

### ABSTRAK

Nama : Muhammad Zaenal Abidin  
NIM : 44313010005  
Judul : **Perancangan Creative Directing Dalam *Brand Activation*  
“Pendekar Plastik” di Carrefour DKI Jakarta**  
Bibliografi : 5 Bab + 93 Halaman + 46 Gambar + 4 Tabel + 24 Buku + 1 Jurnal  
Internasional + 18 Sumber Lain

Kantong plastik merupakan sebuah hal yang masih sangat sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di Indonesia. Hal tersebut menyebabkan Sampah dari bahan plastik merupakan sampah yang paling banyak dibuang dan sudah menjadi bagian dari masyarakat di Indonesia. Kantong plastik sendiri membutuhkan waktu antara 50-100 tahun untuk menguraikannya. Menurut sumber dari Greenation Indonesia, penggunaan rata-rata kantong plastik per orang di Indonesia 700 lembar per tahun, berarti sekitar 100 milyar kantong plastik yang di konsumsi pertahunnya di Indonesia. Dan dari data hasil riset Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta 2016, Sampah kantong plastik telah menyumbang 15,25% dari total 7.200 ton total sampah yang ada di Jakarta. Mall atau Pusat perbelanjaan adalah penyumbang plastik terbesar dan menurut Planolog Universitas Trisakti, Yayat Supriatna, Pusat perbelanjaan di DKI Jakarta sudah tumbuh di luar batasan, ada di Jakarta mencapai 170 lebih dan telah melebihi batas ideal dari jumlah penduduknya. Oleh sebab itu, dibuatlah Perancangan *Creative Directing* Dalam *Digital Brand Activation* “Pendekar Plastik”.

Segmentasi Digital Brand Activation ini adalah Pria-Wanita berusia 19-50 tahun, dengan SES A B C yang target utamanya adalah pria-wanita yang suka berbelanja secara terus menerus dan masih memakai kantong plastik sebagai wadahnya. Big idea yang didapat melalui proses *brainstorming* perancang sebagai *Creative Director* beserta *Strategic Planner* dari pembuatan *Brand Activation* ini adalah Bangga, dimana perancang menyampaikan sebuah Kebanggaan kepada *targer audience* dalam mengurangi penggunaan kantong plastik dengan bersama-sama menjadi Pendekar Plastik. Dari big idea tersebut, perancang turunkan menjadi Bangga Jadi Pendekar Plastik. Perancang membuat tas belanja Pendekar Plastik sebagai medium dan dimasukkan kedalam beberapa media digital online dan offline yang saling terintegrasi yaitu POSM (Point Sales of Material) berupa banner ad dan print ad, Mobile Apps, Social Media, Website dan Social Gathering Event.