E-ISSN: 3025-0994
Halaman 392-399
Volume 4 Nomor 2 Tahun 2026

Komunikasi Panitia *Event Pegadaian Innovation Award* Oleh Pt Hitam Putih Inovatif (Monokrom *Event Organizer)*

Alika Azhari Balqis[1], Muhammad Aviandido Ibrahim[2], Soraya Latifa Arief[3], Rahmi Fadhella[4], Aulia Restu Ariyanto Putri [5]

[1,2,3,4,5] Program Studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran Kampus Kabupaten Demak, Politeknik Negeri Jakarta
e-mail: alika.azhari.balqis.an22@mhsw.pnj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses komunikasi panitia dalam penyelenggaraan event Pegadaian *Innovation Award* oleh PT Hitam Putih Inovatif (Monokrom *Event Organizer)* sebagai organizer acara. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif kualitatif dengan cara mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen. Komunikasi merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan suatu event, khususnya dalam koordinasi antar divisi yang terlibat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi berlangsung dalam tiga tahap perencanaan acara yaitu *pre event, during event,* dan *post event* yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Pada tahap pre event komunikasi telah berjalan sistematis menggunakan media digital dan mengalami kendala informasi dari pihak klien. Pada tahap during event komunikasi menjadi lebih intens dan responsif dari dua belah pihak dan mengalami kendala overload informasi dan ketidakkonsistenan pesan. Pada tahap post event komunikasi belum dilakukan secara optimal sebagai sarana evaluasi dan pembelajaran organisasi. Kendala utama yang dihadapi adalah miskomunikasi, perbedaan perspsi, dan perubahan keputusan yang tidak terkoordinasi. Cara menangani kendala tersebut adalah dilakukan konfirmasi ulang, penggunaan dokumentasi rapat, dan peningkatan intensitas komunikasi. Secara keseluruhan, komunikasi panitia dinilai sudah cukup efektif secara operasional tetapi belum optimal secara sistematis.

Kata kunci: Event Manajemen, Komunikasi, Koordinasi, MICE, Event Organizer.

Abstract

This study aims to analyze the communication process among the organizing committee in the Pegadaian Innovation Award event conducted by PT Hitam Putih Inovatif (Monokrom Event Organizer) as the event organizer. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. Communication is a key factor in the success of an event,

particularly in coordinating the divisions involved. The results show that communication occurs in three stages of event planning, namely pre-event, during-event, and post-event, covering both internal and external communication. In the pre-event stage, communication was conducted systematically using digital media but faced challenges due to delays in information from the client. During the event stage, communication became more intensive and responsive between both parties, although issues such as information overload and message inconsistency were identified. In the post-event stage, communication was not carried out optimally as a means of evaluation and organizational learning. The main challenges encountered include miscommunication, differences in perception, and uncoordinated changes in decisions. Efforts to address these issues involved reconfirmation, the use of meeting documentation, and increased communication intensity. Overall, the committee's communication was considered operationally effective but not yet optimal in a systematic.

Keywords : Event Manegement, Communication, Coordination, MICE, Event Organizer

LATAR BELAKANG

Corporate event berperan penting sebagai sarana komunikasi ganda: eksternal untuk membangun reputasi perusahaan di mata publik, dan internal untuk mempererat hubungan antarindividu dalam organisasi. *Corporate event* bukan hanya sekadar kegiatan seremonial, melainkan instrumen strategis untuk mencapai efektivitas komunikasi organisasi sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang. Kegiatan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi, loyalitas, dan kinerja karyawan.

Getz (2005) menjelaskan bahwa event merupakan fenomena sosial yang melibatkan pertemuan orang dalam rangka merayakan, memperingati, atau mencapai tujuan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa event memiliki fungsi lebih dari sekadar hiburan, tetapi juga wadah interaksi sosial dan komunikasi. Dalam perkembangannya, fungsi event tidak lagi terbatas pada hiburan atau perayaan semata, melainkan juga menjadi bagian penting dari strategi bisnis modern. Goldblatt (2011) menekankan bahwa manajemen event adalah seni dan ilmu untuk menciptakan pengalaman yang bermakna, baik bagi penyelenggara maupun peserta, sehingga event dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi. Salah satu bentuk nyata adalah corporate event, yaitu acara yang dirancang oleh perusahaan atau organisasi untuk mendukung kepentingan bisnis, memperkuat citra, serta meningkatkan loyalitas stakeholder internal maupun eksternal.

