



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 18370-18379

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Implementasi POAC dalam Manajemen Produksi Event untuk Mendukung Citra Nusantara TV

Mohamad Arr Syal Raya, Tasya Camila Hamdani, Fikry Fachrurrizal

Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University, Bogor

arrsyal25raya@apps.ipb.ac.id, tasyahmdn@apps.ipb.ac.id, fikryfach@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi manajemen produksi event berbasis Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling (POAC) pada Divisi Event Nusantara TV serta perannya dalam mendukung citra perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi selama kegiatan magang, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi POAC telah diterapkan secara sistematis pada seluruh tahapan penyelenggaraan event, mulai dari pra-event, pelaksanaan event, hingga pasca-event. Berdasarkan hasil observasi terhadap delapan event yang diikuti selama kegiatan magang, tahap planning diwujudkan melalui penyusunan kebutuhan acara, pembuatan materi visual dan operasional, serta persiapan teknis. Tahap organizing dilakukan melalui pembagian tugas, koordinasi antar tim, vendor, dan stakeholder. Tahap actuating diwujudkan melalui pelaksanaan operasional kegiatan, pendampingan tamu dan narasumber, serta koordinasi aktif selama acara berlangsung. Sementara itu, tahap controlling dilakukan melalui monitoring pelaksanaan kegiatan, dokumentasi, evaluasi, dan penyusunan laporan pasca-event. Penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan POAC mampu mendukung kelancaran penyelenggaraan event meskipun terdapat berbagai kendala yang dapat diatasi melalui koordinasi dan kemampuan adaptasi tim. Selain itu, implementasi POAC berkontribusi dalam membangun citra positif Nusantara TV melalui peningkatan eksposur perusahaan, penguatan hubungan dengan stakeholder, perluasan kerja sama dengan berbagai mitra strategis, peningkatan kepercayaan publik, serta penguatan positioning perusahaan sebagai media yang berfokus pada isu-isu strategis nasional.

Kata kunci: Manajemen Event, POAC, Produksi Event, Citra Perusahaan, Nusantara TV

1. Latar Belakang

Perkembangan industri media penyiaran di Indonesia mendorong perusahaan media untuk terus beradaptasi dalam membangun hubungan dengan publik dan para pemangku kepentingan. Persaingan yang semakin ketat tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas program siaran yang dihasilkan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan publik dan membangun citra perusahaan yang positif. Salah satu strategi komunikasi yang banyak digunakan perusahaan adalah penyelenggaraan event sebagai sarana komunikasi langsung yang mampu mempertemukan organisasi dengan publik, mitra kerja, maupun stakeholder lainnya.

Event merupakan aktivitas komunikasi yang memungkinkan perusahaan menyampaikan pesan, membangun hubungan, dan menciptakan pengalaman yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap organisasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penyelenggaraan event memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan karena mampu membangun hubungan yang baik antara organisasi dan publik serta meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan [1]. Selain itu, event juga dapat menjadi sarana untuk menjaga citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan masyarakat, serta meningkatkan kepercayaan stakeholder terhadap organisasi [2]. Dengan demikian, event tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan seremonial, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi strategis yang dapat mendukung tujuan perusahaan.

Keberhasilan penyelenggaraan event tidak terlepas dari proses manajemen yang diterapkan oleh organisasi. Manajemen event merupakan proses pengelolaan kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, koordinasi, dan evaluasi agar tujuan kegiatan dapat tercapai secara efektif dan efisien [10].

Pengelolaan event yang baik memungkinkan organisasi mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki serta meminimalkan berbagai kendala yang berpotensi menghambat pelaksanaan kegiatan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa manajemen event yang dilakukan secara sistematis mampu mendukung keberhasilan kegiatan sekaligus memberikan kontribusi terhadap pembentukan citra perusahaan yang positif [3].

Dalam praktik organisasi, keberhasilan suatu kegiatan dapat dianalisis melalui fungsi manajemen yang dikenal dengan konsep *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC). Konsep ini menjelaskan bahwa pencapaian tujuan organisasi dipengaruhi oleh kemampuan dalam menyusun perencanaan, mengorganisasikan sumber daya, melaksanakan program, serta melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap kegiatan yang dilaksanakan [4]. Penerapan fungsi POAC terbukti membantu organisasi menjalankan program secara terstruktur mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi kegiatan [5]. Oleh karena itu, konsep POAC dapat digunakan sebagai kerangka analisis untuk mengkaji efektivitas manajemen produksi event dalam suatu organisasi.

Sebagai salah satu perusahaan media penyiaran nasional, PT Nusantara Media Mandiri (Nusantara TV) secara aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan event sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan. Melalui Divisi Event, Nusantara TV menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti *Nusantara Economic Outlook* (NEO), *Nusantara Sustainability Trend Forum* (NATURE), *Nusantara Sharia Economic Forum* (NUSHAF), *Nusantara Energy Forum* (NEF), dan berbagai kegiatan lainnya yang melibatkan stakeholder dari berbagai sektor. Kegiatan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi media perusahaan dalam membangun hubungan dengan publik dan memperkuat citra perusahaan.

