



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

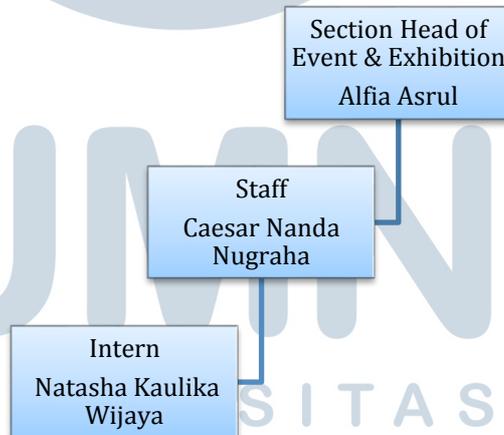
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Saat melakukan praktik kerja magang di Sinar Mas Land selama kurang lebih tiga bulan, penulis ditempatkan dalam divisi *Marketing Communication* dan secara spesifik di departemen *Synergy Marketing*. Dalam departemen ini, penulis lebih banyak ditugaskan untuk membantu aktivitas dari *Event & Exhibition Section* walaupun terkadang juga membantu *Marketing & Promotion Section*. Sebagai pemagang, penulis berada di bawah supervisi *staff* yaitu Caesar Nanda Nugraha yang bertanggung jawab kepada *Section Head of Event & Exhibition*, Alfia Asrul.

Bagan 3.1 Struktur *Event & Exhibition Section*



Sumber: Penulis

Semua aktivitas pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kerja magang di *Event & Exhibition Section* harus melewati beberapa tahap sebelum akhirnya mendapat *final approval*. Pertama, pekerjaan yang dilakukan penulis harus disetujui dan mendapat tanda tangan *approval* dari *Section Head of Event & Exhibition*, yang dijabat oleh Alfia Asrul. Kedua, penulis harus mendapat tanda tangan *approval* dari

Department Head of Event & Exhibition, yang dijabat oleh Ary Setiaputra. Apabila pekerjaan yang dilakukan penulis berskala besar, *Department Head of Event & Exhibition* akan menyerahkan pekerjaan ke *Division Head of Marketing Communication* yang dijabat oleh Sinta Karolina untuk mendapatkan *final approval*. *Final approval* diperlukan sebagai bukti bahwa *proposal* dan *budget* untuk *event* yang penulis ajukan akan dialokasikan sesuai keperluan yang telah disetujui tersebut.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan kerja magang di *Event & Exhibition Section*, penulis melaksanakan tugas sesuai dengan *jobdesk* yang diberikan oleh Sinar Mas Land, yaitu sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan dan mengawasi berjalannya *event program* yang diselenggarakan bersama dengan *Service Business Unit (SBU)*.
2. Membuat *event program* yang tersinergi di antara SBU untuk menunjang aktivitas *marketing communication*.
3. Mendukung *event program* yang tersinergi di antara Sinar Mas Group (SMG) untuk mendapatkan *database*.
4. Memelihara hubungan dan komunikasi dengan *external parties* seperti konsultan atau *Event Organizer* yang membantu berjalannya *sales and marketing events*.
5. Mendukung proyek-proyek yang dibangun oleh Sinar Mas Land dalam mencapai target penjualan.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama masa kerja magang bulan Januari hingga April 2019, penulis terlibat dalam berjalannya beberapa *event*, yang mengusung tema besar yaitu Sinar Mas Land Expo. Tujuan utama dari Sinar Mas Land Expo adalah menjual proyek-proyek yang dibangun oleh Sinar Mas Land. Penulis terlibat dalam empat *event* Sinar Mas Land Expo, yaitu Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City (12-17 Februari 2019), Sinar Mas Land Expo @

CIMB Xtra Xpo (16-17 Februari 2019), Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary (22-24 Februari 2019), dan Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City (19-24 Maret 2019). *Event*, atau yang dalam hal ini adalah Sinar Mas Land Expo, merupakan *tool* penting yang digunakan oleh divisi *Marketing Communication* Sinar Mas Land dalam mencapai *objectives* nya. Tabel yang menggambarkan jadwal beserta tugas yang penulis lakukan selama bekerja sebagai *intern* di Sinar Mas Land dapat dilihat pada LAMPIRAN 3.

Dalam melaksanakan Sinar Mas Land Expo, penulis banyak ditugaskan untuk membantu merencanakan konsep *event*, membuat *cost estimation* untuk *event*, mencari *vendor* untuk membantu berjalannya *event*, membuat *cost comparison* para *vendor* yang dijadikan oleh *Department Head* dan *Division Head* sebagai bahan pertimbangan dalam memilih *vendor*, melakukan negosiasi dengan *vendor* yang terpilih, mengawasi berjalannya *event*, serta membuat laporan *post-event* berupa rekapitulasi data seperti *database*, *customer survey*, *merchandise distribution*, dan juga dokumentasi foto selama *event* berlangsung sebagai bahan evaluasi untuk *event* selanjutnya. Penulis akan menjabarkan uraian pekerjaan penulis per *event* yang diadakan oleh Sinar Mas Land, yaitu sebagai berikut:

3.3.1 Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City

1. Pre-Event

Tahap *pre-event* sebelum melaksanakan Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City yang pertama adalah dengan melakukan survei lokasi ke Mal Gandaria City, Jakarta Selatan. Penulis bersama tim dari *Marketing Communication* melakukan survei yang hanya sebatas analisis situasi karena skala *event* yang tidak terlalu besar. Untuk Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City, penulis melakukan survei untuk melihat apakah Mal Gandaria City sesuai dengan target konsumen dari Sinar Mas Land. Mengingat lokasi dari mal yang bersangkutan adalah di Jakarta Selatan, maka fokus utama dari Sinar Mas Land Expo @

Gandaria City adalah menjual proyek dari Sinar Mas Land yang berada di wilayah Jakarta Selatan pula, seperti Apartemen *The Elements* di Kuningan dan Apartemen *Southgate* di TB Simatupang. Beberapa faktor yang dipertimbangkan sebelum akhirnya memutuskan untuk menggunakan Mal Gandaria City sebagai *venue* untuk Sinar Mas Land Expo di Jakarta Selatan adalah kedekatan lokasi *venue* dengan proyek Sinar Mas Land, kemiripan profil pengunjung *venue* dengan target Sinar Mas Land, serta *pricelist* penyewaan *venue* yang bersangkutan.

