

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi komunikasi penjualan dan pemasaran menjadi landasan terpenting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya. Salah satu sektor terpenting dalam industri ini adalah industri acara dan pameran, yang menjadi wadah penting untuk pertemuan dan interaksi berbagai sektor perekonomian. Sebagai salah satu penyedia terkemuka di bidang ini, PT Indonesia Convention and Exhibition (ICE) berperan sentral dalam menyediakan layanan dan fasilitas yang mendukung kelancaran acara-acara besar.

Menerapkan komunikasi penjualan dan pemasaran yang efektif adalah kunci utama keberhasilan penyedia seperti PT Indonesia Convention Exhibition. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana strategi penjualan dikombinasikan dengan komunikasi pemasaran untuk memenuhi tantangan pasar yang dinamis. Dengan menggunakan teknologi dan pendekatan yang tepat, PT Indonesia Convention Exhibition dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisinya di industri ini.

Tinjauan rinci tentang penerapan komunikasi penjualan dan pemasaran di Konvensi dan Pameran PT Indonesia menjelaskan bagaimana strategi ini diterapkan, bagaimana penggunaan teknologi berdampak pada efisiensi, dan bagaimana pelanggan dan tunjukkan betapa pentingnya interaksi klien bagi kesuksesan perusahaan. Analisis mendetail terhadap faktor-faktor tersebut memberikan pemahaman lebih dalam tentang dinamika industri event dan pameran serta relevansi penerapan strategi komunikasi penjualan dan pemasaran di industri ini.

Tujuan dari laporan ini adalah untuk mendemonstrasikan penerapan praktik terbaik dalam strategi komunikasi penjualan dan pemasaran yang diterapkan oleh PT Indonesia Convention Exhibition. Oleh karena itu penulis berharap laporan ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi industri terkait dan memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan penjualan di sektor event dan pameran.

Laporan ini mengkaji secara rinci konsep, metode dan praktik terbaik dalam implementasi komunikasi penjualan dan pemasaran serta penerapannya dalam konteks khusus Pameran Konvensi. Penulis berharap kesimpulan yang diambil dari laporan ini dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya saing perusahaan di industri yang terus berkembang ini.

Indonesia sendiri memiliki 3 gedung Convention & Exhibition yang memiliki kapasitas yang besar untuk menyelenggarakan sebuah acara ditempat tersebut. Masing – masing gedung pameran, memiliki peran yang berbeda – beda, mulai dari ukuran ruang, tempat parkir, fasilitas, dan jarak tempuh yang di tempuh, sehingga dengan itu, semua konsumen dapat memiliki banyak pilihan, untuk mereka jadikan tempat diselenggarakan suatu acara yang akan di gelar di tempat tersebut. Tempat diselenggarakan suatu pameran dan pertunjukan ini, memang harus memiliki banyak pertimbangan dari segi ukuran ruang, jarak, dan fasilitas yang dimiliki. Selain itu dapat dengan mudah untuk dijangkau oleh para pengunjung untuk hadir pada acara pada tempat tersebut. oleh karena itu suatu jarak tempuh dan fasilitas pada gedung venue, suatu kunci utama para perusahaan atau perorangan, untuk mengadakan suatu acara ditempat tersebut.

Sebagai peran negara, Indonesia bisa berdampak, pada kurangnya minat pengunjung dari turis asing *international*, sehingga daya tarik turis akan beranggapan Indonesia ini kurangnya sebuah tempat destinasi acara yang dapat menarik perhatian. Maka dengan sebuah peluang tempat yang dapat diselenggarakan sebuah acara pameran dan pertemuan di Indonesia ini, dampak pengaruh suatu hal yang positif. Selain itu dari sisi lain dengan adanya sebuah ajang pameran ataupun pusat pertemuan ini, dapat membantu berkembangnya suatu perekonomian Indonesia menjadi lebih meningkat.