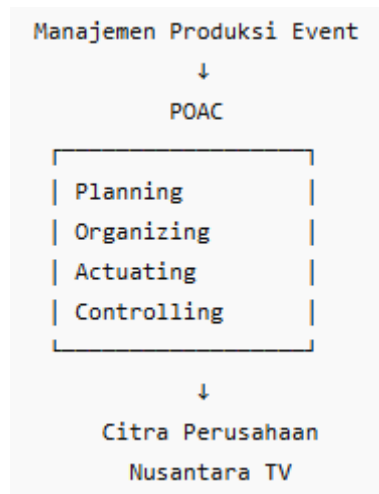
Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan magang pada Divisi Event Nusantara TV, proses produksi event melibatkan berbagai tahapan mulai dari pra-event, pelaksanaan event, hingga pasca-event. Pada tahap pra-event dilakukan penyusunan kebutuhan acara, pembuatan materi visual, koordinasi antar divisi, serta persiapan kebutuhan teknis. Pada tahap pelaksanaan dilakukan pengelolaan operasional kegiatan, koordinasi peserta dan narasumber, serta pengawasan jalannya acara. Sementara itu, pada tahap pasca-event dilakukan dokumentasi, evaluasi, dan penyusunan laporan kegiatan sebagai bahan perbaikan pada kegiatan berikutnya. Keseluruhan proses tersebut menunjukkan adanya implementasi fungsi *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) dalam manajemen produksi event.

Penelitian terdahulu umumnya membahas pengaruh event terhadap citra perusahaan [1], [2], penerapan manajemen event dalam membangun citra perusahaan [3], serta implementasi fungsi POAC pada berbagai organisasi dan program [4], [5]. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji implementasi fungsi POAC dalam manajemen produksi event pada perusahaan media penyiaran serta kaitannya dengan upaya mendukung citra perusahaan masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada perusahaan komersial, *event organizer*, maupun organisasi non-media. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek penelitian, yaitu Divisi Event Nusantara TV sebagai perusahaan media penyiaran yang memanfaatkan event sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berfokus pada dua pertanyaan utama, yaitu bagaimana implementasi fungsi *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) dalam manajemen produksi event pada Divisi Event Nusantara TV serta bagaimana implementasi fungsi tersebut mendukung citra perusahaan. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan fungsi POAC dalam manajemen produksi event pada Divisi Event Nusantara TV dan menganalisis perannya dalam mendukung citra perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai manajemen event, komunikasi organisasi, dan komunikasi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan implementasi fungsi POAC dalam manajemen produksi event. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas pengelolaan event pada perusahaan media penyiaran.

Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi Divisi Event Nusantara TV dalam meningkatkan efektivitas penyelenggaraan event sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan. Melalui pengelolaan event yang lebih terstruktur dan optimal, perusahaan diharapkan mampu memperkuat hubungan dengan stakeholder, meningkatkan kepercayaan publik, serta membangun citra perusahaan yang positif. Untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan konsep *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) sebagai kerangka analisis utama. Keempat fungsi tersebut digunakan untuk mengkaji setiap tahapan penyelenggaraan event, mulai dari proses perencanaan, pengorganisasian sumber daya, pelaksanaan kegiatan, hingga pengawasan dan evaluasi pasca-event. Melalui

kerangka analisis tersebut, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam produksi event dapat mendukung keberhasilan penyelenggaraan kegiatan sekaligus berkontribusi terhadap pembentukan dan penguatan citra perusahaan. Berikut merupakan kerangka berpikir dari penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan pengalaman, perilaku, dan aktivitas yang diamati dalam suatu konteks tertentu [15]. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam implementasi manajemen produksi event berbasis *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling* (POAC) pada Divisi Event Nusantara TV. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam produksi event yang dilaksanakan oleh perusahaan.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan pengalaman langsung selama pelaksanaan kegiatan magang. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis implementasi fungsi-fungsi manajemen dalam produksi event serta kaitannya dengan upaya perusahaan dalam mendukung citra perusahaan.

Penelitian dilaksanakan di PT Nusantara Media Mandiri (Nusantara TV), khususnya pada Divisi Event, selama periode kegiatan magang yang berlangsung dari Januari 2026 hingga Mei 2026. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada keterlibatan langsung peneliti dalam berbagai kegiatan produksi event yang diselenggarakan perusahaan sehingga memungkinkan pengumpulan data yang relevan dengan fokus penelitian.

2.1. Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung selama pelaksanaan kegiatan magang pada Divisi Event Nusantara TV. Observasi dilakukan terhadap seluruh tahapan produksi event, mulai dari pra-event, pelaksanaan event, hingga pasca-event. Selain itu, data primer juga diperoleh melalui keterlibatan langsung peneliti dalam berbagai aktivitas produksi event, seperti pembuatan kebutuhan visual, koordinasi operasional acara, *liaison officer* (LO), *stage crew*, *timekeeper*, dokumentasi, dan penyusunan laporan kegiatan.

Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi dan studi pustaka. Dokumentasi meliputi rundown acara, materi visual, dokumentasi kegiatan, laporan event, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan penyelenggaraan event di Nusantara TV. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai jurnal ilmiah, artikel, dan penelitian terdahulu yang membahas manajemen event, fungsi POAC, serta citra perusahaan.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung proses manajemen produksi event yang dilakukan oleh Divisi Event Nusantara TV. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung terkait pelaksanaan kegiatan, sedangkan studi pustaka digunakan untuk memperkuat landasan teoritis dan mendukung proses analisis hasil penelitian.

2.3. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan [16]. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih dan mengelompokkan data yang relevan berdasarkan fungsi *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC). Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif untuk memudahkan proses analisis. Tahap terakhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh selama proses observasi dan dokumentasi.

Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan data hasil observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan berbagai referensi ilmiah yang relevan [17]. Teknik ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat keakuratan dan konsistensi yang memadai sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Gambaran Umum Nusantara TV dan Divisi Event

PT Nusantara Media Mandiri (Nusantara TV) merupakan perusahaan media penyiaran televisi nasional yang menyajikan berbagai program informasi, politik, hiburan, edukasi, dan kegiatan korporasi. Sebagai perusahaan media, Nusantara TV tidak hanya berfokus pada aktivitas penyiaran, tetapi juga aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan event sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan kepada publik dan *stakeholder*. Melalui penyelenggaraan event, perusahaan berupaya membangun hubungan yang lebih dekat dengan berbagai pihak, meningkatkan eksposur perusahaan, serta memperkuat citra sebagai media yang berfokus pada isu-isu strategis nasional. Berbagai kegiatan yang diselenggarakan juga menjadi sarana perusahaan dalam mempertemukan pemangku kepentingan dari berbagai sektor untuk berdiskusi dan berbagi informasi mengenai isu-isu yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Dalam mendukung kegiatan tersebut, Divisi Event memiliki peran penting dalam merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengevaluasi berbagai kegiatan perusahaan. Selama pelaksanaan magang, peneliti terlibat dalam beberapa kegiatan yang diselenggarakan oleh Nusantara TV, seperti *Nusantara Economic Outlook* (NEO), *Nusantara Sustainability Trend Forum* (NATURE), *Nusantara Sharia Economic Forum* (NUSHAF), *Nusantara Energy Forum* (NEF), serta berbagai kegiatan perusahaan lainnya. Keterlibatan peneliti meliputi penyusunan kebutuhan visual, pembuatan materi cetak, pembuatan konten promosi event, koordinasi operasional, *stage crew*, *liaison officer* (LO), dokumentasi, hingga penyusunan laporan kegiatan pasca-event. Melalui keterlibatan tersebut, peneliti memperoleh kesempatan untuk mengamati secara langsung proses manajemen produksi event yang diterapkan oleh Divisi Event Nusantara TV. Berdasarkan hasil observasi, seluruh proses produksi event telah menerapkan fungsi *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) sebagai dasar pengelolaan kegiatan sehingga pelaksanaan event dapat berjalan secara terstruktur, terkoordinasi, dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Berikut event yang diikuti peneliti selama penelitian:

Tabel 1. Event yang Diamati Selama Penelitian

No	Nama Event
1	Nusantara Economic Outlook (NEO) 2026
2	Nusantara Sustainability Trend Forum (NATURE) 2026
3	Nusantara Sharia Economic Forum (NUSHAF) 2026
4	Gerakan Ekonomi Kreatif Nasional (GEKRAFS) 2026
5	Pelepasan Tim “Mudik Yuk” 2026
6	Nusantara Media Fest (NMF) 2026
7	Nusantara Energy Forum (NEF) 2026
8	Kartini Leaders Fest (KLF) 2026

3.2. Implementasi Planning dalam Produksi Event

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan magang, tahap planning pada Divisi Event Nusantara TV dilakukan melalui berbagai aktivitas persiapan sebelum pelaksanaan event. Pada tahap ini, peneliti terlibat dalam pembuatan berbagai kebutuhan visual dan operasional kegiatan, seperti desain *signage*, stempel voucher, pencarian materi LED untuk kebutuhan *entertainment*, membantu tim media sosial dalam menyiapkan konten promosi event, serta melakukan pencetakan berbagai materi pendukung kegiatan. Selain itu, Divisi Event juga melakukan koordinasi antar tim terkait kebutuhan acara, penyusunan *rundown* acara, serta penentuan kebutuhan teknis yang diperlukan selama kegiatan berlangsung. Berdasarkan hasil observasi terhadap delapan event yang diikuti selama periode magang, seluruh kegiatan diawali dengan proses perencanaan yang mencakup penyusunan *rundown*, identifikasi kebutuhan visual, koordinasi dengan pihak terkait, serta persiapan berbagai kebutuhan operasional sebagai dasar pelaksanaan kegiatan.