Setelah selesai melakukan survei lokasi dan memutuskan bahwa lokasi Mal Gandaria City efektif untuk melaksanakan pameran, maka penulis mengikuti *internal meeting* dengan tim *Marketing Communication* untuk melakukan *brainstorming* mengenai konsep pameran. Konsep pameran ini meliputi *event activation* apa yang dapat dilakukan untuk menarik banyak pengunjung ke *booth* Sinar Mas Land, seperti *kids playpark* dan juga *school performance*. Penulis membantu menyiapkan materi konsep pameran seperti membuat daftar sekolah di sekitar Mal Gandaria City yang dapat diajukan untuk tampil pada saat pameran untuk kemudian ditindaklanjuti oleh *Event Organizer* dan *Booth Contractor*. Setelah mengajukan daftar tersebut ke atasan, maka terpilihlah TK Al Azhar sebagai sekolah yang akan tampil untuk mengisi acara di Sinar Mas Land Expo. Lewat hal ini, diharapkan para orangtua murid dari siswa/i TK Al Azhar dapat menjadi calon konsumen yang dapat diprospek oleh tim *sales* dari Sinar Mas Land.

Kemudian, dalam rangka menentukan EO dan *Booth Contractor*, penulis ikut hadir untuk mengikuti proses *pitching* dan negosiasi yang dilakukan oleh atasan. Hasil *pitching* menyebutkan bahwa *vendor* yang terpilih untuk membantu pelaksanaan Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City adalah

WOODSTOCK (PT. ARTHA BUANA KREASI) sebagai *Event Organizer* dan KREASIART (PT. MULTI KREASI MITRAUTAMA) sebagai *Booth Contractor*.

2. *Event*

Setelah tahap *pre-event*, penulis bertugas untuk membantu tim *Marketing Communication* dan EO dalam mengawasi berjalannya *event* dari awal hingga akhir. Penulis menghadiri Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City untuk membantu mengumpulkan *database* dan melakukan dokumentasi *event*. Foto-foto yang penulis kumpulkan selama pameran akan digunakan untuk membuat laporan dokumentasi setelah masing-masing Sinar Mas Land Expo selesai.

Gambar 3.1 *Morning Briefing* Tim EO & Sales



Sumber: Dokumentasi Penulis

Dalam gambar di atas, tim EO dan *sales* melakukan *briefing* bersama setiap pagi untuk menyamakan *Standard Operating Procedure* (SOP) dalam melaksanakan kegiatan pameran di Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City.

Gambar 3.2 Penukaran *Merchandise*



Sumber: Dokumentasi Penulis

Dalam gambar di atas, pengunjung Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City dipersilakan untuk menukar *merchandise* setelah mengisi *database* untuk kemudian disimpan oleh divisi *Marketing Communication* Sinar Mas Land.

3. *Post-Event*

Setelah Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City berakhir, penulis ditugaskan untuk melakukan evaluasi secara keseluruhan guna mengetahui keberhasilan *event* tersebut. Penulis membuat laporan rekapitulasi data seperti *customer survey*, *database*, serta membuat laporan dokumentasi dari Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City. Berikut adalah contoh laporan rekapitulasi Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City:

Pertama, penulis melakukan rekapitulasi *database* yang dikumpulkan pada saat pameran.

Gambar 3.3 Rekapitulasi *Database* pada Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City

DATABASE		sinarmas land Building for a better future	
		Region	Persentase
Database Visitor	Total	Bali	0.18%
Kids Playpark	231	Bandung	0.70%
Merchandise	138	Bangka	0.18%
Customer Survey	29	Bekasi	1.93%
Colouring	109	Bengkulu	0.18%
School Performance	60	Bintaro	0.18%
Penjualan	4	Bogor	0.88%
Grand Total	571	Depok	2.23%
		Jakarta Barat	16.11%
		Jakarta pusat	5.99%
		Jakarta Selatan	45.71%
		Jakarta Timur	4.38%
		Jakarta Utara	1.23%
		Jawa Tengah	0.18%
		Jawa Timur	0.18%
		Lombok	0.18%
		Malang	0.18%
		Manado	0.35%
		Medan	0.35%
		N/A	4.03%
		Padang	0.18%
		Pangkal Pinang	0.35%
		Riau	0.18%
		Semarang	0.53%
		Sentul Selatan	0.18%
		Sumatera Utara	0.18%
		Surabaya	0.18%
		Surakarta	0.18%
		Tangerang	7.53%
		Tangerang Selatan	5.08%
		Tanjung Duren	0.18%
		Grand Total	100.00%

Sumber: Olahan Penulis

Dari rekapitulasi *database*, dapat dilihat gambaran besar mengenai jumlah pengunjung yang datang pada saat Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City beserta asal daerah pengunjung yang paling banyak mengunjungi pameran. Dari laporan yang penulis buat, dapat disimpulkan bahwa pengunjung terbanyak yang datang ke Sinar Ms Land Expo @ Gandaria City paling banyak berasal dari Jakarta Selatan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa lokasi Mal Gandaria City efektif untuk menarik penduduk Jakarta Selatan untuk menghadiri Sinar Mas Land Expo. Kedua, penulis melakukan rekapitulasi *customer survey* yang berupa kuesioner. Kuesioner dibagikan pada saat pameran berlangsung kepada pengunjung *booth* Sinar Mas Land Expo. Penulis mencatat kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk bahan evaluasi Sinar Mas Land.

Gambar 3.4 Rekapitulasi *Customer Survey* pada Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City

