terkait. Penyesuaian juga dilakukan berdasarkan tingkat jabatan, di mana minimal kehadiran pejabat eselon II menjadi target utama untuk mewakili institusi tertentu.

Proses perencanaan acara selalu diarahkan untuk sejalan dengan visi dan misi perusahaan. Hal ini dilakukan melalui tahapan *concepting*, di mana staff acara perusahaan menyesuaikan latar belakang kegiatan dengan arah strategis korporasi agar nilai-nilai acara tetap konsisten dengan identitas dan posisi perusahaan di mata publik dan *stakeholder*. Acara perusahaan di PT Pupuk Indonesia (Persero) yang diselenggarakan oleh unit kerja lain juga membutuhkan dukungan penyelenggaraan acara dengan mengirimkan *brief* dan permintaan secara formal kepada Departemen Hubungan Kelembagaan. Kemudian, disposisi akan dilakukan oleh VP Hubungan Kelembagaan dan tugas pelaksanaan dibagi kepada staff acara dan *stakeholder* sesuai prosedur yang telah ditetapkan. Pada pelaksanaan kegiatan acara perusahaan, indikator keberhasilan acara ditentukan melalui dua aspek utama, yaitu:

1. Tingkat kepuasan, yang menunjukkan apakah acara telah sesuai dengan tujuan dan harapan perusahaan.
2. Tingkat kehadiran *stakeholder*, yang menjadi tolak ukur keberhasilan komunikasi eksternal. Jika *stakeholder* strategis tidak dapat hadir, Departemen akan menginisiasi tindak lanjut melalui pertemuan privat atau penyampaian risalah kegiatan, agar tetap terjalin komunikasi dan keberlanjutan relasi.

Guna mengetahui sejauh mana acara *Stakeholder Engagement* memberikan dampak positif bagi *stakeholder* dan perusahaan, dilakukan survei kepuasan kepada sejumlah perwakilan instansi. Survei ini disebarkan kepada *stakeholder* yang terlibat dalam berbagai kegiatan sepanjang tahun 2024, dan dikumpulkan pada akhir tahun sebagai bentuk evaluasi tahunan. Salah satu indikator utama yang diukur adalah tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap acara yang diselenggarakan oleh PT Pupuk Indonesia (Persero). Berikut hasil Survei Kepuasan terhadap beberapa aspek dalam Acara *Stakeholder Engagement* Pupuk Indonesia.

Gambar 1. Survei Kepuasan Stakeholder Engagement



Berdasarkan hasil Survei Kepuasan *Stakeholder Engagement* yang diikuti oleh 18 responden, acara *Stakeholder Engagement* Pupuk Indonesia dinilai secara umum sangat memuaskan. Survei ini mengukur 5 aspek utama, yaitu lokasi acara, cinderamata, topik acara, aktivitas grup, dan waktu pelaksanaan. Mayoritas

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

responden memberikan penilaian “Sangat Puas” dan “Puas” pada seluruh aspek yang dinilai, khususnya pada aspek topik acara dan waktu pelaksanaan yang memperoleh tingkat kepuasan tertinggi. Meskipun terdapat sedikit variasi, termasuk penilaian “Tidak Relevan” dan “Tidak Puas” pada beberapa aspek, hal ini tidak signifikan dan tidak mengganggu keseluruhan persepsi positif terhadap acara. Secara keseluruhan, grafik menunjukkan bahwa lebih dari 85% responden merasa puas atau sangat puas pada semua aspek, mencerminkan keberhasilan acara dalam memenuhi harapan *stakeholder* dan dinilai berhasil dalam aspek perencanaan, pelaksanaan, dan relevansi kegiatan.

Berdasarkan hasil Survei Kepuasan *Stakeholder Engagement* di akhir tahun 2024, Departemen Hubungan Kelembagaan melakukan strategi pengelolaan acara perusahaan dianalisis lebih lanjut melalui pendekatan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) pada tahap perencanaan. Analisis SWOT adalah suatu proses untuk menemukan kecocokan strategis (*strategic fit*) antara peluang yang ada di lingkungan eksternal perusahaan dengan lingkungan internal yang dimiliki perusahaan sementara pada saat yang sama memperhitungkan berbagai ancaman yang ada di lingkungan luar perusahaan dan kelemahan internal perusahaan (Suriono, 2021). Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan di perusahaan lain (Mashuri dan Nurjannah, 2020). Misalnya, dalam merancang acara seperti Golf atau Gala Dinner, masing-masing opsi dievaluasi dari segi kekuatan seperti keintiman interaksi, kelemahan seperti kemungkinan rendahnya kehadiran, peluang memperluas jejaring, hingga ancaman seperti gangguan cuaca atau persepsi publik.