Pelaksanaan tahap planning menunjukkan bahwa perencanaan tidak hanya berfokus pada penyusunan konsep acara, tetapi juga mencakup persiapan berbagai kebutuhan teknis dan operasional yang mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa planning merupakan proses penentuan tujuan dan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi [4]. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Widaharthana yang menjelaskan bahwa keberhasilan event dipengaruhi oleh proses perencanaan yang mencakup identifikasi kebutuhan, penyusunan program, dan persiapan sumber daya sebelum kegiatan dilaksanakan [10]. Berdasarkan temuan penelitian, proses *planning* yang dilakukan oleh Divisi Event Nusantara TV berperan penting dalam meminimalkan potensi hambatan selama pelaksanaan kegiatan karena sebagian besar kebutuhan acara telah dipersiapkan sejak tahap awal sehingga pelaksanaan event dapat berjalan lebih terarah dan terkoordinasi.

Selama tahap perencanaan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, di antaranya kondisi jaringan internet yang terkadang mengalami penurunan performa akibat tingginya penggunaan jaringan secara bersamaan oleh berbagai divisi yang sedang mempersiapkan kegiatan. Selain itu, perubahan informasi yang terjadi secara dinamis, seperti revisi desain, perubahan *rundown*, pergantian pemateri, maupun penyesuaian kebutuhan acara, menjadi tantangan tersendiri dalam proses persiapan event. Untuk mengatasi kendala tersebut, Divisi Event melakukan koordinasi dengan tim teknologi informasi (IT) terkait optimalisasi jaringan serta menerapkan pola kerja yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan kegiatan. Kemampuan beradaptasi menjadi faktor penting karena industri event memiliki karakteristik yang dinamis dan menuntut kesiapan dalam menghadapi perubahan yang dapat terjadi sewaktu-waktu. Temuan ini menunjukkan bahwa selain kemampuan teknis dalam menyusun perencanaan, fleksibilitas dan koordinasi yang baik juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan proses perencanaan event.

3.3. Implementasi Organizing dalam Produksi Event

Tahap *organizing* pada Divisi Event Nusantara TV dilakukan melalui pembagian tugas dan tanggung jawab kepada setiap anggota tim sesuai kebutuhan kegiatan. Berdasarkan hasil observasi, pembagian tugas meliputi berbagai fungsi operasional seperti *liaison officer* (LO), *stage crew*, dokumentasi, *timekeeper*, distribusi perangkat komunikasi (*handy talky*/HT), cameramen, hingga *master control room*. Serta melakukan koordinasi dengan vendor dan stakeholder yang terlibat dalam kegiatan.

Peneliti terlibat dalam beberapa fungsi tersebut, antara lain membantu distribusi HT kepada panitia dan pihak terkait guna mendukung kelancaran komunikasi selama kegiatan berlangsung, bertugas sebagai liaison officer (LO) bagi tim penampil atau penari, serta menjalankan peran sebagai timekeeper untuk memastikan seluruh rangkaian acara berjalan sesuai jadwal yang telah ditentukan. Pembagian tugas yang jelas membantu meningkatkan efektivitas koordinasi dan meminimalkan potensi kesalahan selama pelaksanaan event.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa *organizing* merupakan proses pengelolaan sumber daya dan pembagian tugas untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi [4]. Selain itu, penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa koordinasi internal dan eksternal menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan penyelenggaraan event [13]. Dengan adanya pengorganisasian yang baik, Divisi Event Nusantara TV mampu menciptakan alur kerja yang lebih efektif serta mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan.

3.4. Implementasi Actuating dalam Produksi Event

Tahap *actuating* merupakan proses pelaksanaan seluruh rencana yang telah disusun pada tahap sebelumnya. Berdasarkan hasil observasi, pelaksanaan event dilakukan melalui koordinasi aktif antar anggota tim, pengelolaan operasional acara, pendampingan tamu, penampil, dan narasumber, distribusi perlengkapan kegiatan, serta monitoring jalannya acara sesuai rundown yang telah ditetapkan.

Dalam pelaksanaan kegiatan, peneliti terlibat secara langsung sebagai *timekeeper*, *liaison officer* (LO), serta membantu kebutuhan operasional event. Peran tersebut menuntut kemampuan komunikasi dan koordinasi yang baik karena setiap perubahan yang terjadi selama kegiatan harus segera disampaikan kepada pihak terkait. Salah satu bentuk koordinasi yang dilakukan adalah penyampaian perubahan informasi kepada pembawa acara (MC) melalui matador agar jalannya acara tetap sesuai dengan kondisi terbaru di lapangan.