Salah satu bentuk corporate event yang mengedepankan komunikasi internal adalah Pegadaian *Innovation Award* 2025 (PIA), sebuah ajang kompetisi inovasi internal yang memberikan kesempatan kepada seluruh karyawan perjanjian kerja waktu tidak tertentu (PKWTT), karyawan perjanjian kerja waktu tertentu (PKWT), dan *outsourcing* untuk dapat berkontribusi kepada perusahaan, melalui penyaluran ide inovasi yang kreatif dan dapat diterapkan, baik yang baru saja dibuat maupun perbaikan atau

peningkatan kualitas pada setiap level unit kerja perusahaan. Program ini tidak hanya berguna sebagai media apresiasi, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk memotivasi karyawan dalam menghasilkan ide – ide kreatif yang implementatif. Penyelenggaraan Pegadaian Innovation Award 2025 (PIA) dikelola oleh sebuah event organizer yaitu PT Hitam Putih Inovatif (Monokrom *Event Organizer)* yang bertugas untuk merencanakan dan mempersiapkan segala kebutuhan untuk jalannya acara.

Dalam perencanaan kegiatan atau event tersebut, komunikasi menjadi elemen penting dalam keberhasilan suatu *event*, terutama dalam koordinasi panitia dan hubungan dengan stakeholder. Komunikasi yang efektif mampu memastikan bahwa setiap bagian dalam organisasi bekerja secara selaras untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Fajar, 2022). *Event* ini memerlukan koordinasi yang kompleks antara berbagai pihak, sehingga komunikasi menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pelaksanaannya. Tanpa komunikasi yang efektif, potensi terjadinya miskomunikasi, keterlambatan, dan ketidaksesuaian konsep akan semakin tinggi (Resdia Dewidianto, 2024).

Dalam pelaksanaannya, komunikasi organisasi terbagi menjadi komunikasi internal dan eksternal yang keduanya memiliki peran strategis dalam keberhasilan *event*. Komunikasi internal berfungsi untuk menjaga koordinasi, sinkronisasi tugas antar panitia, serta alur informasi antar divisi dalam tim penyelenggara atau organizer. Kualitas komunikasi internal panitia sangat mempengaruhi keberhasilan dan kualitas dari sebuah event sejalan dengan pendapat Nurlailiyah (2025) yang menyatakan Kualitas komunikasi internal yang baik dapat meningkatkan komitmen organisasi serta meminimalisir konflik kerja. Sementara itu, komunikasi eksternal berperan dalam menjalin hubungan dengan klien, vendor, dan pihak terkait lainnya. Komunikasi eksternal yang efektif akan memperkuat citra perusahaan di mata klien dan mendukung keberhasilan penyelenggaraan *event* (Prischella, 2024).

Sejalan dengan hal tersebut, dalam penyelenggaraan *event* diperlukan perencanaan dan koordinasi yang matang antar tim agar seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Setiap divisi dalam *event organizer* memiliki peran dan tanggung jawab yang saling berkaitan, sehingga komunikasi yang efektif menjadi kunci utama dalam menghindari kesalahan dan keterlambatan kerja. Kurangnya komunikasi yang baik dapat menyebabkan ketidaksesuaian dalam pelaksanaan *event* serta menurunkan kualitas hasil kegiatan. Oleh karena itu, diperlukan sistem komunikasi yang terstruktur agar setiap informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan tepat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan suatu *event* (Resdia Dewidianto, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses komunikasi organizer dalam penyelenggaraan *event* Pegadaian Innovation Award 2025 serta kendala yang terjadi selama proses komunikasi dan upaya yang dilakukan untuk mengatasinya. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan peran dalam memajukan ilmu komunikasi organisasi, terutama di sektor industri penyelenggara acara.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam proses komunikasi yang terjadi dalam penyelenggaraan *event*. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena aktual mengenai komunikasi selama perencanaan sebuah *corporate event* secara komprehensif. Selain itu, pendekatan ini juga relevan untuk menganalisis dinamika komunikasi organisasi dalam konteks *event organizer*. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih detail terkait interaksi antar panitia dalam *event* (Sugiyono, 2013).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan pada saat proses perencanaan *event* berlangsung sehingga peneliti memahami langsung alur komunikasi yang terjadi, wawancara dilakukan kepada tim penyelenggara *event*, dan studi dokumentasi terhadap data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian. Teknik ini dinilai efektif dalam memperoleh data yang akurat dan relevan (Uceo, 2016). Data yang didapatkan dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang melalui reduksi data atau proses pemilihan informasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi panitia dalam penyelenggaraan *Pegadaian Innovation Award 2025* dilakukan dalam tiga tahapan utama, yaitu *pre-event*, *during-event*, dan *post-event*, baik dari sisi komunikasi internal maupun eksternal. Analisis ini dikaitkan dengan teori komunikasi organisasi dan komunikasi interaktif untuk menilai efektivitas interaksi antar pihak. Selain itu, pembahasan ini juga membahas bagaimana alur komunikasi terbentuk dan berkembang selama proses penyelenggaraan *event*, serta bagaimana alur tersebut mempengaruhi koordinasi dan pengambilan keputusan.

