

## ABSTRAK

Nama : Rahdianov Fikri Susanto  
NIM : 44313010036  
Judul : **Perancangan Strategic Planning dalam Digital Brand Activation Pendekar Plastik di Carrefour DKI Jakarta**  
Bibliografi : 5 Bab + 76 Halaman + 12 Gambar + 4 Tabel + 20 Buku + 15 Sumber Lain

Di berlakukannya kebijakan kantong plastik berbayar oleh pemerintah memiliki harapan besar dalam mengurangi jumlah penggunaan kantong plastik di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Namun kenyataannya hal tersebut menimbulkan pro dan kontra di masyarakat sehingga pemerintah harus mencabut kembali kebijakan tersebut. Di Indonesia pengguna kantong plastik telah mencapai angka 700 lembar per orang atau sekitar 10 Milyar lembar kantong plastik yang dikonsumsi per tahunnya. Sementara di DKI Jakarta sendiri Sampah kantong plastik telah menyumbang 15,25% dari total 7.200 ton total sampah yang ada di Jakarta.. gerakan-gerakan sosial lain pun telah bermunculan untuk turut andil dengan mengemban tujuan yang sama namun hasilnya pun masih kurang efektif. salah satu penyumbang kantong plastik terbesar adalah melalui pusat perbelanjaan. pertumbuhan industri ritel yang semakin pesat membuat semakin banyaknya jumlah pusat perbelanjaan di Indonesia terutama di DKI Jakarta. menyebabkan semakin banyak pula jumlah sampah kantong plastik yang dihasilkan. Dan pada akhirnya dampak yang dihasilkan pun semakin kompleks. Oleh karena itu dibuatlah perancangan *Digital Brand Activation* “Pendekar Plastik” ini sebagai solusi baru dalam wadah berbelanja sekaligus sebagai langkah awal dalam pengurangan jumlah kantong plastik yang berlebihan.

Segmentasi utama dari kampanye ini adalah pria maupun wanita berusia 19-35 tahun yang hobi berbelanja secara continuity baik dalam skala kecil, sedang maupun besar, dengan SES A,B,C. konsep yang digunakan berupa *Digital Brand Activation* dengan merancang sebuah wadah tas belanja baru yang ramah lingkungan sebagai fokus utama yang terintegrasi secara langsung dengan media digital (Sosial Media, Website, Mobile Apps). Sehingga secara tidak langsung mereka berbelanja sekaligus telah peduli terhadap lingkungan dengan tidak menggunakan kantong plastik lagi.