Kendala yang sering muncul pada tahap pelaksanaan antara lain perubahan jadwal kedatangan pemateri, perubahan susunan pemberi plakat, perubahan alur kegiatan, serta kendala teknis pada perangkat komunikasi HT. Untuk mengatasi kendala tersebut, Divisi Event menerapkan koordinasi yang cepat dan intensif antar anggota tim. Selain itu, disiapkan perangkat HT cadangan sebagai langkah antisipasi apabila terjadi gangguan pada perangkat yang digunakan selama kegiatan berlangsung.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pelaksanaan event sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi secara dinamis. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rabbani, yang menyatakan bahwa komunikasi, koordinasi, dan pengelolaan waktu menjadi faktor penting dalam keberhasilan suatu event [13]. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan penelitian Dasalinda dan Chairunnisa, yang menjelaskan bahwa *actuating* merupakan proses mengubah rencana menjadi tindakan nyata untuk mencapai tujuan organisasi [4].

3.5. Implementasi Controlling dalam Produksi Event

Fungsi *controlling* pada Divisi Event Nusantara TV dilakukan melalui monitoring pelaksanaan kegiatan, evaluasi hasil kerja, dokumentasi, serta penyusunan laporan pasca-event. Setelah kegiatan selesai, tim melakukan evaluasi terhadap efektivitas pelaksanaan acara, koordinasi tim, kesesuaian *rundown*, serta pencapaian tujuan kegiatan.

Pada tahap pasca-event, peneliti terlibat dalam proses dokumentasi kebutuhan laporan dengan melakukan capture berbagai materi cetak yang digunakan selama kegiatan berlangsung, seperti *signage*, *backdrop*, *wall of fame* dan materi pendukung lainnya. Dokumentasi tersebut kemudian digunakan sebagai bahan penyusunan laporan kegiatan yang menjadi bagian dari evaluasi pasca-event.

Kendala yang ditemukan pada tahap ini adalah proses pembongkaran dan perapihan venue yang sering dilakukan segera setelah acara selesai sehingga waktu untuk melakukan dokumentasi menjadi sangat terbatas. Untuk mengatasi kondisi tersebut, peneliti memprioritaskan proses capture dokumentasi sebelum melakukan aktivitas lainnya, termasuk pengumpulan perangkat HT. Langkah tersebut dilakukan untuk memastikan seluruh kebutuhan dokumentasi dapat diperoleh sebelum materi dan perlengkapan acara dibongkar.

Temuan ini menunjukkan bahwa *controlling* tidak hanya berfungsi sebagai proses pengawasan, tetapi juga sebagai upaya evaluasi dan dokumentasi yang mendukung peningkatan kualitas penyelenggaraan event di masa mendatang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Shabrina dan Wibowo yang menyatakan bahwa pengawasan dan evaluasi merupakan bagian penting dalam manajemen event karena dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan dan mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki [7].

Tabel 2. Implementasi POAC pada Produksi Event Nusantara TV

Fungsi POAC	Implementasi
Planning	Pembuatan signage, stempel voucher, pencarian materi LED, persiapan konten media sosial, pencetakan materi pendukung (Rundown, Seating Arrangement, dll), penyusunan kebutuhan acara dan persiapan teknis
Organizing	Pembagian tugas seperti LO, <i>stage crew</i> , <i>master control room</i> , <i>timekeeper</i> , dokumentasi, distribusi HT, serta koordinasi dengan vendor dan <i>stakeholder</i>
Actuating	Pelaksanaan rundown acara, pendampingan (tamu, penampil, dan narasumber), koordinasi lapangan, distribusi perlengkapan, dan monitoring jalannya acara
Controlling	Dokumentasi kegiatan, evaluasi pelaksanaan event, monitoring kesesuaian rundown, serta penyusunan laporan pasca-event

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa implementasi fungsi *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling* (POAC) diterapkan secara berkesinambungan pada setiap tahapan penyelenggaraan event di Nusantara TV. Fungsi *planning* terlihat melalui berbagai kegiatan persiapan seperti penyusunan kebutuhan acara, pembuatan materi pendukung, dan persiapan teknis. Selanjutnya, fungsi *organizing* diwujudkan melalui pembagian tugas dan koordinasi antar pihak yang terlibat dalam kegiatan. Pada tahap pelaksanaan, fungsi *actuating* berperan dalam memastikan seluruh rangkaian acara berjalan sesuai dengan *rundown* yang telah ditetapkan, sedangkan fungsi *controlling* dilakukan melalui monitoring, dokumentasi, evaluasi, dan penyusunan laporan pasca-event. Temuan tersebut menunjukkan bahwa setiap fungsi POAC memiliki keterkaitan dan saling mendukung dalam menjaga efektivitas penyelenggaraan event sehingga tujuan kegiatan dapat tercapai secara optimal.