Pada tahap *pre-event*, komunikasi internal telah berjalan cukup sistematis melalui penggunaan media digital seperti *group chat* dan *online Meeting* serta didukung dengan dokumentasi *Minutes of Meeting* (MoM). Komunikasi ini dilakukan untuk terus memantau perkembangan kinerja tim serta memastikan kesiapan setiap divisi dalam menjalankan tugasnya. Hal ini menunjukkan bahwa organizer telah menerapkan prinsip komunikasi organisasi yang menekankan pentingnya koordinasi dan sinkronisasi antar anggota tim dalam mencapai tujuan bersama (Sutrisno, 2018). Namun demikian, efektivitas komunikasi internal masih menghadapi kendala, khususnya terkait keterlambatan penyampaian informasi. Keterlambatan ini terjadi karena alur komunikasi sangat bergantung pada keputusan pihak klien, sehingga setiap perubahan harus menunggu persetujuan terlebih dahulu sebelum disampaikan kepada tim. Kondisi ini menunjukkan adanya hambatan komunikasi yang bersifat struktural, di mana aliran informasi tidak berjalan secara simultan dan fleksibel (Rahmawati, 2017).

Ditinjau dari alur komunikasi, pada tahap *pre-event* pola komunikasi dimulai dari klien sebagai sumber utama informasi yang kemudian disampaikan kepada *Project Manager*, diteruskan kepada koordinator divisi, dan akhirnya kepada tim pelaksana. Pola

ini menunjukkan komunikasi vertikal yang bersifat *top-down*, sehingga membatasi partisipasi aktif dari tim pelaksana dalam memberikan masukan. Menurut Fajar (2022), komunikasi internal yang efektif seharusnya memungkinkan adanya arus informasi dua arah agar setiap anggota organisasi dapat memberikan respon yang konstruktif terhadap perencanaan kegiatan. Ketidakseimbangan alur komunikasi ini menyebabkan proses koordinasi menjadi kurang adaptif terhadap perubahan yang terjadi secara dinamis.

Dari sisi komunikasi eksternal pada tahap *pre-event*, terlihat adanya dominasi pihak klien dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan. Berdasarkan teori komunikasi interaktif, komunikasi yang efektif seharusnya melibatkan pertukaran informasi secara dua arah dengan adanya umpan balik aktif antara kedua pihak (Kusoy Alawi, 2023). Namun, dalam praktiknya komunikasi eksternal masih cenderung satu arah, sehingga menyebabkan informasi sering mengalami perubahan tanpa adanya klarifikasi yang memadai. Hal ini berdampak pada munculnya perbedaan persepsi antara pihak organizer dan klien, serta meningkatkan potensi miskomunikasi dalam tahap perencanaan.

Memasuki tahap *during-event*, komunikasi internal menunjukkan peningkatan yang signifikan dari segi intensitas dan responsivitas. Komunikasi dilakukan secara *real-time* untuk memastikan setiap aspek operasional berjalan sesuai dengan rencana. Pada tahap ini, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat koordinasi, tetapi juga sebagai mekanisme pengendalian operasional di lapangan. Hal ini sejalan dengan pendapat Sutrisno (2018) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kinerja tim melalui koordinasi yang tepat dan respons yang cepat terhadap perubahan situasi. Namun, intensitas komunikasi yang tinggi juga memunculkan tantangan baru, yaitu terjadinya *information overload*. Banyaknya informasi yang diterima dalam waktu yang bersamaan menyebabkan tim kesulitan dalam memfilter informasi yang relevan, sehingga berpotensi menurunkan efektivitas komunikasi (Hidayat, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh frekuensi komunikasi, tetapi juga oleh kualitas dan kejelasan informasi yang disampaikan.

