

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Sungai Budi Group merupakan pelopor dari perusahaan pertanian di Indonesia. Sungai Budi group dapat dikenal juga dengan nama CV. BUMI WARAS. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1947 dan terus berkembang sampai sekarang hingga menjadi salah satu produsen dan distributor produk konsumen berbasis pertanian terbesar di Indonesia.

Sungai Budi Group merupakan induk perusahaan yang membawahi PT. Sari Segar Husada yang memproduksi produk minuman kemasan air kelapa asli bernama Coco9. Coco9 sendiri merupakan minuman air kelapa dalam kemasan. Minuman kemasan Coco9 ini dibuat dari air kelapa asli dengan menggunakan gula pasir murni dan tanpa pengawet yang dibuat sejak tahun 2017

Pada Project improvement ini penulis mengadakan riset melalui *internal* maupun *external*. Setelah melakukan riset tersebut penulis mendapatkan *insight* yang digunakan untuk mendapatkan hal yang harus dikembangkan dari Coco9. Hasil riset *external* yang disebarkan kepada 120 orang responden yang berada di DKI Jakarta menyatakan 83,3% responden tidak mengetahui Coco9, oleh karena itu penulis ingin mengembangkan *brand awareness* Coco9.

Untuk menyelesaikan masalah tersebut, penulis menggunakan beberapa pendekatan konseptual untuk menciptakan alternatif solusi untuk memecahkan akar permasalahan yang ada pada produk Coco9 terutama dalam hal awareness. Penulis memfokuskan pengembangan brand awareness Coco9 melalui Sosial Media dikarenakan target segment Coco9 yang sesuai dan juga melalui pendekatan konseptual weighted average penulis mendapatkan penggunaan Sosial Media paling efisien dan efektif sesuai jangka waktu yang dibutuhkan.



## EXECUTIVE SUMMARY

Sungai Budi Group is a pioneer of agricultural business in Indonesia. Sungai Budi Group also known as CV. BUMI WARAS. This company was founded in 1947 and continues to grow up until now to become one of the largest producers and distributors of *agricultural based consumer products in Indonesia*.

Sungai Budi Group is the holding company in charge of PT. Sari Segar Husada which manufactures original coconut water bottled beverage products called Coco9. Coco9 itself is a bottled coconut water drink. This Coco9 beverage package is made from real coconut water using pure sugar and no preservatives made since 2017.

In this Project Improvement, authors conducted a research through internal and external. After doing the research, the author gained an insight that was used to get things to develop Coco9. The result of External research to 120 respondents in DKI Jakarta stated that 83.3% of respondents did not know Coco9, therefore the writer wanted to develop brand awareness Coco9.

To solve this problem, the author uses several conceptual approaches to create alternative solutions to solve the root problems that exist in Coco9 products. The author focuses on developing Coco9 brand awareness through Sosial Media due to the appropriate Coco9 target segment and also through the conceptual weighted average approach. The author gets the most efficient and effective use of Sosial Media according to the time period needed.