Tabel 3. Kendala dan Solusi dalam Produksi Event Nusantara TV

Tahap	Kendala	Solusi
Pre-Event	Jaringan internet kurang stabil akibat tingginya penggunaan jaringan	Koordinasi dengan tim IT untuk optimalisasi jaringan
Pre-Event	Perubahan desain, rundown, pemateri, dan kebutuhan acara	Meningkatkan fleksibilitas kerja dan koordinasi antar tim
Event	Perubahan jadwal pemateri dan susunan acara	Penyampaian informasi secara cepat kepada MC dan tim melalui matador atau LO MC
Tahap	Kendala	Solusi
Event	Gangguan perangkat HT	Menyediakan HT cadangan untuk mengantisipasi gangguan teknis
Pasca Event	Waktu dokumentasi terbatas karena venue segera dibongkar	Memprioritaskan dokumentasi sebelum proses pembongkaran venue

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa proses penyelenggaraan event di Nusantara TV tidak terlepas dari berbagai kendala yang muncul pada tahap pra-event, pelaksanaan event, maupun pasca-event. Kendala tersebut meliputi aspek teknis, perubahan kebutuhan kegiatan, hingga keterbatasan waktu dokumentasi. Meskipun demikian, Divisi Event mampu melakukan penyesuaian dan penyelesaian masalah melalui koordinasi yang baik, komunikasi yang efektif, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan yang terjadi selama kegiatan berlangsung. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan event tidak hanya ditentukan oleh perencanaan yang matang, tetapi juga oleh kemampuan tim dalam merespons berbagai situasi yang muncul secara cepat dan tepat.

3.6. Implementasi POAC dalam Mendukung Citra Perusahaan

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan magang, Nusantara TV secara konsisten memanfaatkan event sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan untuk membangun dan memperkuat citra perusahaan. Selama periode magang, peneliti terlibat dalam delapan kegiatan event yang diselenggarakan oleh perusahaan. Melalui berbagai kegiatan tersebut, terlihat bahwa event tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas operasional perusahaan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang mempertemukan perusahaan dengan stakeholder, mitra kerja, tokoh publik, pelaku industri, dan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa event menjadi media yang efektif untuk memperluas jaringan relasi sekaligus meningkatkan visibilitas perusahaan kepada publik.

Sebagai perusahaan media penyiaran yang relatif lebih baru dibandingkan beberapa stasiun televisi nasional lainnya, Nusantara TV memiliki kebutuhan untuk terus meningkatkan eksistensi dan memperkuat citra perusahaan di tengah persaingan industri media. Berbagai event yang diselenggarakan perusahaan menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan eksposur perusahaan, memperluas jaringan kerja sama, penguatan positioning perusahaan, serta membangun kepercayaan publik terhadap perusahaan. Data company profile Nusantara TV menunjukkan bahwa perusahaan telah menyelenggarakan lebih dari 20 *event conference* dan 10 *event entertainment* dengan total audiens mencapai sekitar 30.000 peserta pada periode 2024 hingga kuartal kedua tahun 2025 [14]. Capaian tersebut menunjukkan bahwa event telah menjadi salah satu instrumen komunikasi perusahaan yang menjangkau publik secara luas.

Karakteristik event yang diselenggarakan Nusantara TV juga menunjukkan kesesuaian dengan identitas perusahaan sebagai media yang berfokus pada isu nasional, pemerintahan, ekonomi, dan kebijakan publik. Hal ini terlihat dari berbagai kegiatan seperti *Nusantara Economic Outlook* (NEO), *Nusantara Sustainability Trend Forum* (NATURE), *Nusantara Sharia Economic Forum* (NUSHAF), *Nusantara Energy Forum* (NEF), *Nusantara Media Fest* (NMF), serta berbagai forum strategis lainnya yang menghadirkan pejabat pemerintah, akademisi, pelaku industri, dan *stakeholder* strategis. Konsistensi penyelenggaraan event dengan tema-tema strategis tersebut secara tidak langsung memperkuat positioning Nusantara TV sebagai media yang aktif mendukung diskusi publik dan pembangunan nasional. Upaya peningkatan eksposur perusahaan melalui event juga terlihat pada penyelenggaraan Nusantara Media Fest yang menggandeng serta mempertemukan berbagai perusahaan media seperti BTV, TVRI, Kompas TV, Garuda TV, TVONE, Metro TV, SCTV melalui kegiatan Uji Kompetensi Wartawan (UKW), Forum Diskusi, dan turnamen tenis meja antarmedia. Kegiatan tersebut tidak hanya memberikan manfaat bagi peserta, tetapi juga meningkatkan eksposur Nusantara TV di kalangan industri media sekaligus memperkuat hubungan antar lembaga penyiaran.

Selain meningkatkan eksposur perusahaan, penyelenggaraan event juga berkontribusi terhadap pembentukan citra perusahaan melalui berbagai bentuk kolaborasi dan kemitraan strategis. Berdasarkan hasil observasi, hampir setiap event yang diselenggarakan melibatkan sponsor maupun mitra kerja dari berbagai sektor. Pada kegiatan Posko Mudik Nusantara TV, misalnya, perusahaan bekerja sama dengan Wuling Motors dalam penyediaan fasilitas pelayanan bagi pemudik. Pada *Nusantara Media Fest*, perusahaan memperoleh dukungan dari berbagai sponsor seperti Sei Indonesia dan sejumlah mitra lainnya yang berpartisipasi dalam penyelenggaraan kegiatan. Sementara itu, pada *Kartini Leaders Fest*, Nusantara TV melibatkan berbagai pelaku UMKM melalui penyediaan booth usaha dan program voucher bagi peserta. Tingginya partisipasi sponsor dan mitra kerja menunjukkan adanya tingkat kepercayaan yang baik terhadap Nusantara TV sebagai penyelenggara event, sehingga secara tidak langsung turut memperkuat citra perusahaan di mata *stakeholder*.