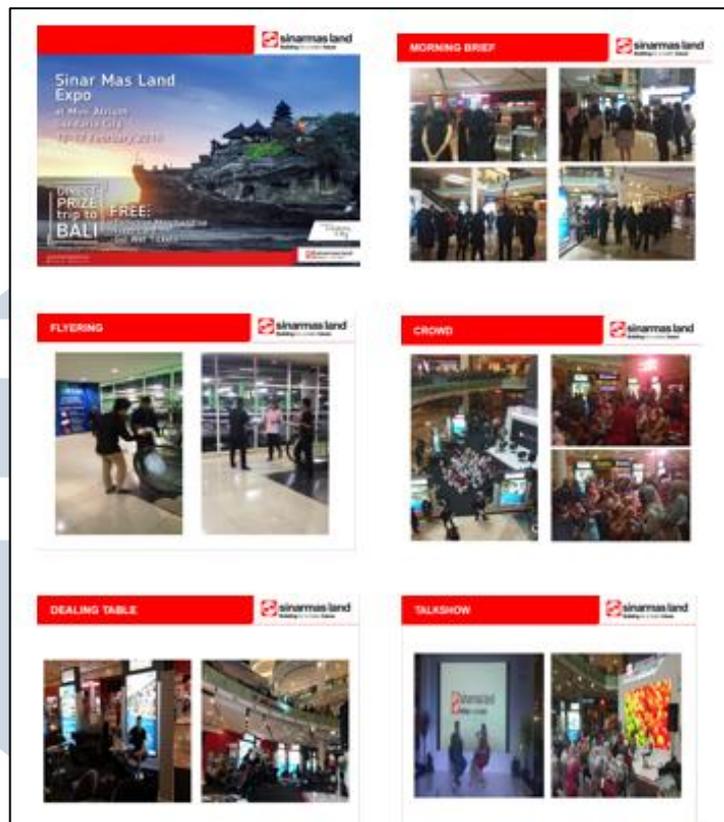
CUSTOMER SURVEY										 Building for a better future		
Question	Flyer	Website	Media Social	Koran / Majalah	Pameran	Billboard	Rekomendasi keluarga / teman	Oral Word	Jumlah			
Darimana Anda mengetahui event ini	3	1	2		22	4			32			
Question	Ty / Radio	Website	Media Social	Koran / Majalah	Pameran	Billboard	Rekomendasi keluarga / teman	Oral Word	Lainnya	Jumlah		
Darimana Anda mengetahui produk Sinar Mas Land	4	5	6	2	18	8	7	1	1	61		
Question	Harga	Cara Pembayaran	Lokasi	Pengembang Sinar Mas Land	Promo	Dasar Produk	Pelayanan	Lainnya	Jumlah			
Hal yang mempengaruhi Anda dalam membeli produk Sinar Mas Land	12	5	12	9	7	5		2	52			
Question		Ya	Tidak									
Apakah Anda akan merekomendasikan Properti Sinar Mas Land kepada teman / kerabat		28	1									
No. Saran Anda untuk pengembangan produk dan layanan Sinar Mas Land selanjutnya :												
1 Lampu penerangan dalam kompleks kurang terang												
2 Perbanyak transportasi umum												
3 Harga lebih milenial, diskon lebih besar, promo lebih banyak												
4 Bangun sarana lapangan tennis untuk semua apartemen												
5 Harga tolong dibuat lebih bersahabat												
6 Cara pembayaran bisa cash bertahap yang dapat dicicil hingga 10 tahun												
7 Lebih maju dalam mengembangkan unit												

Sumber: Olahan Penulis

Rekapitulasi *Customer Survey* bertujuan untuk melihat tanggapan pengunjung dan konsumen Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City mengenai perusahaan dan juga untuk menunjukkan kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk perbaikan diri Sinar Mas Land. Ketiga, penulis melakukan rekapitulasi penilaian terhadap *external parties* guna mengetahui kinerja pada saat pameran Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City. Penilaian ini diberikan oleh *Manager on Duty*, atau perwakilan pihak manajemen dari Sinar Mas Land yang bertugas pada saat pameran. Rekapitulasi penilaian berfungsi sebagai bahan evaluasi dalam menunjuk *external parties* pada pameran selanjutnya.

Setelah selesai membuat laporan rekapitulasi data, penulis ditugaskan untuk membuat laporan dokumentasi pameran yang kemudian diberikan kepada *Departemen Head* dan *Division Head of Marketing Communication* untuk dinilai. Berikut adalah contoh laporan dokumentasi yang penulis kerjakan untuk Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City:

Gambar 3.5 Laporan Dokumentasi Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City



Sumber: Olahan Penulis

Dalam gambar di atas, penulis membuat laporan dokumentasi untuk memberikan gambaran mengenai Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City. Laporan dokumentasi tersebut mencakup:

1. Poster Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City
2. Foto saat tim *sales* dan EO melakukan *morning briefing* sebelum melaksanakan pameran
3. Foto saat tim EO menyebarkan *flyer* ke pengunjung Gandaria City
4. Foto *crowd* atau pengunjung yang hadir ke Sinar Mas Land Expo @ Gandaria City
5. Foto *dealing table* yang menggambarkan suasana tim *sales* saat melakukan pendekatan dengan konsumen

6. Foto *event activities* yang meliputi *talkshow*, *kids playpark*, *coloring competition*, dan lain-lain.

Laporan dokumentasi yang telah penulis buat kemudian akan di-*review* oleh tim manajemen dan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk Sinar Mas Land Expo selanjutnya. Setelah di-*review*, laporan dokumentasi akan ditandatangani oleh *Department Head* dan *Division Head* dari divisi *Marketing Communication* Sinar Mas Land sebagai bentuk persetujuan.

3.3.2 Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo

1. Pre-Event

Tahap *pre-event* sebelum melaksanakan Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo yang pertama adalah dengan melakukan survei lokasi ke gedung ICE, BSD City. Seperti di Sinar Mas Land Expo sebelumnya, penulis bersama tim dari *Marketing Communication* melakukan survei yang hanya sebatas analisis situasi karena skala *event* yang tidak terlalu besar. Untuk Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo, penulis melakukan survei untuk melihat apakah lokasi ICE BSD City sesuai dengan target konsumen dari Sinar Mas Land. Mengingat lokasi dari *venue* yang bersangkutan adalah di BSD City, maka fokus utama dari Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo adalah menjual proyek dari Sinar Mas Land yang berada di seluruh BSD City, yang meliputi *cluster* perumahan, SOHO, dan apartemen. Beberapa faktor yang dipertimbangkan sebelum akhirnya memutuskan untuk menggunakan ICE BSD City sebagai *venue* untuk Sinar Mas Land Expo adalah kedekatan lokasi *venue* dengan proyek Sinar Mas Land, kemiripan profil pengunjung CIMB Xtra Xpo dengan target Sinar Mas Land, serta *pricelist* penyewaan *venue* yang bersangkutan. Karena Bank CIMB menyewa gedung ICE untuk *venue* CIMB Xtra Xpo, maka Sinar Mas Land

mendapatkan *priviledge* untuk menggunakan *space* di gedung ICE saat periode CIMB Xtra Xpo secara *free*, sebagai bentuk imbal balik atas bantuan *media promotion* yang diberikan oleh Sinar Mas Land kepada Bank CIMB.

Setelah selesai melakukan survei lokasi dan memutuskan bahwa gedung ICE BSD City efektif untuk melaksanakan pameran, maka penulis mengikuti *internal meeting* dengan tim *Marketing Communication* untuk melakukan *brainstorming* mengenai konsep pameran. Konsep pameran ini meliputi *event activation* apa yang dapat dilakukan untuk menarik banyak pengunjung ke *booth* Sinar Mas Land, seperti *kids playpark* dan juga *school performance*. Penulis membantu menyiapkan materi konsep pameran seperti membuat daftar sekolah di sekitar Tangerang Selatan yang dapat diajukan untuk tampil pada saat pameran untuk kemudian ditindaklanjuti oleh *Event Organizer* dan *Booth Contractor*. Setelah mengajukan daftar tersebut ke atasan, maka terpilihlah *Global Islamic School* sebagai sekolah yang akan tampil untuk mengisi acara di Sinar Mas Land Expo. Lewat hal ini, diharapkan para orangtua murid dari siswa/i *Global Islamic School* dapat menjadi calon konsumen yang dapat diprospek oleh tim *sales* dari Sinar Mas Land.