Sehingga dengan adanya sebuah pameran, transaksi jual beli pada barang yang dipasarkan sangat membantu perekonomian Indonesia agar, nilai rupiah tersebut tidak melemah. Selain itu dapat di simpulkan kembali bahwa fungsi gedung venue ini sangat bermanfaat, seperti suatu tempat yang dapat dijadikan sebuah ajang acara pada pameran, konser dan suatu rapat pertemuan. Sehingga dalam masing – masing peran pada acara tersebut gedung tersebut dapat dimanfaatkan sebagai ruang untuk suatu kebutuhan tersebut. Berikut 3 (tiga) nama gedung *Convention & Exhibition* terkenal & terbesar di Indonesia.

Serba-serbi Jakarta Convention Center (JCC) Lokasi KTT ke-43 ASEAN

Widhia Arum Wibawana - detikNews

Selasa, 05 Sep 2023 21:28 WIB



Gambar 1.1 Jakarta Convention Center (JCC)

Gambar 1.1 menjelaskan, gedung Jakarta Convention Center atau sering disebut dengan (JCC). Gedung tersebut terletak di Ibu Kota DKI Jakarta Jalan Gatot Subroto. Tempat tersebut sudah lama dibangun daerah tersebut, gedung tersebut telah menginjak usia 30 tahun dan telah berdiri di tempat tersebut. Dengan demikian hampir seluruh masyarakat DKI Jakarta dan luar Jakarta, telah mengenal lebih lama tempat ini, yang selalu dijadikan sebuah ajang pameran maupun gedung pertemuan.

Jakarta Convention Center dapat disebut (JCC) memiliki luas 30,000 meter persegi pada bidang bangunan nya yang terdiri dari gedung pameran, pertemuan rapat, ruang aula, lobby utama & ruang *lounge VIP* pada fasilitas yang dimiliki oleh (JCC) ini, tempat ini selalu diadakan sebuah pameran dan rapat pertemuan pada umumnya pada bulan Agustus lalu, tempat ini pernah dijadikan ajang acara negara yaitu KTT ASEAN yang telah diselenggarakan acara di tempat tersebut. Selain acara tersebut, gedung ini sendiri setiap tahun bahkan setiap bulan nya selalu diadakan sebuah acara. Maka itu tempat ini menjadi salah satu favorit yang beralasan karena berada di pusat Kota DKI Jakarta, sehingga masyarakat dengan mudah untuk dikunjungi.

Resmi Ditutup, Jakarta Fair Kemayoran 2023 Capai 6,3 Juta Pengunjung

Devi Puspitasari - detikNews

Minggu, 16 Jul 2023 23:27 WIB



Gambar 1.2 Jakarta International Expo (JIEXPO)

Gambar 1.2 menjelaskan, gedung Jakarta International Expo, atau sering disebut dengan (JIEXPO). Gedung tersebut terletak di Ibu Kota DKI Jakarta, Jalan Haji Benyamin Suaeb, Kemayoran. Tempat tersebut sudah lama dibangun daerah tersebut. Maka gedung venue ini telah menginjak usia 31 tahun dan telah berdiri di tempat tersebut sudah lama. Dengan demikian hampir seluruh masyarakat DKI Jakarta dan wilayah sana telah mengenali gedung pertemuan tersebut. (JIEXPO) sendiri selalu dijadikan sebuah ajang tempat Jakarta Fair Kemayoran yang setiap tahun nya selalu diselenggarakan ditempat tersebut.

Tempat ini sendiri sudah lama berada di daerah Ibu Kota DKI Jakarta oleh karena itu masyarakat Indonesia, sudah tau lebih lama tentang gedung ini sebagai tempat diselenggarakan sebuah acara besar, serta dapat digunakan untuk sebuah pernikahan, rapat pertemuan perusahaan, dan konser. Gedung yang terletak pada kawasan jalan Benyamin Sueb, Kemayoran, Jakarta tempat tersebut telah dijadikan sebuah favorit untuk warga sekitar. Hal ini pada umumnya karena sebelum banyak para competitor pada gedung venue tersebut, gedung ini telah dikenal lama oleh masyarakat sampai saat dalam menyelenggarakan sebuah acara.

