

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project Improvement pada penelitian ini berfokus pada PT. Aksara Sunyi Indonesia atau yang biasa dikenal sebagai Kopi Sunyi, yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang F&B sejak tahun 2018. Dalam upaya untuk menganalisa masalah yang dialami oleh perusahaan, penulis mengupayakan riset secara kualitatif dengan adanya wawancara mendalam untuk pihak internal perusahaan maupun eksternal konsumen. Penulis juga melakukan riset secara kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner ke semua cabang dan akses media yang dimiliki oleh Kopi Sunyi yang tentunya merupakan pelanggan dari Kopi Sunyi. Penulis menemukan masalah utama dari Kopi Sunyi yaitu “Kurangya interaksi antara pelanggan dengan karyawan Kopi Sunyi” dalam menggunakan matrix dampak-urgensi. Landasan Konseptual yang digunakan oleh penulis antara lain adalah bauran pemasaran, komunikasi pemasaran terpadu, 4 bidang pengalaman, AIDA, *customer experience*. Penulis menggunakan diagram analisis tulang ikan (sebab-akibat), alhasil ditemukan akar penyebab dari permasalahan utama perusahaan adalah belum menemukan cara untuk berinteraksi dengan efektif. Dalam upaya untuk mengatasi hal tersebut, penulis membuat tiga alternatif solusi, yaitu alternatif Gaul Bareng Sunyi, alternatif kedua Main Bareng Sunyi, dan alternatif ketiga *campaign* Aku Sahabat Sunyi. Kemudian, penulis menggunakan diagram keputusan guna untuk melakukan evaluasi alternatif solusi dan mengetahui alternatif solusi apa yang paling unggul berdasarkan poin yang diperoleh. Sesuai dengan hasil yang didapatkan, dibuatlah Program Gaul Bareng Sunyi yang diselenggarakan bersamaan dengan acara yang dilakukan di Sunyi untuk menyukseskan program tersebut sebagai solusi terbaik untuk jangka pendek. Kegiatan Program Gaul Bareng Sunyi diimplementasikan pada tanggal 20 Mei 2023 sampai 21 Juli 2023 dan upaya tersebut berhasil untuk dinilai sukses karena berhasil meningkatkan minat interaksi dan mendapatkan rasio manfaat pada program dan acara yang dilakukan dengan menjadikan rata rata interaksi sebagai tolak ukurnya.

EXECUTIVE SUMMARY

Project Improvement in this research focuses on PT. Aksara Sunyi Indonesia, or commonly known as Kopi Sunyi, is a company engaged in the F&B sector since 2018. In an effort to analyze the problems experienced by the company, the author seeks qualitative research with in-depth interviews with internal companies and external consumers. The author also conducts quantitative research by distributing questionnaires to all branches and media access owned by Kopi Sunyi, which of course is a customer of Kopi Sunyi. The author found the main problem of Kopi Sunyi, namely "Lack of interaction between customers and Kopi Sunyi employees" in using the impact-urgency matrix. The conceptual basis used by the authors includes the marketing mix, integrated marketing communications, 4 realms of experience, AIDA, customer experience. The author uses a fishbone analysis diagram (cause and effect), as a result, the root cause of the company's main problem is that it has not found a way to interact effectively. In an effort to overcome this, the authors made three alternative solutions, namely the alternative to Gaul Together Silent, the second alternative to Play Together Silent, and the third alternative to the Aku Sahabat Silent campaign. Then, the authors use decision diagrams to evaluate alternative solutions and find out which alternative solutions are the most superior based on the points obtained. In accordance with the results obtained, a Gaul Bareng Sunyi Program was created which was held simultaneously with the event held at Sunyi to make the program successful as the best solution for the short term. The Gaul Bareng Sunyi Program activity was implemented from 20 May 2023 to 21 July 2023 and this effort was considered successful because it succeeded in increasing interest in interaction and obtaining a benefit ratio in programs and events carried out by making the average interaction the benchmark.