

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kegiatan *Project Improvement* dilakukan di PT. Cerita Cantik Indonesia (PT. CCI). Perusahaan didirikan pada tahun 2017 oleh Emiria Larasati dan Eduardus Adityo Argo Hutomo. Perusahaan membangun media bernama Overheard Beauty guna membagikan informasi terkini juga cerita menginspirasi mengenai *beauty* dan *lifestyle* perempuan melalui konten yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Selama menjalani kegiatan *project improvement*, tim peneliti melakukan berbagai tahapan seperti melakukan analisis permasalahan, menentukan permasalahan prioritas, membuat target perbaikan, menganalisa dengan pendekatan konseptual, mencari tahu penyebab masalah prioritas, dan implementasi solusi perbaikan. Ketika mengidentifikasi permasalahan, tim peneliti melakukan riset dengan mengumpulkan data melalui metode kuantitatif dengan menggunakan *RFM Analysis* dan Google Form untuk menggali data dari informan eksternal serta metode kualitatif berupa *semi structured interview* kepada informan internal perusahaan dan informan eksternal. Setelah analisis pada data, tim peneliti menggunakan alat *severity urgency matrix* untuk memilih masalah utama yang dianggap paling berdampak sehingga mendesak untuk segera diatasi. Dapat disimpulkan bahwa yang menjadi masalah prioritas adalah “Brand Awareness Media Overheard Beauty yang rendah sebagai media beauty” dengan “belum memperkuat optimalisasi komunikasi marketing” sebagai akar masalah yang didapatkan dari diagram tulang ikan dan antar relasi. Konsep utama yang digunakan tim peneliti adalah *brand awareness* yang ada pada konsep *brand equity*, *content marketing*, *influencer marketing*, *campaign marketing*, *IMC*, *social media marketing*, dan *digital marketing*. Kemudian Peneliti merancang tiga alternatif solusi dan menggunakan diagram keputusan untuk membantu menentukan solusi utama yang akan diimplementasikan yaitu pembaruan konten. *Project improvement* berhasil saat dapat meningkatkan skala nilai *brand awareness* media overheard beauty dari sebelumnya 2.9 menjadi 3.6 melalui implementasi pembaruan konten.

EXECUTIVE SUMMARY

Project Improvement activities carried out at PT. Cerita Cantik Indonesia (PT. CCI). The company was founded in 2017 by Emiria Larasati and Eduardus Adityo Argo Hutomo. The company built a media called Overheard Beauty to share the latest information as well as inspiring stories about beauty through organic content that relates to the audience's daily lives. While undergoing project improvement activities, the research team carried out various stages such as conducting problem analysis, determining priority issues, making improvement targets, analyzing with a conceptual approach, finding out the causes of priority problems, and implementing corrective solutions. When identifying problems, the research team conducted research by collecting data through quantitative methods using RFM Analysis and Google Forms to gather data from external informants and qualitative methods in the form of semi-structured interviews with internal company informants and external informants. After analyzing the data, the research team used the severity urgency matrix tool to select the main problems that were considered to have the most impact so that they were urgently addressed. So it can be concluded that the priority problem is "Low Brand Awareness Media Overheard Beauty as a beauty medium" with "not yet strengthening the optimization of marketing communications" as the root of the problem obtained from the fishbone diagram and between relations. The main concept used by the research team is brand awareness in the concepts of brand equity, content marketing, influencer marketing, digital marketing, IMC, social media marketing, and campaign marketing. Then the researcher designed three alternative solutions and used decision diagrams to help determine the main solution to be implemented, namely renewal content. Project improvement is successful when it can increase the brand awareness value of overheard beauty media by increasing the brand awareness value scale from 2.9 become 3.6 through the implementation of renewal content.