

## RINGKASAN EKSEKUTIF

*Project Case Improvement* (PCI) memiliki tujuan utama untuk mengidentifikasi masalah, menganalisa akar permasalahan, dan mengajukan alternatif solusi bagi PT L'ORÉAL INDONESIA. Sebagai pendukung penulisan, penulis terlibat langsung dalam proses pencarian data, perancangan, perbaikan, dan pengelolaan proyek melalui kegiatan magang selama sembilan bulan di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi dan survei yang penulis lakukan, masalah yang teridentifikasi adalah tidak efektifnya encoding dan decoding yang ada di dalam *event* MATRIX Look&Learn dan tidak adanya sistem pemasaran yang diaplikasikan untuk memasarkan kegiatan *event* MATRIX Look&Learn sehingga *output* yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan perusahaan.

Untuk itu, pada pemaparan karya tulis ilmiah ini, penulis melakukan tindakan koreksi atas masalah yang penulis temukan dengan mengaplikasikan dua teori yaitu *Integrated Marketing Communication* yang berisi strategi komunikasi pemasaran dan *Event Management* yang memaparkan mengenai proses detail dan beberapa tahap dalam merancang dan membuat sebuah *event*. Pemecahan masalah yang penulis rancang dan buat berdasarkan dua teori diatas adalah sebagai berikut.

1. Perancangan dan pelaksanaan strategi pemasaran dengan menggunakan metode *zero-based planning*.

2. Perancangan, pematangan kembali, dan pembuatan seluruh atribut dalam event.

Dua strategi diatas merupakan alternatif solusi terbaik untuk memecahkan masalah yang penulis temukan karena dirasa memiliki dampak yang paling efektif dan efisien untuk diimplementasikan.



## EXECUTIVE SUMMARY

Project Case Improvement (PCI) has a main purpose to identify problem, analyze the roots of the problem, and provide alternative solutions for PT L'ORÉAL INDONESIA. As part of the support materials, the writer was directly involved in the process of data searching, design, improvement, and project implementation through the nine months of internship with L'Oreal Indonesia.

Based on the observation evidences and survey conducted, the writer found problems that the encoding and decoding of MATRIX Look&Learn event were not effective and the fact there were no marketing system application to promote the event which resulted on output that does not meet the company's expectation.

As described in this paper, the writer conducted corrective actions of issues found using Integrated Marketing Communication (IMC) on promotion strategies and Event Management on the detail process of event making. Both of these problem solving strategies, are:

1. Design and marketing strategy implementation using zero-based planning method.
2. Design, re-design, and development of the whole event attributes.

The writer is confident that these two strategies are the best alternative solutions as they provided the best effective and efficient ways of implementation.