1. **Strength (Kekuatan)**

Strength (kekuatan) mengacu pada keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan pesaingnya, seperti citra merek yang kuat, tenaga kerja yang terampil, atau penawaran produk yang unik, Indeed (dalam Zainuri dan Setiadi, 2023). Departemen ini menunjukkan kapasitas tim yang adaptif, di mana seluruh karyawan mampu berperan dalam berbagai skala acara, bahkan ketika beberapa acara berlangsung secara bersamaan di lokasi berbeda, meskipun jumlah staf terbatas. Penggunaan Trello mendukung koordinasi tim, mempermudah pembagian tugas, serta meningkatkan transparansi dan efisiensi kerja. Keterlibatan direksi dalam acara-acara perusahaan juga cukup signifikan, di mana banyak inisiatif acara diinisiasi atau diarahkan langsung oleh direksi, sehingga memperkuat validitas dan dukungan internal. Setiap acara disusun dengan pendekatan strategis terhadap *stakeholder*, berfokus pada prioritas dan perhatian masing-masing pihak, bukan sekadar memenuhi formalitas. Acara yang diselenggarakan juga selalu diselaraskan dengan tujuan, visi, dan misi perusahaan, seperti pada acara Rembuk Tani yang melibatkan berbagai pihak strategis dan memberikan dampak nyata terhadap sektor pertanian nasional.

2. **Weakness (Kelemahan)**

Weakness (kelemahan) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam salah satu sumber daya atau (*capability*) perusahaan dibandingkan dengan para pesaingnya yang menciptakan kerugian dalam usaha memenuhi kebutuhan para pelanggan secara efektif (Sari, 2020). Departemen Hubungan Kelembagaan menghadapi kelemahan pada sumber daya manusia yang terbatas, sementara banyak kegiatan yang membutuhkan keterlibatan langsung, sehingga staff sering kali harus terbagi dalam waktu dan lokasi yang berbeda. Selain itu, terdapat ketergantungan tinggi pada jadwal para *stakeholder*, di mana tingkat kehadiran dapat rendah apabila komunikasi tidak dilakukan sejak dini atau jika acara bertepatan dengan agenda penting *stakeholder*. Maka dari itu, penting untuk memperhatikan dan menyesuaikan waktu acara dengan jadwal *stakeholder* guna meminimalkan potensi ketidakhadiran. Kelemahan lainnya adalah tidak semua unit kerja terbiasa dengan sistem dan alur acara perusahaan, sehingga diperlukan komunikasi ekstra untuk menjelaskan peran masing-masing pihak serta dukungan dari Departemen Hubungan Kelembagaan untuk memastikan kelancaran koordinasi.

3. **Opportunity (Peluang)**

Opportunity (Peluang), dapat diartikan sebagai kesempatan dan kemungkinan yang tersedia dan dapat dimanfaatkan untuk mendorong proses pembangunan daerah atau institusi bersangkutan (Sasoko dan Mahrudi, 2023). Penyelenggaraan acara yang terkonsep dengan baik memiliki potensi besar untuk memperkuat citra perusahaan, dengan melibatkan *stakeholder* strategis

yang dapat meningkatkan reputasi dan *positioning* PT Pupuk Indonesia (Persero) sebagai BUMN yang aktif, terbuka, dan komunikatif. Selain itu, acara seperti Focus Group Discussion (FGD), Gala Dinner, atau forum diskusi menjadi sarana kolaborasi lintas sektor, membuka ruang sinergi antara pemerintah, distributor, petani, dan perusahaan. Untuk meningkatkan efisiensi dan skalabilitas acara ke depan, digitalisasi proses *event* melalui penggunaan Trello atau sistem manajemen acara yang lebih terintegrasi menjadi langkah strategis yang perlu dikembangkan. Setiap *event* juga menjadi momentum penting untuk menyerap aspirasi dan insight dari mitra strategis, yang dapat digunakan sebagai dasar penyusunan kebijakan internal. Departemen Hubungan Kelembagaan akan melakukan survei kepada *stakeholder* internal untuk mengumpulkan *feedback* atas acara yang telah berlangsung, sedangkan kepada *stakeholder* eksternal, masukan akan diperoleh melalui pertemuan atau rapat bersama direksi terkait, guna memastikan semua *feedback* dapat diakomodasi untuk perbaikan berkelanjutan.

