

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Perkembangan perusahaan yang bergerak dalam bidang *event organizer* dalam beberapa tahun meningkat sangat pesat. Berkembangnya industry tersebut didasari oleh berubahnya perilaku manusia yang mulai melihat bahwa sebuah acara merupakan sesuatu yang sangat penting dan harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Di Indonesia, papan iklan merupakan sebuah alat promosi yang sangat efektif dan juga marak dipakai oleh perusahaan besar dikarenakan tingkat efektif yang besar. Maka itu, perusahaan Debindo Mitra Dyantama selaku *event organizer* untuk pameran *franchise* IFRA turut serta menggunakan alat promosi tersebut untuk mengiklankan pameran yang berskala internasional tersebut.

Pengembangan proyek yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan keefektifan dari alat promosi papan iklan dari pameran IFRA. Papan iklan ini mempunyai peran besar dalam menyalurkan nilai dan juga *image* dari pameran IFRA dan juga perusahaan DMD. Peforma dari papan iklan pameran IFRA 2013 masih tergolong rendah dikarenakan pesan yang disampaikan kurang jelas dan juga pengalaman DMD dalam membuat papan iklan masih kecil.

Sebagai pameran yang sudah berjalan selama 8 tahun, IFRA 2013 mengalami penurunan jumlah pengunjung secara drastic, yakni sebesar 50% dari tahun sebelumnya. Setelah dilakukan analisa, didapati bahwa akar masalah dari adanya penurunan jumlah pengunjung tersebut adalah para konsumen yang sudah jenuh dengan rutinitas kegiatan promosi DMD dan eksekusi papan iklan yang belum efektif.

Melihat permasalahan tersebut penulis memberikan 3 rekomendasi yang nantinya akan dipilih 1 yang terbaik untuk diimplementasikan yaitu pendekatan nilai profesional, pendekatan nilai kesejahteraan, dan pendekatan aktualisasi diri. Dengan berkonsultasi dengan *project manager* dan *supervisor* DMD untuk pameran IFRA yaitu Achmat Syah dan Ati Farhani yang menangani proyek ini dan melakukan pembobotan menggunakan *prioritization matrix* dan akhirnya ditetapkan untuk melakukan pembuatan papan iklan dengan pendekatan nilai kesejahteraan sebagai alternatif yang akan meningkatkan jumlah pengunjung pameran IFRA.

Penulis ingin membangun nilai dan juga *image* dari pameran IFRA sebagai pameran *franchise* yang dapat mensejahterahkan kehidupan individual dari calon *franchisee* dan juga turut ikut serta dalam memajukan perekonomian bangsa Indonesia.

Dengan dilakukannya proyek ini diharapkan mampu mendorong jumlah pengunjung dan juga terciptanya *deal* antar *franchisor* dengan *franchisee* dalam pameran IFRA yang selanjutnya. Selain itu, diharapkan juga konsumen dapat melakukan *word-of-mouth* mengenai papan iklan sebagai alat promosi pameran IFRA yang baru dan segar.

## EXECUTIVE SUMMARY

The rise of trend in event Organizer Company has been dramatically increased in this past few years. This development been based on the human behavior that started to see that an event is something that is so important. So important that it must be done best. In Indonesia, billboards are one of promotion tools that is highly effective and also used by many of big companies. Therefore, Debindo Mitra Dyantama Company as an event organizer company for IFRA, a franchise event, also use billboards as their marketing tools to promote the event that has an international scale itself.

This project improvement has one purpose, which is increasing the affectivity of the IFRA's billboard. The billboard for IFRA has a big role to share the value and the image of the event itself and also for DMD Company. The performance of the IFRA's billboard still categorized as low because the message is not clear enough and the DMD Company itself still haven't got enough experience in making such thing.

As an event that has been lived for 8 years, IFRA 2013 has a dramatic decrease numbers of visitor, which are around 50% comparing to last year's visitor. After making some analyzes, the roots of these problems are the consumers that are bored with the monotone marketing activities by DMD Company and the unclear billboard execution.

Seeing this as a big problem, the writer gives 3 recommendations that later will be chose the best to be implemented. The recommendations are professional value, prosperity value, and self-actualization value. Consulting with the project manager and the supervisor for IFRA, prosperity value came as the best solution of them all.

The writer want to build that value and image of the IFRA event as a franchise event that can prosper the individual life of the franchisee and also make part of building the Indonesia's economy to the better point.

With this project, hopefully the number of visitor will increase and also the deal between the franchisor and the visitor will come true. Besides of that, the writer also wants to make a word-of-mouth about the IFRA's billboard as the marketing tool that are new and fresh for IFRA event.