David Foster Gelar Konser di Sentul, Ini Rincian Harga Tiketnya

Abdul Rahman – Senin, 15 Mei 2023 | 23:17 WIB



Gambar 1.3 Sentul International Convention Center (SICC)

Gambar 1.3 menjelaskan, gedung Sentul International Convention Center atau sering disebut dengan (SICC). Gedung tersebut terletak di Daerah Bogor, Sentul City, Jalan Jendral Sudirman, Cipambuan. Tempat tersebut sudah didirikan sekitar 18 tahun Daerah tersebut, hampir seluruh masyarakat DKI Jakarta dan wilayah Bogor telah mengenali gedung pertemuan tersebut. (SICC) sendiri pernah diselenggarakan berupa konser musik dengan musisi David Foster yang telah diselenggarakan pada tanggal 12 Agustus 2023 lalu. Alasan kuat, konser tersebut diadakan di (SICC) yaitu, dari segi akses tempat ini berada di sebelah pintu toll jagorawi, selain itu tempat ini lebih dominan karena dari segi auditorium dapat menampung 10,000 kursi pada umumnya, maka salah satu konser yang cenderung dalam fasilitas dan lokasi yang strategis.

Oleh karena itu, seluruh mahasiswa diwajibkan untuk mencari sebuah pengalaman yang banyak selama masih berada di kampus Universitas Multimedia Nusantara. Dengan memiliki sebuah pengalaman, kita akan mendapatkan sebuah pembekalan pada diri kita sendiri untuk siap dari segala tantangan dan pengalaman yang kita miliki. Seperti penulis saat ini melakukan sebuah praktik magang di sebuah perusahaan, dengan saya memilih perusahaan yang diinginkan. Saya yakin bahwa saya dapat mengembangkan diri saya sendiri pada pengalaman bekerja saya selama berada di perusahaan ini. Selain itu saya dapat menimba ilmu lebih dalam tentang bagaimana cara melakukan sebuah penjualan & pemasaran produk dengan baik dan benar kepada calon konsumen.

Penjelasan mengenai peran penjualan dalam perusahaan merupakan sebuah tujuan untuk memasarkan suatu produk kepada para konsumen, sehingga efektifitas menjual produk dalam mengelola suatu perusahaan sangat berpengaruh dalam perolehan calon pelanggan. Konsep penjualan merupakan bagaimana cara menjual suatu produk yang dipasarkan, namun di sisi lain menjual suatu produk itu tidak hanya sekedar memasarkan saja akan tetapi konsumen yang ingin membeli produk tersebut dapat dipercaya oleh para konsumen. Sehingga konsep dalam penjual suatu produk yang dipasarkan dalam perusahaan, sangatlah penting dalam pemasukan perusahaan dari hasil pembelian melalui para konsumen.

Sebagai Penjual produk harus bertanggung jawab atas produk yang dipasarkan, yang memiliki tujuan untuk dikenalkan kepada para calon pembeli, agar lebih mengenal produk dan jasa yang dipasarkan. Peran penjualan yang telah berhasil mendapatkan sebuah target pasar atas produk yang dipasarkan, maka perusahaan akan memperoleh sebuah keuntungan dari hasil pendapatan produknya. Sehingga perusahaan dapat memperoleh manfaat dari hasil penjualannya melalui perannya sebagai tenaga penjual dalam dunia bisnis.

Penjelasan mengenai peran komunikasi pemasaran dalam suatu perusahaan. Merupakan suatu kunci strategi suatu perusahaan dalam memasarkan produk. Yang memiliki arti berfungsi untuk membantu tercapainya sebuah target perusahaan dalam memasarkan produknya. Sehingga dengan melakukan sebuah pemasaran yang benar, maka akan mendapatkan sebuah pencapaian dalam penjualan produk yang dipasarkan. Konsep pemasaran dalam perusahaan ini bertujuan untuk membangun dan memasarkan suatu merek kepada kalangan konsumen melalui sebuah social media, iklan, televisi, baliho, radio, promosi dalam bentuk stan pameran.

Peran komunikasi pemasaran dalam dunia perusahaan, yaitu membantu penjualan suatu produk yang dipasarkan. Selain itu memiliki peran untuk membangun sebuah komunikasi dengan para pelanggan, maka dengan membuat sebuah daya tarik konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Maka akan membantu untuk membangun sebuah citra positif kepada para konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Sehingga peran dalam komunikasi pemasaran dalam sebuah perusahaan itu sangat penting dalam bertanggung jawab atas pemasaran tersebut.

