

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement bertujuan untuk melakukan perbaikan dengan mencari, dan mengimplementasikan sebuah solusi terhadap permasalahan dalam sisi *branding*. Pantarei trip adalah sebuah unit bisnis baru dibawah Pantarei Communication yang bergerak dalam bidang travel. Untuk mengidentifikasi permasalahan pada Pantarei trip, penulis melakukan riset kualitatif dengan metode *in-depth interview*, dan *focus group discussion*, serta melakukan *competitor analysis* pada perusahaan. Berdasarkan metode tersebut, ditemukan permasalahan utama Pantarei trip adalah kepercayaan konsumen pada *brand* rendah. Selanjutnya penulis menganalisa masalah lebih lanjut untuk mencari akar permasalahan dengan menggunakan metode dalam mencari akar masalah yaitu *fishbone diagram*, dan *inter-relationship diagram*.

Setelah melakukan analisa tersebut, penulis mendapatkan bahwa akar permasalahan tersebut adalah perusahaan belum membuat konsumen *aware* terhadap produk Pantarei trip. Penulis menemukan solusi untuk membuat sebuah rencana *brand activation* yang diserahkan kepada pihak perusahaan untuk membangun *awareness brand*.

Selain solusi ini, penulis juga menemukan tiga alternatif solusi yaitu melakukan komunikasi dengan melakukan *personal selling* dengan komunitas, merancang strategi aktivasi merek dengan membuat *event* bersama komunitas, dan merancang strategi aktivasi merek dengan bekerja sama dalam acara komunitas. Penulis menentukan alternatif solusi terbaik melalui proses pembobotan, dan mendapatkan solusi terbaik adalah untuk merancang strategi aktivasi merek dengan membuat *event* bersama komunitas.

Meskipun rencana dan konsep dari *brand activation* ini telah diberikan kepada pihak perusahaan, penulis tidak dapat menjalankan *brand activation* ini pada periode magang karena keterbatasan waktu dan keputusan perusahaan untuk mengundur *timeline* dari *project* Pantarei trip. Kedepannya, penulis berharap perusahaan dapat membangun *awareness brand* kepada konsumen sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan *sales* dan meluncurkan *trip* perdana.

EXECUTIVE SUMMARY

The objective of Project Improvement is to create an improvement by identifying branding problems and implementing solutions to the problem. Pantarei Trip is a new business unit under Pantarei Communication that focuses on the travel industry. To identify problems in Pantarei trip, authors have conducted qualitative research using in-depth interviews, focus group discussions, and conducted a competitor analysis of the company. Based on this method, authors have found that the main problem of Pantarei Trip, is the lack of trust from the consumers. Furthermore, the authors have analyzed the problem further to look for the root cause of the problem by using several methods such as; fishbone diagrams, and inter-relationship diagrams in finding the root cause of the problem. The problem found is on how to consumer's trust for Pantarei trip.

After conducting an analysis, authors have found that the root cause of the problem was company had not yet made customer aware of Pantarei trip. Based on the problem, the authors found a solution to create a brand activation which is create event with community strategy to help Pantarei trip build their awareness. Other than the recommended solution, authors have found two other alternative solutions that could solve the main problem which are; marketing communication strategy using personal selling, and create brand activation strategy with community event. The author determined the best alternative solution through the weighting process, the best solution is build brand awareness by creating a brand activation.

Although the plans and concepts of brand activation have been given to the company, the author cannot carry out this brand activation during the internship period due to time constraints and the company's decision to postpone the timeline of the Pantarei trip project. Going forward, the authors hope that the company can build awareness for consumers.