Gambar 2. Partnership Pada Event Nusantara Media Fest 2026

Selain itu, perusahaan juga berupaya memberikan pengalaman terbaik kepada seluruh peserta kegiatan, baik tamu undangan, narasumber, *stakeholder*, maupun peserta umum. Kualitas pelayanan yang baik selama penyelenggaraan event berpotensi meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan serta memperkuat hubungan dengan *stakeholder*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ramadhan dan El Adawiyah yang menunjukkan bahwa penyelenggaraan *special event* memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan karena mampu membangun hubungan yang baik antara organisasi dan publik [12]. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Rabbani yang menyatakan bahwa event merupakan media komunikasi yang efektif karena mampu memberikan pengalaman langsung kepada peserta serta meningkatkan *awareness* terhadap organisasi penyelenggara [13]. Selain itu, Yusa, Utami, Suwandi, dan Rohmawati menjelaskan bahwa berbagai aktivitas komunikasi yang dilakukan secara konsisten dapat memperkuat citra organisasi di mata publik [6].

Dengan demikian, implementasi fungsi *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) dalam manajemen produksi event tidak hanya mendukung keberhasilan penyelenggaraan kegiatan, tetapi juga berkontribusi terhadap pembentukan citra positif Nusantara TV melalui peningkatan eksposur perusahaan, penguatan hubungan *stakeholder*, perluasan kerja sama dengan berbagai mitra strategis, peningkatan kepercayaan publik, serta penguatan identitas perusahaan sebagai media yang aktif mendukung berbagai isu strategis nasional.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Divisi Event Nusantara TV telah menerapkan fungsi *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) secara sistematis dalam manajemen produksi event. Implementasi fungsi tersebut terlihat pada seluruh tahapan penyelenggaraan event, mulai dari pra-event, pelaksanaan event, hingga pasca-event. Pada tahap *planning*, kegiatan difokuskan pada penyusunan kebutuhan acara, pembuatan materi visual dan operasional, koordinasi antar divisi, serta persiapan teknis kegiatan. Pada tahap *organizing*, dilakukan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas kepada setiap anggota tim sesuai kebutuhan event. Selanjutnya, tahap *actuating* diwujudkan melalui pelaksanaan operasional kegiatan, koordinasi lapangan, pendampingan tamu dan narasumber, serta penyesuaian terhadap berbagai perubahan yang terjadi selama acara berlangsung. Adapun tahap *controlling* dilakukan melalui monitoring pelaksanaan kegiatan, dokumentasi, evaluasi, dan penyusunan laporan pasca-event sebagai bahan perbaikan kegiatan berikutnya. Hasil observasi terhadap delapan event yang diikuti selama periode magang menunjukkan bahwa penerapan fungsi POAC mampu mendukung kelancaran penyelenggaraan kegiatan meskipun terdapat berbagai kendala, seperti perubahan *rundown*, pergantian narasumber, gangguan perangkat komunikasi, hingga keterbatasan waktu dokumentasi pasca-event. Kendala tersebut dapat diatasi melalui koordinasi yang baik, komunikasi yang efektif, penyediaan alternatif solusi, serta kemampuan adaptasi tim terhadap perubahan yang terjadi secara dinamis. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan event tidak hanya ditentukan oleh perencanaan yang matang, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam merespons berbagai situasi yang muncul selama kegiatan berlangsung. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa implementasi POAC berperan dalam mendukung citra perusahaan. Melalui penyelenggaraan berbagai event strategis yang melibatkan *stakeholder*, tokoh publik, akademisi, pelaku industri, sponsor, dan masyarakat, Nusantara TV mampu meningkatkan eksposur perusahaan, memperluas jaringan kerja sama, memperkuat hubungan dengan *stakeholder*, serta meningkatkan kepercayaan publik. Konsistensi penyelenggaraan event yang berfokus pada isu nasional, ekonomi, energi, keberlanjutan, dan pembangunan turut memperkuat *positioning* Nusantara TV sebagai media yang aktif mendukung diskusi publik dan pembangunan nasional. Dengan demikian, event tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan operasional perusahaan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi strategis yang berkontribusi terhadap pembentukan citra positif perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian, Divisi Event Nusantara TV disarankan untuk terus meningkatkan

efektivitas koordinasi internal, memperkuat dukungan infrastruktur kerja khususnya jaringan internet dan perangkat komunikasi, serta mengoptimalkan sistem dokumentasi dan evaluasi kegiatan. Selain itu, peningkatan kerja sama dengan berbagai mitra strategis dan *stakeholder* perlu terus dikembangkan untuk memperluas eksposur perusahaan melalui penyelenggaraan event. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur pengaruh penyelenggaraan event terhadap citra perusahaan secara lebih mendalam dan terukur.