Kemudian, dalam rangka menentukan EO dan *Booth Contractor*, penulis ikut hadir untuk mengikuti proses *pitching* dan negosiasi yang dilakukan oleh atasan. Hasil *pitching* menyebutkan bahwa *vendor* yang terpilih untuk membantu pelaksanaan Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo adalah WOODSTOCK (PT. ARTHA BUANA KREASI) sebagai *Event Organizer* dan KREASIART (PT. MULTI KREASI MITRAUTAMA) sebagai *Booth Contractor*.

2. *Event*

Setelah tahap *pre-event*, penulis bertugas untuk membantu tim *Marketing Communication* dan EO dalam mengawasi berjalannya *event* dari awal hingga akhir. Penulis menghadiri Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo untuk membantu mengumpulkan *database* dan melakukan dokumentasi *event*. Foto-foto yang penulis kumpulkan selama pameran akan digunakan untuk membuat laporan dokumentasi setelah masing-masing Sinar Mas Land Expo selesai.

Gambar 3.6 Suasana *booth* Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo



Sumber: Dokumentasi Penulis

Dalam gambar di atas, terlihat gambaran suasana *booth* Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo yang ramai dan padat.

3. *Post-Event*

Setelah Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo berakhir, penulis ditugaskan untuk melakukan evaluasi secara keseluruhan guna mengetahui keberhasilan *event* tersebut.

Penulis membuat laporan rekapitulasi data seperti *customer survey*, *database*, serta membuat laporan dokumentasi dari Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo. Berikut adalah contoh laporan rekapitulasi Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo.

Pertama, penulis melakukan rekapitulasi *database* yang dikumpulkan pada saat pameran.

Gambar 3.7 Rekapitulasi *Database* pada Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo

DATABASE		sinarmas land Building for a better future	
Database Visitor	Total	Customer Region	Persentase
Kids Playpark	52	Bekasi	2%
Merchandise	63	Bogor	3%
Customer Survey	10	Cirebon	2%
Colouring	27	Depok	2%
Total	152	Jakarta Barat	7%
		Jakarta Pusat	3%
		Jakarta Selatan	12%
		Jakarta Timur	6%
		Jakarta Utara	3%
		Jawa Barat	1%
		Jawa Tengah	1%
		Tangerang	18%
		Tangerang Selatan	40%
		Grand Total	100%

Sumber: Olahan Penulis

Dari rekapitulasi *database*, dapat dilihat gambaran besar mengenai jumlah pengunjung yang datang pada saat Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo beserta asal daerah pengunjung yang paling banyak mengunjungi pameran. Dari laporan yang penulis buat, dapat disimpulkan bahwa pengunjung terbanyak yang datang ke Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo paling banyak berasal dari Tangerang Selatan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa lokasi ICE BSD City efektif untuk menarik penduduk Jakarta Selatan untuk menghadiri Sinar Mas Land Expo. Kedua, penulis melakukan rekapitulasi *customer survey* yang berupa

kuesioner. Kuesioner dibagikan pada saat pameran berlangsung kepada pengunjung *booth* Sinar Mas Land Expo. Penulis mencatat kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk bahan evaluasi Sinar Mas Land.

Gambar 3.8 Rekapitulasi *Customer Survey* pada Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo

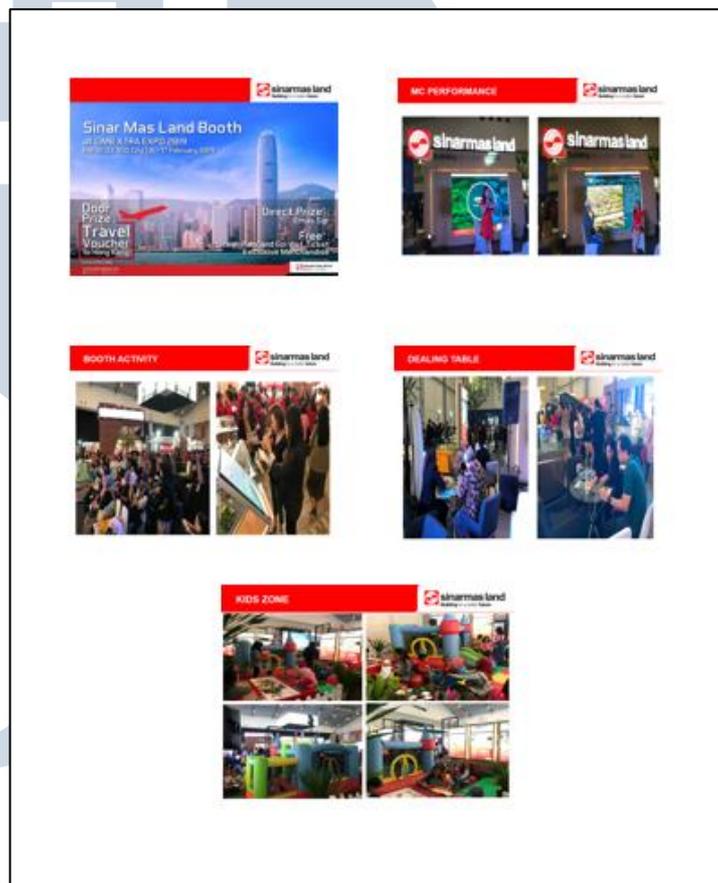
CUSTOMER SURVEY										 Building for a better future		
Question	Flyer	Website	Media Social	Koran / Majalah	Pameran	Billboard	Rekomendasi keluarga / teman	Email Blast	Jumlah			
Darimana Anda mengetahui event ini					4	2	2	1	9			
Question	Tv / Radio	Website	Media Social	Koran / Majalah	Pameran	Billboard	Rekomendasi keluarga / teman	Email Blast	Lainnya	Jumlah		
Darimana Anda mengetahui produk Sinar Mas Land			2		2	1	3	2	2	12		
Question	Harga	Cara Pembayaran	Lokasi	Pengembang Sinar Mas Land	Promo	Desain Produk	Pelayanan	Lainnya	Jumlah			
Age yang mempengaruhi Anda dalam membeli produk Sinar Mas Land	3	2	3	4	2		1	2	17			
Question	Ya	Tidak										
Apakah Anda akan merekomendasikan Properti Sinar Mas Land kepada teman / kerabat	8											
No.	Saran Anda untuk pengembangan produk dan layanan Sinar Mas Land selanjutnya :											
1	Event terlalu berisik sehingga marketing team sulit mengkomunikasikan/menjelaskan											
2	Sebaiknya posisi band lebih jauh											
3	Lebih inovatif dalam mengembangkan design											
4	Lebih diperhatikan bangunannya (QC)											

Sumber: Olahan Penulis

Rekapitulasi *Customer Survey* bertujuan untuk melihat tanggapan pengunjung dan konsumen Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo mengenai perusahaan dan juga untuk menunjukkan kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk perbaikan diri Sinar Mas Land. Ketiga, penulis melakukan rekapitulasi penilaian terhadap *external parties* guna mengetahui kinerja pada saat pameran Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo. Penilaian ini diberikan oleh *Manager on Duty*, atau perwakilan pihak manajemen dari Sinar Mas Land yang bertugas pada saat pameran. Rekapitulasi penilaian berfungsi sebagai bahan evaluasi dalam menunjuk *external parties* pada pameran selanjutnya.