Perusahaan bergerak pada bidang *MICE* industri ini, memang terkenal dengan tempat diselenggarakan sebuah acara, dimana pada bagian gedung, masing – masing tempat memiliki luas dan kapasitas yang berbeda, selain itu suatu gedung *venue* dikenal dengan tim support dalam pengelolaan suatu event yang sangat berpengalaman. Selain itu dalam segi ruangan yang dimiliki oleh setiap perusahaan *industry* pada bidang *MICE* sendiri, memiliki kapasitas ruangan yang sangat besar, sehingga dapat menampung banyaknya jumlah pengunjung yang datang. Selain itu pada bagian fasilitas nya sendiri memiliki, telah lengkap, mulai area tempat makan, ruangan tempat ibadah, dan kamar mandi untuk para pengunjungnya .

1.1.2 Alasan pemilihan tempat magang

Alasan saya memilih tempat magang di Indonesia Convention Exhibition (ICE) ini, yang berada di BSD City, kota Tangerang Selatan, adalah. Penulis ingin mempelajari, sebuah perusahaan tersebut, bagaimana cara menjual sebuah tempat yang mereka pasarkan kepada pihak konsumen, sehingga para konsumen dapat tertarik untuk mengadakan sebuah acara di tempat tersebut. Selain itu bagaimana agar mengelola suatu *event* tersebut dapat berjalan dengan lancar, sehingga suatu acara yang di adakan di Indonesia Convention Exhibition bisaberjalan dengan baik dan benar.

Selain itu, saya ingin mempelajari tentang apa kekurangan yang belum teratasi hingga detik ini oleh perusahaan Indonesia Convention Exhibition (ICE) dalam memasarkan suatu produk mereka ke pihak konsumen, dan pihak instansi, dan apa dampaknya hingga saat ini yang belum pernah terselesaikan. Selain itu bagaimana cara mereka sebagai pihak dalam menjalankan sebuah perusahaan, untuk bisa keluar dari permasalahan yang mereka hadapi. Sehingga saya dapat mempelajari semua masalah yang di miliki oleh instansi ini yang menurut mereka sulit untuk di atasi, sehingga sampai detik ini masih belum bertemu akar permasalahannya untuk di atasi lebih lanjut.

Dalam mengelola sebuah bisnis pada bidang jasa penyewaan tempat ini, sehingga dapat dikenali oleh banyak orang, bahkan sampai *international* pun mengetahui tempat ini, bukanlah hal yang mudah. Tempat yang layak untuk di jadikan sebuah acara, dan pada akhirnya mereka semua meyakinkan bahwa tempat *venue* ini dapat menarik perhatian dari kalangan masyarakat. Maka alasan yang saya pilih para perusahaan ini adalah, saya yakin dapat mempelajari bagaimana cara menjalankan sebuah bisnis pada bidang *venue* ini. Sehingga ketika konsumen atau pihak perusahaan yang ingin

mengadakan sebuah acara di tempat tersebut, maka saya dapat mengetahui seperti apa syarat yang harus di miliki oleh penyewa acara, agar dapat di setujui oleh lingkungan setempat dan dapat dijalankan sebuah acara tersebut.

Kesimpulan yang saya dapat katakan bahwa, saya yakin bisa mendapatkan ilmu yang baik dalam mengelola sebuah bisnis pada bidang vendor ini, untuk dapat saya teliti, bagaimana cara memberikan harga yang layak kepada para konsumen, sehingga harga tersebut dapat mencapai target para konsumen, selain itu saya dapat belajar, bagaimana cara mengatur struktur keanggotaan pada perusahaan yang tepat dan jelas, sehingga masing – masing divisi dapat menjalankan tugasnya sesuai bagian nya, seperti contoh, tugas bagian dari pihak penjualan, yaitu menjual produk perusahaan tersebut dan harus mencapai target yang di harapkan.

