

RINGKASAN EKSEKUTIF

Rangkaian proses *Project Case Improvement* meliputi tahap identifikasi masalah, analisis akar penyebab masalah, dan pengajuan alternatif solusi bagi Trinity Optima Production dalam divisi digital. Tujuan dari proyek perbaikan adalah meningkatkan *engagement* terhadap *brand* Vidi Aldiano pada kegiatan promosi yang dilakukan melalui *website* dan media sosial dengan interaksi yang memberikan efek *viral* secara terus menerus dan berujung pada transaksi atau *action to buy*, hingga dapat meningkatkan pemasukan yang diterima oleh perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh melalui keterlibatan selama magang sebagai *social media executive*.

Dengan identifikasi masalah ditemukan bahwa *engagement* terhadap *brand* Vidi Aldiano pada kegiatan promosi viral melalui *website* dan media sosial, rendah, maka fokus dari tujuan perbaikan adalah peningkatan *engagement* yang berdampak pada pemasukan yang diterima. Alat yang digunakan dalam mengidentifikasi masalah dan menganalisis akar penyebab adalah SIPOC dan *fishbone*. Sebagai landasan pendekatan konseptual, teori yang digunakan yaitu teori promosi, pemasaran viral, *gamification*, dan strategi pengembangan merek. Pada bagian pemilihan alternatif solusi, digunakan metode *weighted scoring*. Dengan rangkaian aplikasi teori tersebut maka solusi terbaik yang dipilih adalah pembuatan program True Vidies Hunt.

Melalui aplikasi terbaik dan rencana satu tahun ke depan yang dijalankan secara disiplin, diproyeksikan divisi digital akan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan *engagement* terhadap *brand* Vidi Aldiano yang juga akan memberikan dampak positif pada pemasukan yang diterima oleh perusahaan.

EXECUTIVE SUMMARY

Conjunction of process within Project Case Improvement includes problem identification stage, analysis of root causes, and submission of alternative solutions for Trinity Optima Production on digital division. The purpose of the improvement project is to improve brand engagement of Vidi Aldiano through promotion activity on website and social media with interaction which gives sustainable viral effect and lead to action to buy, thus increase revenue. The method used in this research is the analysis of quantitative and qualitative data obtained through the involvement during internship as social media executive.

From the problem identification stage, brand engagement of Vidi Aldiano through promotion activity on website and social media is low and selected as main problem, therefore focus of the improvement project is enhancement of brand engagement of Vidi Aldiano which has positive impact to revenue. The theories used to identify the problem and analyze the root causes are SIPOC and fishbone diagram. As the foundation of the conceptual approach, promotion (marketing), viral marketing, gamification, and strategic brand development are used as theories. At the screening process for alternative solution, method of weighted scoring applied. Through the conjunction of applied theories, the best solution selected is establishment of True Vidies Hunt program.

Through the application of the best solution and plan for the upcoming year which expected to be run with full discipline, digital division is projected will be able to give contribution to revenue of company by escalating brand engagement of Vidi Aldiano.