Setelah selesai membuat laporan rekapitulasi data, penulis ditugaskan untuk membuat laporan dokumentasi pameran yang kemudian diberikan kepada *Departemen Head* dan *Division Head of Marketing Communication* untuk dinilai. Berikut adalah contoh laporan dokumentasi yang penulis kerjakan untuk Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo:

Gambar 3.9 Laporan Dokumentasi Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo



Sumber: Olahan Penulis

Dalam gambar di atas, penulis membuat laporan dokumentasi untuk memberikan gambaran mengenai Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo. Laporan dokumentasi tersebut mencakup:

1. Poster Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo
2. Foto saat *MC* melakukan *hosting* kepada pengunjung *booth*
3. Foto *crowd* atau pengunjung yang hadir ke *booth* Sinar Mas Land Expo @ CIMB Xtra Xpo
4. Foto *dealing table* yang menggambarkan suasana tim *sales* saat melakukan pendekatan dengan konsumen
5. Foto *event activities* yang meliputi *kids zone*.

Laporan dokumentasi yang telah penulis buat kemudian akan di-*review* oleh tim manajemen dan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk Sinar Mas Land Expo selanjutnya. Setelah di-*review*, laporan dokumentasi akan ditandatangani oleh *Department Head* dan *Division Head* dari divisi *Marketing Communication* Sinar Mas Land sebagai bentuk persetujuan.

3.3.3 Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary

1. *Pre-Event*

Tahap *pre-event* sebelum melaksanakan Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary yang pertama adalah dengan melakukan survei lokasi ke gedung ICE, BSD City. Seperti di Sinar Mas Land Expo sebelumnya, penulis bersama tim dari *Marketing Communication* melakukan survei yang hanya sebatas analisis situasi karena skala *event* yang tidak terlalu besar. Untuk Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary, penulis melakukan survei untuk melihat apakah lokasi ICE BSD City sesuai dengan target konsumen dari Sinar Mas Land. Mengingat lokasi dari *venue* yang bersangkutan adalah di BSD City, maka fokus utama dari Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary adalah menjual proyek dari Sinar Mas Land yang berada di seluruh BSD City, yang meliputi *cluster* perumahan, SOHO, dan

apartemen. Beberapa faktor yang dipertimbangkan sebelum akhirnya memutuskan untuk menggunakan ICE BSD City sebagai *venue* untuk Sinar Mas Land Expo adalah kedekatan lokasi *venue* dengan proyek Sinar Mas Land, kemiripan profil pengunjung BCA Expoversary dengan target Sinar Mas Land, serta *pricelist* penyewaan *venue* yang bersangkutan. Karena Bank BCA menyewa gedung ICE untuk *venue* BCA Expoversary, maka Sinar Mas Land mendapatkan *priviledge* untuk menggunakan *space* di gedung ICE saat periode BCA Expoversary secara *free*, sebagai bentuk imbal balik atas bantuan *media promotion* yang diberikan oleh Sinar Mas Land kepada Bank CIMB.

Setelah selesai melakukan survei lokasi dan memutuskan bahwa gedung ICE BSD City efektif untuk melaksanakan pameran, maka penulis mengikuti *internal meeting* dengan tim *Marketing Communication* untuk melakukan *brainstorming* mengenai konsep pameran. Konsep pameran ini meliputi *event activation* apa yang dapat dilakukan untuk menarik banyak pengunjung ke *booth* Sinar Mas Land, seperti *kids playpark* dan juga *school performance*. Penulis membantu menyiapkan materi konsep pameran seperti membuat daftar sekolah di sekitar Tangerang Selatan yang dapat diajukan untuk tampil pada saat pameran untuk kemudian ditindaklanjuti oleh *Event Organizer* dan *Booth Contractor*. Setelah mengajukan daftar tersebut ke atasan, maka terpilihlah *Global Islamic School* sebagai sekolah yang akan tampil untuk mengisi acara di Sinar Mas Land Expo. Lewat hal ini, diharapkan para orangtua murid dari siswa/i *Global Islamic School* dapat menjadi calon konsumen yang dapat diprospek oleh tim *sales* dari Sinar Mas Land.

Kemudian, dalam rangka menentukan EO dan *Booth Contractor*, penulis ikut hadir untuk mengikuti proses *pitching*

dan negosiasi yang dilakukan oleh atasan. Hasil *pitching* menyebutkan bahwa *vendor* yang terpilih untuk membantu pelaksanaan Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary adalah WOODSTOCK (PT. ARTHA BUANA KREASI) sebagai *Event Organizer* dan KREASIART (PT. MULTI KREASI MITRAUTAMA) sebagai *Booth Contractor*.

2. *Event*

Setelah tahap *pre-event*, penulis bertugas untuk membantu tim *Marketing Communication* dan EO dalam mengawasi berjalannya *event* dari awal hingga akhir. Penulis menghadiri Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary untuk membantu mengumpulkan *database* dan melakukan dokumentasi *event*. Foto-foto yang penulis kumpulkan selama pameran akan digunakan untuk membuat laporan dokumentasi setelah masing-masing Sinar Mas Land Expo selesai.