Referensi

- [1] F. I. Agusta and G. F. Prisanto, "Pengaruh Program Event Bekas Jadi Berkah terhadap Citra Perusahaan OLX Indonesia," *Prosiding Hubungan Masyarakat*, vol. 7, no. 1, pp. 364–374, 2021.
- [2] Z. F. Nurhadi, U. Salamah, and T. Yunira, "Citra Perusahaan Melalui Event Euro Futsal Championship 2023 PT. Djarum," *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, vol. 10, no. 2, 2024, doi: [10.52434/jk.v10i2.4001](https://doi.org/10.52434/jk.v10i2.4001).
- [3] I. Meilina and T. Patrianti, "Event Management PT Neo Expo Promosindo Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Event IFBC 2022)," *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, vol. 2, no. 2, pp. 43–50, 2023.
- [4] D. Dasalinda and D. Chairunnisa, "Penerapan Fungsi Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling) dalam Layanan Bimbingan dan Konseling di Sekolah," *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, vol. 9, no. 1, pp. 357–364, 2024, doi: [10.51169/ideguru.v9i1.840](https://doi.org/10.51169/ideguru.v9i1.840).
- [5] D. W. Pratiwi and C. Fajri, "Manajemen Komunikasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) 'Rembuk Stunting' The Park Mall Solo," *Perspektif Komunikasi*, vol. 9, no. 1, pp. 57–72, 2025, doi: [10.24853/pk.9.1.57-72](https://doi.org/10.24853/pk.9.1.57-72).
- [6] V. D. Yusa, R. R. Utami, Suwandi, and Rohmawati, "Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Brand Image pada Produk Madame Gie," *Derivatif: Jurnal Manajemen*, vol. 17, no. 2, pp. 301–310, 2023, doi: [10.24127/jm.v17i2.1814](https://doi.org/10.24127/jm.v17i2.1814).
- [7] F. Shabrina and R. Wibowo, "Analisis Penerapan Fungsi Manajemen POAC dalam Pelaksanaan Acara EPHICS 2.0," *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, vol. 3, no. 2, 2024, doi: [10.56910/nawasena.v3i2.1652](https://doi.org/10.56910/nawasena.v3i2.1652).
- [8] S. Syuhri, "Implementasi POAC Pada Organisasi Koperasi Dalam Mencapai Tujuan Koperasi (Studi Pada Koperasi BMT Masalah Jawa Timur)," *Innovative: Journal of Social Science Research*, vol. 1, no. 2, pp. 113–124, 2021, doi: [10.31004/innovative.v1i1.14182](https://doi.org/10.31004/innovative.v1i1.14182).
- [9] A. Yolanda and R. Manogari, "Penyelenggaraan Event BRI Run Dalam Membangun Citra PT. Bank Rakyat Indonesia," *Cyber PR*, vol. 1, no. 1, pp. 1–18, 2021, doi: [10.32509/cyberpr.v1i1.1413](https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1413).
- [10] I. P. E. Widharthana, "Faktor-Faktor Keberhasilan Manajemen Event dalam Penyelenggaraan Wedding oleh Glow Wedding and Event Planner," *Journal of Event and Communication*, vol. 4, no. 1, pp. 1–12, 2025, doi: [10.52352/jecom.v4i1.2324](https://doi.org/10.52352/jecom.v4i1.2324).
- [11] A. H. Jaya, "Manajemen Event sebagai Strategi Komunikasi Organisasi," *Makreju*, vol. 1, no. 2, 2023, doi: [10.55606/makreju.v1i2.1345](https://doi.org/10.55606/makreju.v1i2.1345).
- [12] R. Ramadhan and S. El Adawiyah, "Pengaruh Special Event Jakarta Sneakers Day Terhadap Citra PT. Infia Pariwara Nusantara (Studi Pada Pengunjung Event Jakarta Sneakers Day 2023)," *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, vol. 2, no. 1, pp. 250–264, 2024, doi: [10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.898](https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.898).
- [13] A. Rabbani, "Event Sebagai Komunikasi Pemasaran untuk Mempromosikan Merek Lokal (Studi Kasus pada Basha Market)," *The Commercium*, vol. 4, no. 2, pp. 183–193, 2021, doi: [10.26740/tc.v4i2.41886](https://doi.org/10.26740/tc.v4i2.41886).
- [14] PT Nusantara Media Mandiri, "Company Profile Nusantara TV," Nusantara TV, Jakarta, Indonesia, 2025. [Online]. Available: <https://www.nusantaratv.com>
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- [16] M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. Thousand Oaks, CA, USA: SAGE Publications, 2020.
- [17] J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 6th ed. Thousand Oaks, CA, USA: SAGE Publications, 2023.