4. **Threats (Ancaman)**

Threats (ancaman), adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. (Mashuri dan Nurjannah, 2020). Pelaksanaan acara memiliki beberapa potensi risiko yang perlu diantisipasi secara cermat. Pada acara seperti Golf, faktor cuaca menjadi kendala utama karena perubahan kondisi cuaca secara mendadak dapat mengganggu jalannya kegiatan. Ada pula risiko reputasi, terutama dalam acara besar seperti Gala Dinner, di mana persepsi publik dapat terdampak negatif apabila acara tidak sesuai dengan konteks atau kondisi sosial-ekonomi yang sedang sensitif. Dinamika jadwal *stakeholder* juga menjadi penting, di mana keterlambatan atau ketidakhadiran *stakeholder* dapat mengurangi nilai dan efektivitas acara. Untuk mengantisipasi hal ini, dilakukan *follow-up meeting* dan penyesuaian undangan sesuai perkembangan jadwal *stakeholder*. Kendala teknis yang mungkin terjadi akibat ketidaksiapan vendor juga dapat mengganggu kelancaran acara. Maka dari itu, pemilihan vendor dilakukan melalui proses pengadaan yang ketat, serta selalu diadakan gladi resik sebelum acara berlangsung untuk meminimalkan potensi kesalahan, baik teknis maupun non-teknis.

Dalam proses pengelolaan acara perusahaan, Departemen Hubungan Kelembagaan menerapkan pendekatan yang terstruktur dan sistematis. Setiap acara tidak hanya difokuskan pada pelaksanaan hari-H, tetapi juga melibatkan perencanaan yang matang serta evaluasi menyeluruh pasca acara. Untuk memastikan setiap tahap berjalan efektif dan memberikan dampak yang maksimal, proses pengelolaan acara dibagi ke dalam tiga fase, yaitu:

1. **Pra-event**

Pada tahapan pertama dalam sebuah *event* yaitu persiapan sebelum acara (*pra-event*) kegiatan dimulai dengan menentukan tema, membuat *timeline*, *gantchart* dan *checklist*, menyusun anggaran, menentukan speaker, membuat Term of Reference, menentukan platform dan melakukan publikasi (Trikusuma dan Setyawan, 2022). Departemen Hubungan Kelembagaan menerapkan fase *pra-event* sebagai berikut:

- 1) Penentuan Tema dan Tujuan Acara: Setiap acara dimulai dengan identifikasi tema yang relevan dan sejalan dengan visi perusahaan, serta tujuan dan latar belakang yang ingin dicapai (misalnya advokasi, komunikasi publik, atau *engagement stakeholder*).
- 2) Pemetaan dan Penjadwalan *Stakeholder*: Tim menyusun daftar *stakeholder* yang relevan berdasarkan topik acara. Penyesuaian waktu dilakukan dengan melihat agenda dan masa reses lembaga, khususnya DPR RI atau kementerian terkait.
- 3) Rapat Persiapan Lintas Unit Kerja: Rapat awal melibatkan seluruh unit kerja yang terlibat, membahas tugas masing-masing, kesiapan personel, dan kebutuhan teknis.
- 4) Penggunaan Trello: Aplikasi ini digunakan untuk menyusun struktur kerja melalui *board* dan *card* berisi *checklist* tugas, penanggung jawab, serta deadline. Semua progres bisa dipantau secara *real-time* oleh pimpinan.
- 5) Persiapan Logistik dan Teknis: Meliputi pembuatan proposal acara, pengadaan vendor, penyusunan tata tertib (untuk kompetisi), survei lokasi, pemesanan alat, hingga pengaturan *seating arrangement*.
- 6) Identifikasi Risiko dan Mitigasi: Tim menyusun rencana alternatif jika terjadi kendala, seperti ketidakhadiran *stakeholder* atau kondisi cuaca buruk.