Gambar 3.10 Suasana *flyering* di Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary



Sumber: Dokumentasi Penulis

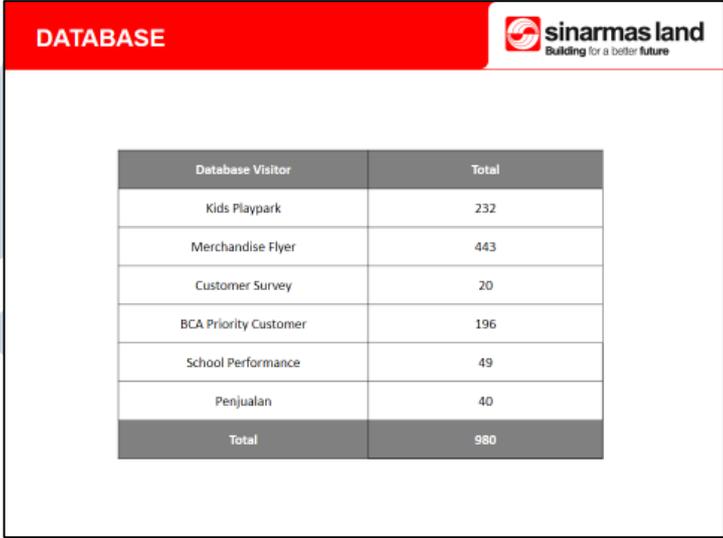
Dalam gambar di atas, terlihat gambaran suasana tim *sales* yang membagikan *flyer* kepada pengunjung *booth* Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary.

3. Post-Event

Setelah Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary berakhir, penulis ditugaskan untuk melakukan evaluasi secara keseluruhan guna mengetahui keberhasilan *event* tersebut. Penulis membuat laporan rekapitulasi data seperti *customer survey*, *database*, serta membuat laporan dokumentasi dari Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary. Berikut adalah contoh laporan rekapitulasi Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary.

Pertama, penulis melakukan rekapitulasi *database* yang dikumpulkan pada saat pameran.

Gambar 3.11 Rekapitulasi *Database* pada Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary



Database Visitor	Total
Kids Playpark	232
Merchandise Flyer	443
Customer Survey	20
BCA Priority Customer	196
School Performance	49
Penjualan	40
Total	980

Sumber: Olahan Penulis

Dari rekapitulasi *database*, dapat dilihat gambaran besar mengenai jumlah pengunjung yang datang pada saat Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary. Kedua, penulis

melakukan rekapitulasi *customer survey* yang berupa kuesioner. Kuesioner dibagikan pada saat pameran berlangsung kepada pengunjung *booth* Sinar Mas Land Expo. Penulis mencatat kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk bahan evaluasi Sinar Mas Land.

Gambar 3.12 Rekapitulasi *Customer Survey* pada Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary

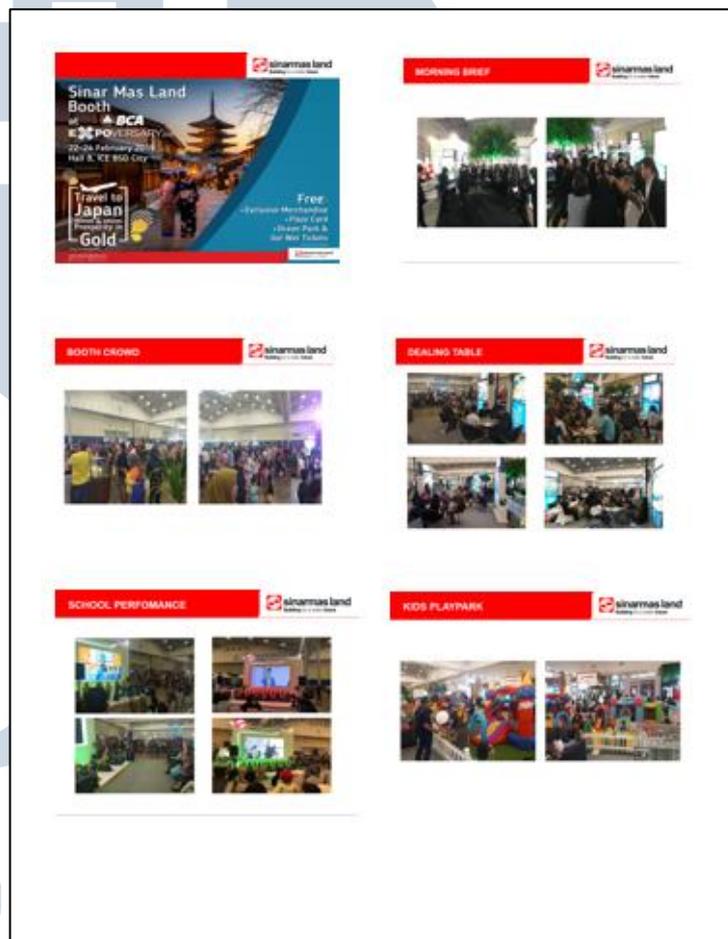
CUSTOMER SURVEY										
sinarmas land Building for a better future										
Question	Flyer	Website	Media Social	Koran / Majalah	Pameran	Billboard	Rekomendasi keluarga / teman	Email Blast	Jumlah	
Darimana Anda mengetahui event ini:	8	2	7	2	10	4	5	4	42	
Question	Tv / Radio	Website	Media Social	Koran / Majalah	Pameran	Billboard	Rekomendasi keluarga / teman	Email Blast	Lainnya	Jumlah
Darimana Anda mengetahui produk Sinar Mas Land	1	5	8	4	15	7	5		4	49
Question	Harga	Cara Pembayaran	Lokasi	Pengembang Sinar Mas Land	Promo	Desain Produk	Polisyman	Lainnya	Jumlah	
Ada yang mempengaruhi Anda dalam membeli produk Sinar Mas Land	14	9	14	13	11	10	3		74	
Question	Ya	Tidak								
Apakah Anda akan merekomendasikan Properti Sinar Mas Land kepada teman / kerabat	37									
No.	Saran Anda untuk pengembangan produk dan layanan Sinar Mas Land selanjutnya :									
1	Kualitas ditingkatkan									
2	Diskon lebih banyak									
3	Metode pembangunan harus sesuai dan konsisten seperti yang dijanjikan									
4	Terus berkembang									
5	Memperbanyak pameran									
6	Desain rumah lebih inovatif dan kreatif									

Sumber: Olahan Penulis

Rekapitulasi *Customer Survey* bertujuan untuk melihat tanggapan pengunjung dan konsumen Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary mengenai perusahaan dan juga untuk menunjukkan kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk perbaikan diri Sinar Mas Land. Ketiga, penulis melakukan rekapitulasi penilaian terhadap *external parties* guna mengetahui kinerja pada saat pameran Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary. Penilaian ini diberikan oleh *Manager on Duty*, atau perwakilan pihak manajemen dari Sinar Mas Land yang bertugas pada saat pameran. Rekapitulasi penilaian berfungsi sebagai bahan evaluasi dalam menunjuk *external parties* pada pameran selanjutnya.

