

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement merupakan tugas akhir yang memiliki tujuan untuk membantu perusahaan dalam hal mengidentifikasi masalah, menganalisis akar penyebab masalah, serta memberikan alternatif solusi terbaik bagi LIBERICA, khususnya dalam meningkatkan *social media engagement* yang rendah. Pada penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, penulis telah melakukan penelitian secara kualitatif dengan mewawancarai konsumen LIBERICA, baik yang sudah menjadi konsumen *regular* maupun konsumen *non regular*, serta *focus group discussion* terhadap *food blogger*. Selain itu, penulis juga melakukan penelitian terhadap metode komunikasi pemasaran yang terfokus pada media sosial LIBERICA dan kemudian merancang proyek perbaikan melalui aktivitas praktik kerja selama tiga bulan setengah di perusahaan LIBERICA.

Berdasarkan identifikasi dan analisis masalah dapat diketahui bahwa perusahaan tidak memiliki rencana strategi dan pembagian fungsi yang jelas untuk akun media sosial sehingga memiliki *social media engagement* yang rendah. Penulis menggunakan teori komunikasi pemasaran untuk memaksimalkan peran akun media sosial terhadap perusahaan LIBERICA.

Untuk menanggapi masalah yang ada, penulis telah merancang tiga alternatif solusi yang dapat membantu perusahaan dalam menyelesaikan masalah tersebut. Salah

satu dari ketiga alternatif solusi diharapkan dapat menjadi solusi terbaik untuk LIBERICA. Pada penentuan alternatif solusi terbaik telah didasarkan pada skala prioritas dan tingkat kepentingan dari setiap pilihan alternatif. Alternatif solusi terbaik akan diterapkan LIBERICA dalam menjawab permasalahan yang dihadapi.



EXCECUTIVE SUMMARY

Project Improvement is a final assignment which aim to assist the company in terms of identifying the problem, analyze the root cause of the problem, and also provide the best alternative solution for LIBERICA, particularly in improving the low of social media engagement. To support the preparation and writing of this thesis, the authors has conducted qualitative research by interviewing LIBERICA customer, both of regular customer and non-regular customer, as well as focus group discussion with several of food blogger. In addition, the authors also research on methods of marketing communication that focuses on social media LIBERICA and then design the project improvement through the activity of working for three months and a half in LIBERICA.

Based on the identification and analysis of the problem known that the company does not have a strategic plan and a clear function for each of social media accounts so the social media engagement of LIBERICA is low. The authors use the theory of marketing communications to maximize the role of each social media accounts towards LIBERICA.

In response to the problems, the authors have designed three alternative solutions that can help the company in solving the problems. One of the three alternative solutions is expected to be the best solution for LIBERICA. The best alternative

solution could determinate based on the priorities and the level of importance of each alternative. The best alternative solution is a solution that will be implemented by LIBERICA.

