

## EXECUTIVE SUMMARY

FuckUp Night Jakarta (FUN Jakarta) is a licensed event purchased by Impact Hub Jakarta. FUN Jakarta is a seminar event that promotes failure stories of the speakers. Project improvement research objective is to create a recommendation of effective promotion system with conceptual model, using soft system methodology. This model is expected to fulfil quantity target of every FUN Jakarta. Base theory for this research can be classified into three parts, which is soft system methodology, promotional theories, and general event theories.

During research, there were seven findings of problematic situation. One of the problems is event promotion. Symptoms of the problem is due to unfulfilled visitor target and keep on declining from February 2019 to April 2019. Visitor and speaker opine that the symptoms appear due to lack of promotion from the organizer of FUN Jakarta. Root definition created from this problem is do a system to increase FUN Jakarta's visitor executed by the *Project Manager*, by implementing effective marketing promotion, to fulfil the targeted visitor. From the root definition, it is recommended a conceptual model based on three parts, which consist of identification part, tactical part, and execution and evaluation part.

## RINGKASAN EKSEKUTIF

FuckUp Night Jakarta (FUN Jakarta) adalah lisensi *event* yang dibeli oleh Impact Hub Jakarta. FUN Jakarta adalah *event seminar* yang mengangkat tema cerita kegagalan para pembicaranya. Tujuan penelitian *project improvement* ini adalah merumuskan rekomendasi dalam bentuk model konseptual sistem promosi yang efektif dengan menggunakan *soft system methodology*. Melalui model ini, diharapkan dapat mendatangkan jumlah target pengunjung yang ditetapkan FUN Jakarta. Dasar teori yang digunakan dapat dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu *soft system methodology*, teori promosi, dan teori *event*.

Dalam proses penelitian, terdapat tujuh temuan masalah problematik. Salah satunya adalah permasalahan promosi. Gejala yang ditemukan adalah pengunjung yang tidak sesuai target dan terus berkurang dari periode Februari 2019 sampai April 2019. Pengunjung dan pembicara berpendapat bahwa gejala ini terjadi karena kurang promosi yang dilaksanakan oleh pihak FUN Jakarta. Oleh karena itu, *root definition* yang dirumuskan adalah sistem yang meningkatkan jumlah pengunjung FUN Jakarta yang dilakukan oleh *Project Manager*, dengan cara mengimplementasikan *marketing promotion* efektif, untuk mendatangkan pengunjung sesuai jumlah yang ditetapkan. Berdasarkan *root definition* tersebut, maka peneliti mengusulkan model konseptual yang terdiri dari tiga kelompok, yaitu bagian pertama identifikasi, bagian kedua strategi, dan bagian ketiga eksekusi dan evaluasi.