Setelah selesai membuat laporan rekapitulasi data, penulis ditugaskan untuk membuat laporan dokumentasi pameran yang kemudian diberikan kepada *Departemen Head* dan *Division Head of Marketing Communication* untuk dinilai. Berikut adalah contoh laporan dokumentasi yang penulis kerjakan untuk Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary:

Gambar 3.13 Laporan Dokumentasi Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary



Sumber: Olahan Penulis

Dalam gambar di atas, penulis membuat laporan dokumentasi untuk memberikan gambaran mengenai Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary. Laporan dokumentasi tersebut mencakup:

1. Poster Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary
2. Foto saat tim *EO* dan *sales* melakukan kegiatan *flyering* ke pengunjung pameran
3. Foto *crowd* atau pengunjung yang hadir ke *booth* Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary
4. Foto *dealing table* yang menggambarkan suasana tim *sales* saat melakukan pendekatan dengan konsumen
5. Foto *event activites* yang meliputi *kids playpark* dan *school performance*.

Laporan dokumentasi yang telah penulis buat kemudian akan di-*review* oleh tim manajemen dan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk Sinar Mas Land Expo selanjutnya. Setelah di-*review*, laporan dokumentasi akan ditandatangani oleh *Department Head* dan *Division Head* dari divisi *Marketing Communication* Sinar Mas Land sebagai bentuk persetujuan.

3.3.4 Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City

1. Pre-Event

Tahap *pre-event* sebelum melaksanakan Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City yang pertama adalah dengan melakukan survei lokasi ke AEON Mall, BSD City. Seperti di Sinar Mas Land Expo sebelumnya, penulis bersama tim dari *Marketing Communication* melakukan survei yang hanya sebatas analisis situasi karena skala *event* yang tidak terlalu besar. Untuk Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City, penulis melakukan survei untuk melihat apakah lokasi AEON Mall BSD City sesuai dengan target konsumen dari Sinar Mas Land. Mengingat lokasi dari *venue* yang bersangkutan adalah di BSD City, maka fokus utama dari Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City adalah menjual proyek dari Sinar Mas

Land yang berada di seluruh *BSD City*, yang meliputi *cluster* perumahan, *SOHO*, dan apartemen. Beberapa faktor yang dipertimbangkan sebelum akhirnya memutuskan untuk menggunakan *AEON Mall BSD City* sebagai *venue* untuk Sinar Mas Land Expo adalah kedekatan lokasi *venue* dengan proyek Sinar Mas Land, kemiripan profil pengunjung *AEON Mall BSD City* dengan target Sinar Mas Land, serta *pricelist* penyewaan *venue* yang bersangkutan.

Setelah selesai melakukan survei lokasi dan memutuskan bahwa gedung *AEON Mall BSD City* efektif untuk melaksanakan pameran, maka penulis mengikuti *internal meeting* dengan tim *Marketing Communication* untuk melakukan *brainstorming* mengenai konsep pameran. Konsep pameran ini meliputi *event activation* apa yang dapat dilakukan untuk menarik banyak pengunjung ke *booth* Sinar Mas Land, seperti *kids playpark* dan juga *school performance*. Penulis membantu menyiapkan materi konsep pameran seperti membuat daftar sekolah di sekitar Tangerang Selatan yang dapat diajukan untuk tampil pada saat pameran untuk kemudian ditindaklanjuti oleh *Event Organizer* dan *Booth Contractor*. Setelah mengajukan daftar tersebut ke atasan, maka terpilihlah *Global Islamic School* sebagai sekolah yang akan tampil untuk mengisi acara di Sinar Mas Land Expo. Lewat hal ini, diharapkan para orangtua murid dari siswa/i *Global Islamic School* dapat menjadi calon konsumen yang dapat diprospek oleh tim *sales* dari Sinar Mas Land.

Kemudian, dalam rangka menentukan *EO* dan *Booth Contractor*, penulis ikut hadir untuk mengikuti proses *pitching* dan negosiasi yang dilakukan oleh atasan. Hasil *pitching* menyebutkan bahwa *vendor* yang terpilih untuk membantu pelaksanaan Sinar Mas Land Expo @ *AEON Mall BSD City*

adalah WOODSTOCK (PT. ARTHA BUANA KREASI) sebagai *Event Organizer* dan KREASIART (PT. MULTI KREASI MITRAUTAMA) sebagai *Booth Contractor*.

2. *Event*

Setelah tahap *pre-event*, penulis bertugas untuk membantu tim *Marketing Communication* dan EO dalam mengawasi berjalannya *event* dari awal hingga akhir. Penulis menghadiri Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City untuk membantu mengumpulkan *database* dan melakukan dokumentasi *event*. Foto-foto yang penulis kumpulkan selama pameran akan digunakan untuk membuat laporan dokumentasi setelah masing-masing Sinar Mas Land Expo selesai.

Gambar 3.14 *MC-hosting* di Sinar Mas Land Expo @ BCA Expoversary



Sumber: Dokumentasi Penulis

Dalam gambar di atas, terlihat gambaran suasana *MC* saat menyambut pengunjung yang datang ke *booth* Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City.

3. Post-Event

Setelah Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City berakhir, penulis ditugaskan untuk melakukan evaluasi secara keseluruhan guna mengetahui keberhasilan *event* tersebut. Penulis membuat laporan rekapitulasi data seperti *customer survey*, *database*, serta membuat laporan dokumentasi dari Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City. Berikut adalah contoh laporan rekapitulasi Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City.

Pertama, penulis melakukan rekapitulasi *database* yang dikumpulkan pada saat pameran. Dari rekapitulasi *database* tersebut, dapat dilihat gambaran besar mengenai jumlah pengunjung yang datang pada saat Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City. Kedua, penulis melakukan rekapitulasi *customer survey* yang berupa kuesioner. Kuesioner dibagikan pada saat pameran berlangsung kepada pengunjung *booth* Sinar Mas Land Expo. Penulis mencatat kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk bahan evaluasi Sinar Mas Land.