1.1. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.1.1 Maksud

Maksud penulis memilih tempat kerja magang di perusahaan Indonesia Convention Exhibition yang berada di BSD City, kota Tangerang Selatan ini adalah. Penulis sangat terinspirasi sekali dengan event yang selalu diadakan di perusahaan ini, karena selama ini setiap saya ingin berkunjung ke Indonesia Convention Exhibition untuk melihat event yang di adakan, selalu dipunggut biaya. Sehingga saya memiliki niat untuk melakukan sebuah magang di perusahaan Indonesia Convention Exhibition ini. Karena saya sangat terinspirasi dengan pameran yang bagus dan sukses di tempat tersebut, sehingga saya ingin mengetahui lebih dalam mengenai.

Bagaimana proses pembuatan event, mulai dari pembuatan booth pameran, susunan acara hingga penataan tenant pameran yang cukup tertata. Dengan saya melakukan kegiatan kerja magang di perusahaan ini, saya lebih mengetahui, bagaimana cara membuat event yang benar dan sukses, dan bagaimana cara membuat suatu pameran yang ingin diadakan di *venue* tersebut, dan langkah – langkah apa saja yang membuat suatu syarat agar bisa berjalan nya sebuah acara di tempat tersebut. Lalu bagaimana cara pembuatan tenant booth pameran, dan berapa lama proses pembuatan booth tersebut, sehingga selesai pada hari pelaksanaan acara.

Selain itu alasan saya memilih sebuah perusahaan Indonesia Convention Exhibition (ICE) inimenjadi tempat target utama saya selama ini dalam memilih tempat magang di perusahaan tersebut karena menurut saya cukup menarik, dan dapat belajar

bagaimana cara mengelola sebuah acara yang besar, sehingga acara tersebut dapat berjalan dengan lancar. Selain penulis dapat mengetahui tentang bagaimana cara sebuah pameran agar dapat berjalan dengan kompak tim tersebut. Selain itu saya ingin mengetahui bagaimana cara kerja para tim internal dalam menjalankan segala tugas mereka selama mereka bekerja disana, dan bagaimana cara mereka membagi tugas pekerjaan mereka, sehingga saya bisa mengetahui bagaimana cara kerjanya dan bagaimana mereka dalam menjalankan segala peran dalam tim inti perusahaan.

Menjalankan sebuah kegiatan kerja magang di perusahaan Indonesia Convention Exhibition (ICE) ini, penulis dapat belajar, bagaimana cara sebuah team penjualan dalam bertemu dengan klien, bagaimana cara tim penjualan dalam menjelaskan dan memasarkan Indonesia Convention Exhibiton ini kepada pihak *klien*, sehingga konsumen tertarik dengan produk yang mereka pasarkan, Maka dengan itu saya menjadi lebih mengetahui, bagaimana cara team penjualan dalam melakukan sebuah meeting dengan pihak klien yang ingin membuat suatu acara di (ICE) BSD ini.

Penulis dapat mempelajari bagaimana cara, melakukan penjualan dan pemasaran dengan menggunakan *platform media social*, yang selalu di perbarui dalam pembuatan konten tentang pameran yang sedang berjalan di tempat tersebut, sehingga konten pameran tersebut, disebarakan ke pihak website resmi perusahaan penyedia konvensi dan pameran ini dan social media nya. Ada hal lain yang maksud alasan memilih Indonesia Convention Exhibiton sebagai tempat magang saya, yaitu:

1. Memberikan sebuah pengalaman saya dalam bekerja di perusahaan pada bidang penyelenggara acara.
2. Meningkatkan sebuah kemampuan yang terlatih, sehingga ketika masuk dunia bekerja nanti, dapat memahami bagaimana cara bekerja sesungguhnya.
3. Mencari tau permasalahan dan kekurangan yang ada pada perusahaan tersebut.
4. Memberikan sebuah pengetahuan yang baik, dalam mengelola sebuah bisnis dan macam – macam peran divisi dalam menjalankan segala tugasnya.
5. Belajar hal baru tentang bagaimana cara mengelola sebuah bisnis yang besar.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan kerja magang saya di perusahaan Indonesia Convention Exhibition ini adalah untuk memberikan sebuah pengalaman saya dalam bekerja sebagai vendor di perusahaan tersebut, bagaimana cara mengelola suatu bisnis jasa pameran, dan bisa di jadikan sebuah pengalaman saya pada saat dihadapi oleh para konsumen dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik dan benar, sehingga para konsumen tersebut memiliki kesenangan dalam mengambil sebuah keputusan mereka dalam memilih produk yang telah di pasarkan ini. maka itu saya memilih perusahaan ini menjadi target utama saya dalam mempelajari banyak ilmu dalam bidang penjualan, pemasaran dan cara pengelola sebuah bisnis produk yang di pasarkan sampai mendapatkan target konsumen nya.