Dari perspektif alur komunikasi, pada tahap *during-event* terjadi perubahan pola komunikasi menjadi lebih horizontal dan interaktif. Komunikasi berlangsung secara timbal balik antara tim pelaksana, koordinator, *Project Manager*, dan klien. Menurut Resdia Dewidianto (2024), komunikasi dalam organizer pada tahap pelaksanaan bersifat dinamis dan membutuhkan koordinasi lintas divisi yang cepat dan fleksibel. Meskipun demikian, alur komunikasi yang terlalu terbuka tanpa adanya sistem pengendalian yang jelas dapat menyebabkan terjadinya distorsi informasi, terutama ketika terdapat perubahan keputusan yang mendadak dari pihak klien.

Komunikasi eksternal pada tahap ini mulai menunjukkan karakter interaktif melalui adanya koordinasi langsung dan respons cepat antar pihak. Namun, komunikasi tersebut belum sepenuhnya stabil karena masih terdapat ketidakkonsistenan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun komunikasi sudah bersifat dua arah, tetapi belum mencapai tingkat efektivitas yang optimal karena belum didukung oleh sistem komunikasi yang terstruktur dan terstandarisasi.

Pada tahap *post-event*, komunikasi internal belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana evaluasi dan pembelajaran organisasi. Evaluasi yang dilakukan masih bersifat terbatas dan belum terstruktur secara sistematis. Padahal, dalam konteks komunikasi organisasi, tahap evaluasi merupakan bagian penting dalam menciptakan proses pembelajaran yang berkelanjutan (Sutrisno, 2018).

Ditinjau dari alur komunikasi, tahap *post-event* hanya melibatkan komunikasi internal tanpa adanya keterlibatan aktif dari pihak klien. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak membentuk siklus umpan balik (*feedback loop*) yang utuh. Menurut Nurlailiyah (2025), komunikasi internal yang berkelanjutan dapat meningkatkan komitmen organisasi, namun tanpa dukungan komunikasi eksternal yang berkesinambungan, proses evaluasi menjadi kurang komprehensif dan tidak mampu menghasilkan perbaikan yang optimal.

Dalam keseluruhan proses penyelenggaraan *event*, komunikasi interaktif belum diterapkan secara konsisten pada setiap tahapan. Pada tahap *pre-event*, komunikasi masih bersifat satu arah; pada tahap *during-event*, komunikasi mulai interaktif namun belum stabil; dan pada tahap *post-event*, komunikasi interaktif hampir tidak dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa siklus komunikasi belum membentuk *continuous communication cycle* yang ideal, yang seharusnya mencakup proses penyampaian informasi, umpan balik, evaluasi, dan perbaikan secara berkelanjutan. Organizer memandang bahwa komunikasi eksternal memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan *event*. Tanpa komunikasi yang jelas antara organizer dan klien, potensi terjadinya kesalahpahaman akan semakin besar dan dapat berdampak pada kualitas pelaksanaan acara.

Kendala komunikasi yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi keterlambatan informasi, ketidakkonsistenan pesan, perbedaan persepsi, serta *information overload*. Kendala-kendala tersebut menunjukkan bahwa sistem komunikasi yang digunakan belum mampu mengakomodasi kompleksitas koordinasi dalam penyelenggaraan *event* berskala besar. Selain itu, dominasi salah satu pihak dalam komunikasi juga menjadi faktor yang menghambat terciptanya komunikasi interaktif yang seimbang.

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut meliputi konfirmasi ulang (*recheck*), penggunaan MoM, serta peningkatan intensitas komunikasi. Strategi ini terbukti mampu menjaga kelancaran operasional acara, namun masih bersifat reaktif dan belum menyentuh akar permasalahan secara sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi belum dikelola secara strategis dalam mengatur aliran informasi dan pengambilan keputusan (Hidayat, 2021).

