

ABSTRACT

SOCIAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY PLASTICPAY "IMPACTFUL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY" PROGRAM

Ridha Lutfia Cahyani.¹⁾, Isti Purwi Tyas Utami²⁾, Ratna Puspita³⁾

¹⁾ Student of Communication Science Department, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Lecturer of Communication Science Department, Universitas Pembangunan Jaya

³⁾ Lecturer of Communication Science Department, Universitas Pembangunan Jaya

Social marketing that offers programs to address environmental problems is becoming a trend along with the increasing attention of a wide audience on environmental issues. Plasticpay is a digital-based social movement that offers CSR programs for companies. This program was initiated to increase the recycle rate by implementing a circular economy system. This study aims to determine the social marketing communication strategy of the "Impactful Corporate Social Responsibility" program carried out by plasticpay. Communication strategy and social marketing are the main concepts that become the knife of research analysis. The research uses a constructivist paradigm, with a qualitative approach and in-depth interview method. The results showed that Plasticpay applies stages in communication strategies ranging from setting communicators, determining target targets, techniques for compiling messages, choosing communication media and conducting evaluations. As well as optimizing word of mouth communication and sustainability activities. This stage made Plasticpay succeed in attracting 34 companies because the communication carried out was right on target and created leads and awareness.

Keyword: Communication Strategy, Social Marketing, Impactful Corporate Social Responsibility, Plasticpay

Libraries : 37

Publication Years : 2013 – 2022

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL PROGRAM “*IMPACTFUL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*” PLASTICPAY

Ridha Lutfia Cahyani.¹⁾, Isti Purwi Tyas Utami S.Sos, M.I.Kom²⁾, Ratna Puspita, S.Sos, M.Si³⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

³⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Pemasaran sosial yang menawarkan program penanganan masalah lingkungan tengah menjadi tren seiring dengan meningkatnya perhatian khalayak luas pada isu lingkungan. Plasticpay adalah gerakan sosial berbasis digital yang menawarkan program CSR bagi perusahaan. Program ini diinisiasi untuk meningkatkan recycle rate dengan menerapkan sistem circular economy. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran sosial program “*Impactful Corporate Social Responsibility*” yang dilakukan oleh plasticpay. Strategi komunikasi dan pemasaran sosial merupakan konsep utama yang menjadi pisau analisis penelitian. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif dan metode wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Plasticpay menerapkan tahapan-tahapan dalam strategi komunikasi mulai dari menetapkan komunikator, menentukan target sasaran, teknik menyusun pesan, memilih media komunikasi dan melakukan evaluasi. Serta mengoptimalkan komunikasi word of mouth dan kegiatan sustainability. Tahapan ini yang membuat Plasticpay berhasil menggaet 34 perusahaan karena komunikasi yang dilakukan tepat sasaran dan menciptakan leads serta awareness.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pemasaran Sosial, *Impactful Corporate Social Responsibility*, Plasticpay

Pustaka : 27

Tahun Publikasi : 2013 – 2022

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Teori dan Konsep	11
2.3. Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Pendekatan Penelitian.....	25
3.2. Metode Penelitian	26
3.3. Informan Penelitian.....	27
3.4. Teknik Pengumpulan Data	29
3.5. Metode Pengujian Data	31
3.6. Metode Analisis Data	32
3.7. Keterbatasan Penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2. Hasil dan Pembahasan	42
BAB V PENUTUP	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
Lampiran	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bentuk CSR Plasticpay Kolaborasi dengan Alfamart dan Aqua.....	2
Gambar 1.2	CSR Eiger kolaborasi dengan Plasticpay.....	4
Gambar 4.1	Logo Plasticpay.....	35
Gambar 4.2	Program Impactful CSR	38



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Perusahaan yang bekerjasama dengan Plasticpay.....	3
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1.	Tabel Informan Penelitian.....	28
Tabel 4.1.	Deskripsi Umum Informan	42
Tabel 4.2.	Ringkasan CSR program Plasticpay	44
Tabel 4.3.	Ringkasan Komunikasi Pemasaran Sosial	55
Tabel 4.4.	Ringkasan Strategi Komunikasi Plasticpay	74
Tabel 4.5.	Ringkasan Circular Economy Program Plasticpay	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curriculum Vitae.....	93
Lampiran 2 Sertifikat LDK	94
Lampiran 3 Surat Pengajuan Sidang Skripsi	95
Lampiran 4 Screenshot Bimbingan Skripsi.....	96
Lampiran 5 Surat Pernyataan Informan.....	97
Lampiran 6. Bukti Wawancara Informan.....	100
Lampiran 7 Pedoman Wawancara.....	101
Lampiran 8. Transkrip Wawancara Informan 1.....	105
Lampiran 9. Transkrip Wawancara Informan 2.....	115
Lampiran 10. Transkrip Wawancara Informan 3.....	124
Lampiran 11. Open Coding Informan 1.....	128
Lampiran 12. Open Coding Informan 2.....	175
Lampiran 13. Open Coding Informan 3.....	219
Lampiran 14 Axial Coding.....	245
Lampiran 15 Selective Coding.....	272
Lampiran 16 Bukti Unggah.....	301
Lampiran 17 Jurnal	302

