



**PERANCANGAN STRATEGI CREATIVE DIRECTING
DALAM PRODUKSI KAMPANYE
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
“Holcim EduCare” TAHUN 2017**

SKRIPSI APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi di Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

RAMDANI

44313110013

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ramdani
NIM : 44313110013
Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 September 2017



Ramdani

44313110013



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PERANCANGAN STRATEGI CREATIVE DIRECTING
DALAM PRODUKSI KAMPANYE CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) “HOLCIM
EDUCARE” TAHUN 2017

Nama : Ramdani

NIM : 44313110013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 09 September 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing I

(Ananta Hari Noorsasetya, M. Ikom)

Pembimbing II

(Her Sanyoto, S.Sos)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : PERANCANGAN STRATEGI CREATIVE DIRECTING
DALAM PRODUKSI KAMPANYE CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) "HOLCIM
EDUCARE" TAHUN 2017

Nama : Ramdani

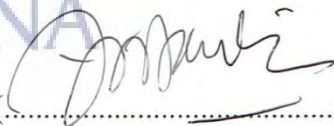
NIM : 44313110013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication


Jakarta, 09 September 2017

Ketua Sidang,
Dewi Sad Tanti, M.Ikom



(.....)

Penguji Ahli,
Ira Purwitasari, M.Ikom




(.....)

Pembimbing I,
Ananta Hari Noorsasetya, M. Ikom



(.....)

Pembimbing II,
Her Sanyoto, S.Sos



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : PERANCANGAN STRATEGI CREATIVE DIRECTING
DALAM PRODUKSI KAMPANYE CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) "HOLCIM
EDUCARE" TAHUN 2017

Nama : Ramdani

NIM : 44313110013

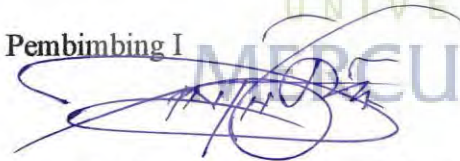
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 09 September 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I



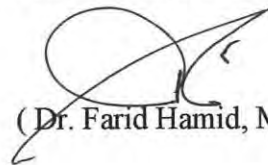
(Ananta Hari Noorsasetya, M. Ikom)

Pembimbing II



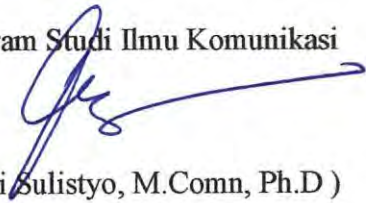
(Her Sanjoto, S.Sos)

Ketua Bidang Studi



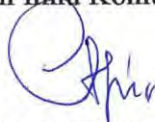
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

Dekan Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur perancang panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini berjudul: PERANCANGAN STRATEGI CREATIVE DIRECTING DALAM PRODUKSI KAMPANYE *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) “HOLCIM EDUCARE” TAHUN 2017, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Fakultas Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang banyak memberikan sumbangan, baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ananta Hari Noorsasetya, S.Sn, M. Ikom dan Her Sanyoto, S.Sos selaku dosen pembimbing yang dengan sabar ditengah kesibukannya selalu membimbing, mengkoreksi serta memberi masukan selama penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Seluruh dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis.
5. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa tiada henti, dukungan, fasilitas, serta motivasi kepada penulis.

6. Arfi dan Firda selaku sahabat, partner skripsi aplikatif yang selalu memberikan semangat dan motivasi tiada henti dari awal hingga akhir perancangan.
7. Rekan – rekan mahasiswa jurusan Marcomm & Advertising Universitas Mercu Buana angkatan 23. *Keep being 'stupid' people, guys!*
8. Fitria NR dan Mas Bobby yang membantu perancang dalam produksi dan semua pihak yang tak dapat perancang sebut satu persatu.
9. Teruntuk Arfi selaku tempat berdiskusi, berdebat, berkeluh, dan sebagian inspirasi. Terima kasih atas segala kesabaran dan waktu untuk selalu mendorong perancang menyelesaikan skripsi ini. Semoga dengan selesainya skripsi ini, menjadi awal menuju jenjang selanjutnya! *Keep being my angel without wings 'Nyet'!*

Di dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis merasa masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, semua kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan penyusunan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa jurusan Advertising & Marcomm, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan semua pihak.

Jakarta, 09 September 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	9
1.3. Tujuan Perancangan	9
1.4. Alasan Pemilihan Judul	10
1.5. Manfaat Perancangan	11
1.5.1. Manfaat Akademis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	11
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1. Komunikasi Pemasaran	12
2.2. Bauran Komunikasi Pemasaran/ Promosi	14
2.3. Advertising	17
2.3.1. Digital Campaign	19
2.3.2. Media Online.....	22
2.3.3. Teori AISAS	23
2.4. Creative Departement.....	24
2.4.1. Copywriter	24
2.4.2. Art Directing	33
2.5. Pemasaran Sosial	41
2.6. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	44

2.6.1.	Konsep Dasar <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	44
2.6.2.	Teori Pelaksanaan CSR.....	46
2.6.3.	Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	48
2.6.4.	Regulasi CSR di Indonesia.....	51
2.6.5.	Ruang Lingkup Pelaksanaan CSR	53
2.6.6.	Kategori Program CSR	56
2.6.7.	CSR Bagi <i>Stakeholder</i> yang Terkait dengan Perusahaan	58
2.6.8.	Manfaat Investasi CSR Bagi Perusahaan.....	66
2.7.	Pendidikan	68
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....		74
3.1.	Tujuan Komunikasi	74
3.2.	Strategi Komunikasi	75
3.3.	Big Idea	76
3.4.	Analisa Spesifikasi Program	76
3.4.1.	Deskripsi Program.....	76
3.4.2.	Spesifikasi Kampanye Periklanan.....	77
3.4.3.	Konsep Eksekusi Karya	77
3.4.4.	Alasan Pemilihan Karya.....	77
3.4.5.	Gambaran Isi Pesan dan Media Promosi	78
BAB IV ANALISIS PROSES		81
4.1.	Tahap Produksi.....	81
4.1.1.	Pra Produksi	81
4.1.2.	Produksi	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		92
5.1.	Kesimpulan.....	92
5.2.	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		xii
LAMPIRAN		xv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Proses produksi logo <i>Holcim EduCare</i>	84
Gambar 4.2 Logo <i>Holcim EduCare</i>	84
Gambar 4.3 Storyboard Videografik <i>Holcim EduCare</i>	87
Gambar 4.4 Proses Editing Pembuatan Videografik	87
Gambar 4.5 Mock Up <i>Microsite</i>	88
Gambar 4.6 Mock Up <i>Facebook FanPage</i>	89
Gambar 4.7 Mock up <i>Instagram Post dan Ads</i>	89
Gambar 4.8 Mock up akun <i>Twitter Holcim EduCare Desktop/Mobile</i>	90
Gambar 4.9 Proses Pembuatan Template <i>Profile Picture</i>	90
Gambar 4.10 Template Profile Picture Desain	91
Gambar 4.11 Mock Up Template Profile Picture Facebook & Twitter.....	91

