

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement merupakan tugas akhir yang dilaksanakan penulis sebagai salah satu syarat kelulusan penulis sebagai mahasiswa jurusan S1 Event Tourism Universitas Prasetiya Mulya untuk mendapatkan gelar sarjana pariwisata. Dalam pelaksanaan *Project Improvement* penulis menggunakan pendekatan DMAIC untuk menganalisa masalah dan merancang solusi untuk acara Alterstage pada perusahaan Tap Projects.

Dalam mengumpulkan informasi, penulis menggunakan metode *In Depth Interview* dengan beberapa *stakeholder* yang tergabung dalam Alterstage. Informasi yang dikumpulkan kemudian penulis analisa menggunakan *Rich Picture*, kemudian menemukan masalah prioritas menggunakan *Severity Urgency Matrix*. Permasalahan utama yang ditemukan adalah mengenai *awareness* Alterstage yang masih kurang, sehingga konsep yang digunakan untuk membantu tim penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini adalah teori *brand management* dan turunannya. Dengan target perbaikan yang diusulkan penulis adalah pembuatan *brand direction* pada pelaksanaan *event* Alterstage Vol.3.

Setelah menemukan masalah prioritas, penulis melakukan analisa untuk menemukan akar penyebab masalah menggunakan *fishbone* dan *interrelation* diagram, dan telah ditemukan bahwa tidak adanya *brand strategy* menjadi akar penyebab masalah, dan penulis menyarankan untuk membuat *brand direction* Alterstage yang akan dilakukan oleh tim internal Alterstage yang akan dilakukan selama kurang lebih 1,5 bulan.

EXECUTIVE SUMMARY

Project Improvement is the final project carried out by the author as one of the requirements for author's graduation as a student majoring in S1 Event Tourism at Prasetiya Mulya University. In implementing Project Improvement, the author used the DMAIC approach to analyze problems and design solutions for Alterstage, an events held by Tap Projects.

The author used the In Depth Interview method with several stakeholders who are members of Alterstage to get information. The information collected is then analyzed using Rich Picture, to finding priority problems using the Severity Urgency Matrix. The main problem found is regarding project planning, so the concept used in completing this thesis is brand management. With the improvement solution proposed by the author is making brand direction for Alterstage Vol.3.

After finding the priority of the problem, the author conducts an analysis to find the root cause of the problem using fishbone and interrelation diagrams, and it has been found that the absence of a brand strategy is the root cause of the problem, and the author suggests creating a brand direction Alterstage which will be carried out by the Alterstage internal team that will take approximately 1.5 months.