Secara keseluruhan, hasil penyelesaian komunikasi dapat dikatakan cukup sesuai dengan ekspektasi awal karena *event* tetap berjalan dengan baik. Namun, jika dilihat dari perspektif efektivitas komunikasi, masih terdapat kesenjangan antara praktik di lapangan dengan konsep komunikasi ideal yang menekankan interaktivitas, keseimbangan, konsistensi, dan keterbukaan informasi (Kusoy Alawi, 2023).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi panitia dalam penyelenggaraan Pegadaian Innovation Award 2025 telah berjalan cukup efektif secara operasional, namun belum optimal secara sistematis. Komunikasi internal menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan komunikasi eksternal, terutama pada tahap *during-event* yang menuntut koordinasi cepat dan responsif. Pada tahap *pre-event*, komunikasi masih mengalami kendala berupa keterlambatan informasi akibat ketergantungan terhadap keputusan pihak klien, sedangkan pada tahap *post-event*, komunikasi belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana evaluasi dan pembelajaran organisasi. Dari sisi komunikasi eksternal, ditemukan bahwa komunikasi belum sepenuhnya mencerminkan prinsip komunikasi interaktif, di mana pertukaran informasi dan umpan balik antar pihak masih belum berjalan secara seimbang dan konsisten. Hal ini terlihat dari dominasi salah satu pihak dalam pengambilan keputusan, ketidakkonsistenan informasi, serta minimnya evaluasi bersama setelah kegiatan berlangsung. Akibatnya, muncul berbagai kendala komunikasi seperti perbedaan persepsi, *overload* informasi, dan perubahan keputusan yang tidak terkoordinasi dengan baik. Secara keseluruhan, penerapan komunikasi interaktif dalam penyelenggaraan *event* ini masih bersifat parsial dan belum terintegrasi dalam seluruh tahapan kegiatan. Meskipun strategi yang diterapkan mampu menjaga kelancaran acara sesuai dengan ekspektasi awal, efektivitas komunikasi masih belum mencapai kondisi ideal yang menekankan keterbukaan, keseimbangan, dan konsistensi informasi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sistem komunikasi organisasi yang lebih terstruktur, adaptif, dan berbasis komunikasi interaktif guna meningkatkan kualitas penyelenggaraan *event* di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus dan sangat besar kepada para narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan informasi, serta berbagai pengalaman dan wawasan terkait proses komunikasi dalam pengelenggaraan Pegadaian Innovation Award 2025. Kontribusi yang diberikan sangat berguna dalam mendapatkan informasi yang tepat dan komprehensif, sehingga penelitian ini dapat disusun dengan baik.

Penulis juga menghargai sikap terbuka dan kerja sama yang telah diberikan selama proses pengumpulan data, sehingga memungkinkan penulis memahami lebih dalam tentang dinamika komunikasi internal dan eksternal dalam penyelenggaraan acara. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan mampu dijadikan acuan dalam memperbaiki cara berkomunikasi di industri organizer di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Azzahra Prischella, N. A. (2024). Implementasi komunikasi bisnis terhadap hubungan kerjasama klien event Jawa Pos. *Ekonomi and Business Management Journal*, 566.

El-Mirah, I. (2025, January 11). *Corporate event adalah: Pengertian, jenis, dan manfaatnya*. Bali Sunset Road Convention Center.

Fajar, A. M. (2022). Peran komunikasi internal dan eksternal pada organisasi dedikasi untuk negeri. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 71–72.

Hafidz Ramadhan, D. M. (2015). *Detail karya akhir*. Universitas Gadjah Mada.

Hidayat, M. (2021). Efektivitas komunikasi dalam organisasi. *Bening Journal*, 8(2), 101–110.

Kusoy Alawi. (2023). Komunikasi interaktif dalam organisasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen (JIEM)*.

Margaretta, S. (2025, March 26). *Ketahui perbedaan komunikasi eksternal dan internal*. Telkom University.

Ngalup. (2023, October 20). *Apa itu event management? Tugas dan tips memilihnya*. Retrieved from Ngalup.co Collaborative Network: https://ngalup.co/artikel/event- management/

Nisrina, N. N. (2025). Aktivitas marketing communication di PT Dyandra Promosindo.

Nurlailiyah. (2025). Peran komunikasi internal dalam meningkatkan komitmen organisasional karyawan pada PT Pegadaian. *Pluralis*, 2–3.

Rahmawati, N. (2017). Hambatan komunikasi dalam organisasi. *Jurnal Tabligh*, 18(2), 89–100.

Resdia Dewidianto, M. C. (2024). Peran komunikasi organisasi dalam event organizer (Studi pada event organizer soundtrack Indonesia kota Palembang). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 8–9.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sutrisno, E. (2018). Komunikasi organisasi dan efektivitas kerja. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 67–75.

Uceo. (2016, February 25). *Metode pengumpulan data dalam penelitian*. Universitas Ciputra.

Uceo. (2016, March 7). *Proses komunikasi efektif dan hambatannya*. Universitas Ciputra.

Zulhijah, R. D. (2012). *Proses pembelajaran tari kreasi* (hlm. 29). Retrieved from https://repository.upi.edu/10601/4/s_sdt_0802690_chapter3.pdf