Gambar 3.15 Rekapitulasi *Customer Survey* pada Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City

CUSTOMER SURVEY										 Building for a better future		
Question	Plan	Website	Media Sosial	Racun / Melayak	Pemasaran	Billboard	Keberhasilan Kelangka / Terbatas	Event Booth	Lainnya	Jumlah		
Seberapa Anda mengetahui event ini?			1	2			8	0		14		
Question	Tv / Radio	Website	Media Sosial	Racun / Melayak	Pemasaran	Billboard	Keberhasilan Kelangka / Terbatas	Event Booth	Lainnya	Jumlah		
Seberapa Anda mengetahui produk Sinar Mas Land?	1		1		4	4	3		1	14		
Question	Harga	Cara Pembayaran	Lokasi	Pengembangan Sinar Mas Land	Promo	Kelembutan Produk	Pelayanan	Lainnya	Jumlah			
Bar yang menggunakan Sinar Mas Land sebagai produk Sinar Mas Land?	3		4	6	1	1			16			
Question	Ya	Tidak										
Apakah Anda akan merekomendasikan Properti Sinar Mas Land kepada teman / kerabat?	11											
No. Saran Anda untuk pengembangan produk dan layanan Sinar Mas Land selanjutnya :												
1	Harga per m2 terlalu tinggi											

Sumber: Olahan Penulis

Rekapitulasi *Customer Survey* bertujuan untuk melihat tanggapan pengunjung dan konsumen Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City mengenai perusahaan dan juga untuk menunjukkan kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk perbaikan diri Sinar Mas Land. Ketiga, penulis melakukan rekapitulasi penilaian terhadap *external parties* guna mengetahui kinerja pada saat pameran Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City. Penilaian ini diberikan oleh *Manager on Duty*, atau perwakilan pihak manajemen dari Sinar Mas Land yang bertugas pada saat pameran. Rekapitulasi penilaian berfungsi sebagai bahan evaluasi dalam menunjuk *external parties* pada pameran selanjutnya.

Setelah selesai membuat laporan rekapitulasi data, penulis ditugaskan untuk membuat laporan dokumentasi pameran yang kemudian diberikan kepada *Departemen Head* dan *Division Head of Marketing Communication* untuk dinilai. Berikut adalah contoh laporan dokumentasi yang penulis kerjakan untuk Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City:

Gambar 3.16 Laporan Dokumentasi Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City



Sumber: Olahan Penulis

Dalam gambar di atas, penulis membuat laporan dokumentasi untuk memberikan gambaran mengenai Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City. Laporan dokumentasi tersebut mencakup:

1. Poster Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City
2. Foto saat tim *EO* dan *sales* melakukan kegiatan *morning briefing*
3. Foto *crowd* atau pengunjung yang hadir ke *booth* Sinar Mas Land Expo @ AEON Mall BSD City
4. Foto *dealing table* yang menggambarkan suasana tim *sales* saat melakukan pendekatan dengan konsumen
5. Foto *event activities* yang meliputi *kids playpark* dan *school performance*.

Laporan dokumentasi yang telah penulis buat kemudian akan di-*review* oleh tim manajemen dan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk Sinar Mas Land Expo selanjutnya. Setelah di-*review*, laporan dokumentasi akan ditandatangani oleh *Department Head* dan *Division Head* dari divisi *Marketing Communication* Sinar Mas Land sebagai bentuk persetujuan.

3.3.4 Teori yang Terkait

Tugas-tugas yang penulis lakukan dalam tahap *pre-event* di keempat Sinar Mas Land Expo dapat dikaitkan dengan teori yang dipelajari selama masa perkuliahan. Menurut Goldblatt (2014, p. 12), terdapat lima tahap dalam melaksanakan *event*, yaitu penelitian (*research*), perencanaan (*planning*), desain (*design*), koordinasi (*coordinating*), dan evaluasi (*evaluating*). Tahap *pre-event* dalam

Sinar Mas Land Expo lebih fokus dalam melakukan *research* - walaupun hanya sebatas survei lokasi, serta *planning* dan *design* di mana penulis membantu pembuatan konsep pameran agar pesan yang ingin dikomunikasikan dalam Sinar Mas Land Expo dapat tepat sasaran. Selain itu, penulis juga mengikuti kegiatan lobi dan negosiasi agar tercapai sebuah kesepakatan di antara Sinar Mas Land dengan EO dan *Booth Contractor*. Bila dikaitkan dengan teori, kegiatan lobi dan negosiasi diperlukan agar dapat mencapai sebuah kesepakatan yang *win-win solution* di antara kedua pihak. Menurut Nownes (2006, p. 4), lobi adalah usaha pendekatan yang mengarah kepada suatu tujuan yang menguntungkan kedua belah pihak, sedangkan menurut Gosselin (2007, p.2), negosiasi adalah perubahan yang terjadi atas proses penyelesaian konflik dan mencari kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak. Dalam tahap *pre-event*, penulis memastikan agar tujuan yang hendak dicapai oleh divisi *Marketing Communication* dipahami dengan baik oleh *vendor*, demikian pula sebaliknya. Penulis menyiapkan *Term of Reference* (TOR) sebagai pedoman *vendor* dalam bekerja, yang berisi apa-apa saja yang perlu disiapkan dan dilakukan pada hari-H *event*. Kegiatan negosiasi juga dilakukan sebelum *event* berlangsung untuk menentukan *best price* yang menguntungkan kedua belah pihak.

Kemudian,, apabila dikaitkan dengan teori, Goldblatt (2014, p. 12) mendefinisikan *Event Management* sebagai kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggungjawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. Pada tahap pelaksanaan *event*, terdapat proses koordinasi (*coordinating*), di mana EO melakukan tugas dan kewajiban berdasarkan *Term of Reference* yang telah disepakati sebelumnya dan selalu berkoordinasi dengan *manpower* selama pameran.

Terakhir, bila dikaitkan dengan tahap pelaksanaan *event* dari Godblatt, maka dalam tahap *post-event* penulis melakukan proses evaluasi (*evaluation*) untuk melihat tingkat keberhasilan acara yang dilakukan serta menghasilkan data dan fakta yang berharga untuk mendukung kegiatan yang dilakukan di masa depan.

3.4 Kendala dalam Kerja Magang

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam *Event & Exhibition Section*, koordinasi secara internal untuk pembagian *job desk* masih kurang rapi. Pembagian tugas masih sering tumpang-tindih sehingga pekerjaan menjadi kurang efektif.
2. Komunikasi antara divisi *Marketing Communication* dan divisi lain masih kurang terintegrasi sehingga seringkali terjadi *miscommunication* dalam melaksanakan pekerjaan lintas divisi.
3. Kurangnya kejelasan skema atau proses saat melakukan pencarian *vendor* seperti *Event Organizer* sehingga proses *pitching* untuk melaksanakan *event* menjadi terhambat.

3.5 Solusi untuk Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang disebutkan di atas, penulis memiliki beberapa solusi, yaitu sebagai berikut:

1. Penulis selalu memperhatikan instruksi pekerjaan yang diberikan oleh atasan dan mengerjakannya sesuai dengan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ada di perusahaan.
2. Penulis selalu membuat *Minutes of Meeting* (MOM) se usai menghadiri rapat dengan divisi lain agar poin-poin penting yang dikomunikasikan setiap divisi dapat dipahami dengan baik.
3. Penulis aktif melakukan *follow-up* dengan *vendor* dan menjalankan proses *pitching* sesuai dengan SOP yang berlaku.