1.2. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.2.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis laporan, melaksanakan kerja magang di perusahaan Indonesia Convention Exhibition selama empat bulan dan menghabiskan waktu selama 800 jam kerja, dimulai pada bulan september 2023, sampai dengan desember 2023. Data ini menjelaskan tentang pelaksanaan kerja magang penulis laporan ini sebagai berikut :

Nama Perusahaan	: PT. Indonesia International Expo
Bidang Usaha	: Ruang untuk menyelenggarakan <i>Meeting, Convention dan Exhibition</i>
Alamat	: Jl. BSD Grand Boulevard No.1, Pagedangan, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang
No. Telefon	: (021) 29714600
Divisi	: Penjualan & Marketing Komunikasi
Periode Kerja Magang	: September 2023 – Januari 2024
Waktu Kerja Magang	: Senin – Jumat, 08.30 – 17.30 : Sabtu – Minggu (Opsional)

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang agar dapat mengikuti kerja magang pada perusahaan PT Indonesia International Expo, aturan yang telah diterapkan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara, yaitu sebuah penulis sebagai sebuah syarat sah dalam mengikuti kegiatan magang kampus Merdeka adalah sebagai berikut :

1. Mengajukan sebuah permohonan pengantar dari pihak kampus tersebut melalui prodi fakultas bisnis manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Melakukan pengisian sebuah persyaratan ke pihak *Carrer Development Center* yang terletak di gedung C.
3. Mencari sebuah koneksi kepada orang terdekat saya mengenai, lowongan magang pada instansi perusahaan.
4. Setelah mendapatkan sebuah lowongan pada suatu instansi pada PT Indonesia Convention Exhibition, langsung melakukan sebuah pengajuan Curriculum Vite (CV) berserta surat pengantar dari pihak kampus kepada PT Indonesia Convention Exhibition.
5. Setelah 5 hari pengajuan berkas di kirim kepada perusahaan tersebut, pihak Human Resource Direktur (HRD) PT Indonesia Convention Exhibition. Telah menerima berkas tersebut, sehingga saya menunggu untuk di hubungi dalam melakukan sebuah interview di perusahaan tersebut.
6. Memenuhi panggilan interview pada perusahaan tersebut dan diterima sebagai mahasiswa magang selama 4 (empat) bulan pada PT Indonesia Convention Exhibition.
7. Setelah di terima sebagai status mahasiswa magang pada perusahaan PT Indonesia Convention Exhibition, tanggal 1 september 2023, melakukan sebuah pendaftaran pada system Kampus Merdeka UMN.
8. Memulai sebuah magang di perusahaan PT Indonesia Convention Exhibition, tanggal 4 September 2023 sampai 4 November, pada bidang penjualan.
9. Setelah melakukan perubahan posisi dari penjualan, pada tanggal 4 Oktober 2023 sampai 12 Januari 2024 saya di putar posisi kerja pada bidang marketing komunikasi.
10. Menginput setiap hari pada jam kerja pada website kampus Merdeka UMN yang terjadwal Senin – Jumat, Jam 8:30 Sampai 19:00 Malam, adanya lembur ketika dibutuhkan saja pada Sabtu – Minggu. Jam 8:30 Sampai 19:00 Malam.

11. Melakukan sebuah bimbingan magang oleh dosen pembimbing selama magang dengan bapak Felix Sutisna, S.E., M.M.
12. Membuat sebuah tulisan hasil laporan kerja magang selama berkerja di PT Indonesia Convention Exhibition, sesuai mengikuti aturan yang telah di tetapkan oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara.

