

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penulis melakukan project improvement di Ghea Fashion Studio yang merupakan tugas akhir serta syarat kelulusan. Ghea Fashion Studio merupakan salah satu fashion brand ternama Indonesia dengan desainer Ghea Panggabean yang dikenal dengan desain print tradisional yang selalu dikembangkannya. Project Improvement yang dilakukan oleh Penulis bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan dalam perusahaan serta memberikan solusi terbaik untuk memberikan perubahan yang positif bagi perusahaan. Hal ini dilakukan dengan memberikan alternatif solusi berdasarkan akar penyebab yang ada dari permasalahan prioritas yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan. Dalam mengidentifikasi permasalahan, Penulis menggunakan metode wawancara, kuesioner, serta observasi langsung untuk mendapatkan insight mengenai permasalahan yang sedang dihadapi.

Permasalahan prioritas yang teridentifikasi pada Ghea Fashion Studio adalah brand awareness terhadap Milenial rendah. Penulis menggunakan fishbone diagram dan interrelationship diagram untuk mengetahui akar permasalahan yaitu, kegiatan aktivasi pemasaran kurang kreatif dan inovatif. Berdasarkan akar permasalahan, Penulis memberikan alternatif solusi untuk menyelesaikan permasalahan melalui pendekatan konseptual yaitu consumer behavior, AIDA, event marketing, The 5W's, brand activation, dan E-interactivity and social media. Berdasarkan hasil perumusan solusi, Penulis mendapatkan alternatif solusi yaitu membuat event marketing, Pop Up Store dan exhibition. Dari alternatif solusi tersebut, Penulis dan pihak perusahaan memberikan bobot penilaian pada setiap alternatif yang kemudian, penilaian tertinggi yaitu 'event marketing'. Implementasi event marketing 'Raya in Ghea' berhasil mencapai target dan terbukti bahwa event marketing dapat meningkatkan brand awareness terhadap Milenial melalui pengukuran pada media sosial Instagram.

EXECUTIVE SUMMARY

The author carries out an project improvement in Ghea Fashion Studio which is the final task and graduation requirements. Ghea Fashion Studio is one of Indonesia's leading fashion brands with designer Ghea Panggabean known for its traditional print designs that have always been developed. Project improvement carried out by the author to solve problems within the company and provide the best solutions to provide positive changes for the company. This is done by providing alternative solutions based on existing roots in priorities that can be applied by the company. In the debate, the author uses interview methods, questionnaires, and direct observation to gain insight into the debates that are taking place.

The priority issue identified in Ghea Fashion Studio is that brand awareness of Millennial is low. The author uses fishbone diagrams and interrelation diagrams to find the root of the problem, marketing activation are less creative and innovative. Based on the root of the problem, the author provides alternative solutions to solve problems that discuss conceptual consumer behavior, AIDA, event marketing, The 5W's, brand activation, and E-interactivity and social media. Based on the results of the solution formulation, the author gets alternative solutions namely making event marketing, Pop Up Store and exhibitions. From the alternative solutions, the author and the company give weight to each of the alternatives later, the highest value is 'event marketing'. Implementation of event marketing 'Raya in Ghea' succeeded in achieving targets and proven marketing events can increase brand awareness of Millennials through measurements on social media Instagram.