



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

ABSTRAK

YULIA INDAH HARFIANI

44313110009

Perancangan Strategi Account Executive dalam Produksi Kampanye Corporate Social Responsibility (CSR) “Holcim EduCare” Tahun 2017

xv halaman + 105 halaman; 8 gambar

Bibliografi: 26 buku (1981-2014); 4 artikel sumber lain

Perancangan ini adalah bentuk ilustrasi kampanye digital dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditujukan ke suatu klien periklanan. Perancang membentuk sebuah tim di mana berperan sebagai *advertising agency* yang mengakomodir klien, dalam hal ini yaitu PT Holcim Indonesia Tbk. Dalam perancangan ini, perancang berperan sebagai seorang *Account Executive* yang bertugas mengelola dan membuat konsep kampanye digital yang efektif dan efisien untuk klien. Dibantu oleh rekan *Creative Director* dan *Media Planner*, perancang berusaha memberikan sebuah perancangan kampanye CSR yang dapat diterima oleh klien dengan menjangkau *target audience* yang dituju, yakni generasi *millennials*.

Big idea yang terbentuk yaitu Holcim EduCare. Perancang membuat konsep bagaimana mengenalkan khalayak kepada sebuah budaya perusahaan dan menjalin hubungan lebih erat melalui kampanye digital yang dibalut dengan tema pendidikan, khususnya pembangunan dan renovasi sekolah. Hal ini didasari karena banyaknya kerusakan sekolah khususnya pada tingkat SD di Indonesia. Maka, sebagai salah satu produsen semen terbesar di Indonesia, Holcim melakukan kegiatan CSR yang mengajak khalayak membangun sekolah bersama, di mana sejalan dengan budaya perusahaan yaitu “*Building Together*” yang diharapkan dapat menciptakan kredibilitas Holcim di mata khalayak.

Perancangan ini menggunakan metodologi riset dan aplikatif langsung terhadap kampanye CSR yang sebelumnya telah dijalankan oleh Holcim serta bertolak ukur pada kompetitor, yaitu sesama produsen semen (*direct*) maupun organisasi yang menjalankan kampanye serupa khususnya dibidang pendidikan (*indirect*).

Dengan perencanaan yang tepat, kampanye CSR Holcim EduCare ini dapat meningkatkan *awareness* terhadap kondisi pendidikan di Indonesia, menjalin *engagement* yang kuat antara Holcim dan khalayak serta membangun kredibilitas (*good imagery*) bagi Holcim.