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

- 7) Penyusunan Dokumen Undangan dan Perizinan: Penyusunan izin prinsip, dan penjadwalan konfirmasi kehadiran tamu.

2. *Main event*

Pada tahapan ini, hasil dari tahapan sebelumnya akan diimplementasikan dan mulai dilaksanakan. Dibutuhkan koordinasi dengan orang-orang yang terlibat dalam *event* agar meminimalisir terjadinya kesalahan dalam *event* (Graciela dan Dianita, 2022). Departemen Hubungan Kelembagaan menerapkan fase *main-event* sebagai berikut:

- 1) Koordinasi Lapangan: Komunikasi dilakukan melalui HT atau sistem komunikasi langsung antartim. Setiap personel telah ditentukan peran dan lokasinya.
- 2) Pelaksanaan Acara Sesuai *Rundown*: Seluruh kegiatan berjalan berdasarkan jadwal terstruktur yang telah disusun sebelumnya. Adanya fleksibilitas disiapkan bila terjadi perubahan teknis mendadak.
- 3) Pengelolaan Kehadiran *Stakeholder*: Staff *stakeholder* harus memastikan kehadiran *stakeholder* terkait, memfasilitasi kedatangan tamu penting, serta menjaga alur interaksi agar tetap sesuai tujuan.
- 4) Pendokumentasian Kegiatan: Proses dokumentasi dilakukan oleh tim plasma internal Pupuk Indonesia atau vendor, mencakup foto, video, hingga pengumpulan data notulen jika ada sesi FGD atau diskusi terbuka.
- 5) Respons *Stakeholder*: Panitia mencatat *feedback* langsung dari peserta atau tamu, seperti tanggapan, saran, hingga pertanyaan yang muncul selama acara berlangsung.

3. *Post-event*

Evaluasi biasanya dilakukan dalam bentuk survei kepuasan maupun *monitoring* seseorang dalam keseluruhan *event*. Evaluasi ini dibutuhkan untuk mengetahui nilai kinerja selama *event* ini berlangsung yang kemudian akan menjadi acuan pada *event* yang akan diselenggarakan berikutnya (Graciela dan Dianita, 2022). Departemen Hubungan Kelembagaan menerapkan fase *post-event* sebagai berikut:

- 1) Rapat Evaluasi Internal: Tim melakukan evaluasi internal yang dipimpin oleh VP (*Vice President*) atau koordinator acara, membahas kelebihan dan kekurangan pelaksanaan acara.
- 2) Penyusunan *Close Out Report*: Laporan akhir mencakup aspek teknis, kehadiran, hasil komunikasi, serta tindak lanjut kegiatan. Ini menjadi arsip penting untuk referensi acara berikutnya.
- 3) Survei Kepuasan: Untuk *stakeholder* internal, disebarkan form evaluasi (biasanya melalui Google Form) untuk mengukur tingkat kepuasan terhadap penyelenggaraan acara. Untuk *stakeholder* eksternal, biasanya melalui informasi dengan komunikasi informal *stakeholder* eksternal dengan pejabat Pupuk Indonesia.
- 4) *Follow-up* dengan *Stakeholder* Eksternal: Bagi *stakeholder* strategis yang tidak hadir, staff akan menyampaikan notulensi atau hasil kegiatan, dan bila perlu mengadakan pertemuan lanjutan secara privat.
- 5) *Update* Trello dan Dokumentasi: Semua status pekerjaan diperbarui di Trello. Kegiatan ditandai selesai, dan catatan tambahan ditulis bila ada pembelajaran penting. Dokumentasi kegiatan disimpan sebagai referensi.
- 6) Refleksi Tim: Dilakukan diskusi internal untuk mengidentifikasi tantangan serta rekomendasi untuk perbaikan di *event* mendatang, termasuk manajemen waktu, vendor, dan efektivitas komunikasi antar unit.

