

RINGKASAN

Perancangan Media Kampanye *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pengumpulan Sampah Botol Plastik Melalui Konser Musik “Aksi Demi Bumi”

Safta Gunadi¹⁾, Ratno Suprpto²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

Sampah plastik menjadi salah satu permasalahan yang terjadi di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada tahun 2020 Indonesia menghasilkan 67,8 juta ton sampah. Berdasarkan jenisnya, jumlah sampah plastik berada di urutan kedua setelah sampah makanan yaitu sebesar 17%. Ruma Beta Foundation adalah organisasi yang berdiri sejak tahun 2018 di Jakarta, Indonesia. Ruma Beta Foundation bergerak mengangkat isu sosial yang berfokus pada pendidikan, seni, dan lingkungan hidup. Sebagian dana yang mendukung kegiatan Ruma Beta Foundation berasal dari mitra atau kegiatan *corporate social responsibility* (CSR). Seriusnya permasalahan sampah plastik di Indonesia membuat Ruma Beta Foundation membuat sebuah kampanye dengan cara kreatif yaitu memanfaatkan sebuah konser musik sebagai daya tarik utama kampanye pengumpulan sampah botol plastik dengan nama Aksi Demi Bumi. Media kampanye dirancang untuk menunjang kebutuhan penyebaran informasi atau pesan kampanye Aksi Demi Bumi. Pesan atau informasi kampanye disampaikan menggunakan pendekatan informatif dan persuasif melalui media sosial sebagai media utama dan media cetak sebagai pendukung. Perancangan media kampanye ini diharapkan dapat membantu mencapai tujuan kampanye yaitu banyaknya audiens yang ikut serta menonton konser musik Aksi Demi Bumi sehingga sampah botol plastik yang terkumpul lebih banyak.

Kata kunci: Sampah Botol Plastik, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Media Kampanye

Pustaka : 14

Tahun Publikasi : 2005 - 2021