

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Program *Project Improvement* (PI) pada laporan ini dilaksanakan dengan tujuan mengidentifikasi dan menganalisa, serta memberikan alternatif solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh PT. Tridaya Patra Marine (TPM), berkaitan dengan upaya meningkatkan *brand awareness* dan *brand value* terhadap para target konsumennya.

Sebagai pendukung proses penulisan, penulis melaksanakan program *internship* di TPM selama periode bulan Maret 2015 sampai dengan bulan Juli 2015. Kegiatan *internship* tersebut penulis manfaatkan untuk memperoleh segala informasi dan data yang otentik. Berdasarkan data yang diperoleh dan hasil dari observasi yang dilakukan selama menjalankan kegiatan magang, permasalahan utama dari TPM adalah rendahnya aktifitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh TPM sehingga *brand awareness* yang dimiliki TPM rendah. Permasalahan ini bisa menjadi ancaman di masa depan karena dapat berpengaruh dengan berkurangnya konsumen yang disebabkan oleh tidak sadarnya target konsumen dengan adanya merek TPM.

Teori utama yang penulis gunakan sebagai metode analisa adalah "*Integrated Marketing Communication*" yang memaparkan tentang cara mengkomunikasikan pesan. Dengan menggunakan teori-teori tersebut sebagai acuan, penulis

mengusulkan solusi dengan terlebih dahulu mengidentifikasi masalah yang terdapat pada TPM.

Penulis membuat beberapa alternatif solusi untuk *marketing communication* yang bertujuan meningkatkan informasi untuk target konsumen TPM.

Penulis membuat tiga alternatif solusi untuk penyampaian informasi kepada target konsumen. Tiga alternatif solusi tersebut adalah *Event grand launching brand TPM, Press release media, dan Advertising*

Diantara tiga alternatif solusi tersebut, penulis mengusulkan alternatif solusi “mengadakan *event grand launching brand TPM*” sebagai solusi prioritas untuk penyampaian informasi.

Penulis membuat *event* sebagai cara menyampaikan informasi TPM kepada target konsumennya. alternatif solusi tersebut adalah merencanakan pembuatan *event grand launching* untuk menyampaikan pesan “*Your Reliable and Affordable Shipping Partner*” kepada parah target konsumennya melalui media komunikasi *print media*, observasi produk, dan presentasi.

## EXECUTIVE SUMMARY

The main purpose of project improvement (PI) Program written in this report is to identify, analyze, and provide alternative solutions for the problem faced by PT. Tridaya Patra Marine (TPM) in terms of increasing brand awareness and brand value to the target of consumers.

To support the writing process, the writer had an internship program in TPM between March 2015 until July 2015. The writer take advantages during the internship to collect all the needed authentic data and information. Obtained data's and results from observations during the internship showed that the main problem faced by TPM is low activity of marketing communications conducted by TPM so brand awareness of TPM is low .This problem can be a threat in the future because it can influence with a diminution of consumers caused by target audience unconscious by the presence of brand TPM.

The main theories that the writer use as a method of analysis is the "Integrated Marketing Communication" which describes how to communicate message. By using these theories as a reference, the writer propose a solution by first identifying the issues contained on the TPM.

The writer makes some alternative solutions for price information and condition marketing communication to increase information to target TPM consumers.

The writer makes three alternative solutions to deliver information to customers. Three solutions are Grand launching brand of TPM, Press release media, and Advertising.

Among three alternative solutions exists, the writers propose an alternative solution “grand launching event “ as a priority solution to deliver information.

Writer make event as a way to provide information TPM to target of consumer, alternative solutions are planning making event grand launching to convey a message “your reliable and affordable shipping partner” to severe the target of consumers through media of communication print media, observation products, and presentation.