Departemen Hubungan Kelembagaan memanfaatkan aplikasi Trello sebagai platform manajemen proyek, untuk mendukung efektivitas koordinasi antartim. Trello merupakan sebuah aplikasi manajemen tugas atau *task management* (dalam Amalia, *et al.* 2023). Trello digunakan untuk menyusun agenda acara, membagi tugas, memonitor progres pekerjaan secara *real-time*, dan menciptakan transparansi dalam proses kerja. Melalui fitur seperti *board*, *list*, dan *card*, setiap anggota tim dapat melihat perkembangan kegiatan

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

dan tanggung jawab masing-masing. Aplikasi Trello ini juga dapat membantu kamu mengetahui siapa yang bertugas mengerjakan tugas tertentu, tugas apa yang sedang dikerjakan, dan bagaimana perkembangan tugas itu (Cake, 2024). Trello juga membantu mengantisipasi penumpukan tugas, memastikan efisiensi sumber daya, serta memudahkan pengambilan keputusan secara kolektif berbasis data visual dan terintegrasi.

Penggunaan Trello pada Departemen Hubungan Kelembagaan yang terstruktur dan pemanfaatan teknologi pendukung terbukti meningkatkan efisiensi, terutama saat banyak kegiatan berlangsung di waktu bersamaan. Aplikasi ini memungkinkan VP (*Vice President*) atau pimpinan departemen untuk memantau kapasitas staff dan menentukan prioritas tanpa mengganggu keseimbangan kerja tim. Trello juga menjadi alat yang mendukung komunikasi, khususnya dalam sinkronisasi dengan unit kerja lain yang terlibat dalam penyelenggaraan acara.

Strategi pengelolaan acara perusahaan oleh Departemen Hubungan Kelembagaan PT Pupuk Indonesia (Persero) dilakukan secara sistematis melalui tahapan *pra-event*, *main event*, dan *post-event*, serta didukung dengan pemanfaatan teknologi seperti Trello untuk meningkatkan koordinasi dan efisiensi kerja tim. Pendekatan ini menunjukkan efektivitas dalam menyusun acara yang tidak hanya berjalan lancar secara teknis, tetapi juga memiliki dampak strategis terhadap hubungan perusahaan dengan *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan penelitian Fitriansyah et al. (2022) yang menekankan pentingnya proses terstruktur dan evaluasi pasca-acara sebagai kunci keberhasilan *event*. Namun, strategi Departemen Hubungan Kelembagaan memiliki keunggulan dalam integrasi lintas departemen serta penggunaan *digital project management tools*, yang belum tampak dalam strategi EO Jawa Pos. Dengan demikian, pengelolaan *event* yang dilaksanakan oleh Departemen Hubungan Kelembagaan tidak hanya mencerminkan praktik terbaik dalam manajemen acara perusahaan, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan sebagai entitas yang adaptif dan kolaboratif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan *stakeholder*.

5.3. Kaitan dengan Tujuan Penelitian

Hasil kegiatan magang secara langsung menjawab tujuan penelitian yang telah dirumuskan, yaitu untuk menjelaskan dan menganalisis strategi pengelolaan acara oleh Departemen Hubungan Kelembagaan. Strategi yang dilakukan oleh departemen mencerminkan proses kerja yang terorganisir dan strategis, dari perencanaan awal hingga pelaporan pasca acara. Melalui analisis SWOT, penulis dapat mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan tantangan eksternal yang mempengaruhi pelaksanaan *corporate event*. Pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan acara juga menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholder* melalui interaksi langsung dan tindak lanjut komunikasi. Maka dari itu, kegiatan magang ini memberikan gambaran praktis mengenai bagaimana *corporate event* menjadi instrumen strategis dalam menjaga hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* internal dan eksternal terkait dan mencapai tujuan komunikasi korporat secara menyeluruh.

