



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

ABSTRAK

FIRDA NUR ASMITA

44313110039

Perancangan Strategi *Media Planner* Dalam Produksi Kampanye *Corporate Social Responsibility (CSR)* “Holcim EduCare” Tahun 2017

xix halaman + 106 halaman; 19 gambar

Bibliografi: 38 buku (1981-2017); 16 artikel sumber lain

Perancangan kampanye digital ini berawal dari kewajiban PT Holcim Indonesia Tbk untuk melakukan sebuah kegiatan CSR yang mana merupakan tanggung jawab dari sebuah perusahaan. Namun, sebuah CSR juga bisa dilakukan sedemikian rupa agar selain bisa menepati sebuah kewajiban tapi juga mampu memberikan hal positif kepada perusahaan seperti terciptanya engagement yang lebih erat dengan khalayak hingga munculnya kredibilitas sehingga menciptakan rasa kepercayaan dari khalayak akan PT Holcim Indonesia. Akhirnya dibuatlah digital kampanye Holcim EduCare dimana tujuannya adalah untuk membuat khalayak mengetahui kegiatan CSR yang PT Holcim Indonesia lakukan. Selain itu, digital kampanye ini turut melibatkan khalayak dalam kegiatan tersebut, mewujudkan moto yang dijunjung dalam perusahaan yakni *building together* khalayak turut diajak berpartisipasi pasif guna membangun bangsa bersama PT Holcim Indonesia Tbk lewat kegiatan digital kampanye yang dibuat.

Dalam penelitian ini, penulis berperan sebagai seorang perancang strategi media periklanan, yang mendapat tugas merancang sebuah strategi media periklanan yang efisien dan juga efektif untuk klien. Dibantu oleh rekan *Account Executive* dan *Creative Director*, kami berusaha memberikan sebuah perancangan kampanye CSR melalui digital yang dapat diterima oleh klien dan menjangkau target pasar yang sesuai.

Perancangan ini menggunakan metode riset dan aplikatif langsung terhadap media yang digunakan ke target komunikasi dan mempunyai objektif penelitian berpedoman pada AISAS. Konsep digital media membuat penulis membuat sebuah rancangan strategi media yang cocok dengan *target audience*. Microsite, Video Teaser, *Social Media Advertising* dan Google Adword adalah beberapa media yang dipilih untuk menjadi *tools promotion* dalam kampanye CSR Holcim EduCare 2017. *Online Influencer* juga dipakai untuk menguatkan *awareness & engagement* kampanye. Media yang dipilih juga berdasarkan insight dari target audience yang didominasi dari penggunaan media digital. Dengan perencanaan yang tepat, kampanye CSR Holcim EduCare Tahun 2017 ini akan dapat menjadi kampanye digital yang efektif dan efisien untuk PT Holcim Indonesia Tbk.