6. Simpulan dan Rekomendasi

Strategi pengelolaan *corporate event* oleh Departemen Hubungan Kelembagaan, PT Pupuk Indonesia (Persero) dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan, yaitu *pra-event*, *main event*, dan *post-event*. Setiap tahapan dirancang untuk menjamin efektivitas komunikasi dan penguatan hubungan dengan *stakeholder*, baik internal maupun eksternal. Kegiatan magang ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan mencakup perencanaan berbasis visi dan misi perusahaan, pemetaan *stakeholder* strategis, penggunaan aplikasi Trello sebagai alat bantu koordinasi dan manajemen kerja, serta evaluasi menyeluruh pasca acara. Penjadwalan acara, pembagian tugas karyawan, serta strategi pelaksanaan acara dirancang agar penyampaian informasi acara dapat berjalan efektif dan tersusun. Identifikasi potensi risiko dan penyusunan rencana mitigasi juga menjadi bagian penting dalam memastikan kelancaran pelaksanaan di tahap selanjutnya. Analisis SWOT yang digunakan dalam perencanaan acara perusahaan memperlihatkan bahwa kekuatan utama terletak pada keterlibatan aktif direksi dan kemampuan tim Departemen Hubungan Kelembagaan yang adaptif, sementara tantangannya adalah keterbatasan SDM. Peluang besar terbuka melalui peningkatan citra perusahaan dan sinergi lintas unit kerja, sedangkan ancaman dapat timbul dari risiko reputasi dan kendala teknis. Melalui pendekatan ini, *corporate event* terbukti menjadi bagian strategis dalam membangun citra positif dan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan *stakeholder*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut mengenai aspek komunikasi publik dan citra perusahaan sebagai dampak dari *corporate event* dapat diteliti

secara lebih spesifik untuk memahami bagaimana persepsi *stakeholder* terbentuk setelah mengikuti *event* yang diselenggarakan.

Bibliografi

- Active Social Care Limited. Cara Mendukung Partisipasi Aktif. Diakses pada 1 Mei 2025, dari https://activesocialcare-com.translate.google.com/handbook/privacy-and-dignity/how-to-support-active-participation/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Active%20participati on%20is%20a%20way,support%20rather%20than%20being%20passive.
- Amalia, F., Rusdianto, D. S., Pradana, F., & Kurniawan, T. A. (2023). Pemanfaatan Website Trello dalam Menunjang Pembelajaran Kolaboratif di Lingkungan Sekolah Menengah Kejuruan di Kota Malang. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 197-203.
- Asbar, R. F., & Witarsa, R. (2020). Kajian literatur tentang penerapan pembelajaran terpadu di sekolah dasar. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 3(2), 225-236.
- Cake. (2024, 29 Maret). Trello Adalah: Fungsi, Fitur, Kelebihan dan Kekurangan [+Contoh Penggunaannya]. Diakses pada 2 Februari 2025, dari <https://www.cake.me/resources/trello-adalah?locale=id>
- Dianita, I. A., & Graciela, J. B. (2022). Tahapan Pelaksanaan Event Kelana Kenali Jakarta Jaklingko Indonesia. *Business Journal: Jurnal Bisnis Dan Sosial*, 8(2), 113-128.
- Firmansyah, H., & Arnie, R. (2018). Model Sistem Informasi Promosi Dan Management Event Berbasis Web. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 6(2), 1547-1558.
- Fitriansyah, M. A., Winardi, M. B. S., Hidayah, M. B. N., Totok Wahyu Abadi, T. W., Febriana, P., Fikri, M. A. (2022). Analisis event organizer Jawa Pos dalam pengelolaan hari jadi ke 77 Pemerintah Provinsi Jawa Timur. *Youth Communication Day*, 1(1), 180-188.
- Halim, E. E., Wahyudi, O. B., & Yogatama, A. (2020). Strategi Stakeholder Relations Pengelola Sentra UMKM Rumah Kreatif Dolly Saiki Point Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2), 1-12.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.
- Muthiah, F. (2021). Peran Social Networking Sites dalam meningkatkan Stakeholder Engagement: A Literature Review. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 86-104.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39-47.
- Sari, D. (2020). Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *Pragmatis*, 1(1), 7-14.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8-19.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam identifikasi mutu pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94-103.
- Syahputra, A. R. (2022). Analisa Dampak Pemegang Kepentingan (Stakeholders) Dalam Bisnis. *Pusdansi.org*, 2(4), 1-10.
- Trikusuma, A. I., & Setyawan, H. (2022, December). Proses Kegiatan Penyelenggaraan Acara Webinar Oleh PT Telkom Indonesia. In *Seminar Nasional Riset Terapan* (Vol. 11, No. 01, pp. 49-53).
- Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisyah, V. (2020). Analisis Manajemen Event (Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019). *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 95-112.
- Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis Swot Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(1), 22-28.