

Perancangan *Cause Advertising* *Campaign* Ecorasa

LATAR BELAKANG

MASALAH SOSIAL

Berdasarkan data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), pada tahun 2023 sampah yang dihasilkan Indonesia mencapai 69,9 juta ton dengan 41,60% berasal dari sisa makanan dan 18,71% merupakan sampah plastik.

Menurut Muhammad Reza Cordova, peneliti Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), lebih dari 60% sampah plastik yang dihasilkan berasal dari plastik sekali pakai, seperti plastik kemasan, botol minuman, dan sedotan.



LATAR BELAKANG



MASALAH DESAIN

Tingginya konsumsi plastik mendorong PT Harapan Infiniti Mulia menghadirkan Ecorasa sebagai bentuk kepeduliannya dalam mengurangi limbah plastik.

Namun, Ecorasa membutuhkan strategi yang tidak hanya fokus dalam hal penjualan produk kemasan biodegradable, tetapi juga dapat memperkuat upaya Ecorasa untuk mendorong perubahan perilaku konsumsi plastik di masyarakat.

LATAR BELAKANG



TARGET KAMPANYE

20-25 tahun

SES B

Jakarta

Sustainability

Willingness to Pay

Pola Konsumsi Plastik

ABOUT BRAND



Ecorasa yang didirikan oleh Shivan pada tahun 2017 di bawah naungan PT Harapan Infiniti Mulia, merupakan brand kemasan ramah lingkungan untuk kebutuhan F&B yang dapat terurai di tanah hanya dalam waktu kurang dari 5 tahun dengan teknologi Oxium yang dimilikinya.

Oxium adalah zat aditif pro-oksidan dari bahan mineral alami yang mampu mempercepat penuaan plastik melalui proses oksidasi, sehingga lebih mudah diurai oleh mikroba dan kembali ke tanah menjadi biomassa, air, dan karbon dioksida.



ABOUT BRAND



PRODUK ECORASA

Produk-produk yang ditawarkan Ecorasa meliputi *biodegradable bowl*, *biodegradable clamshell*, *biodegradable lunchbox* (2 hingga 4 sekat), *biodegradable cup*, *biodegradable lid*, dan *biodegradable straw*. Untuk *bowl*, *clamshell*, dan *lunchbox* memiliki ketahanan dalam *microwave* suhu 120°C (*pre-heat*).

Semua produk Ecorasa sudah terdapat sertifikasi, seperti BPOM, Halal, hingga *foodgrade*. Produk-produk tersebut tersedia baik eceran ataupun per karton yang dapat dipesan melalui *WhatsApp* atau *e-commerce*, seperti *Shopee* dan *Tokopedia*. Ecorasa juga menyediakan *sample gratis* yang dapat diakses dan didapatkan melalui *website official* Ecorasa.

WHAT TO SAY & HOW TO SAY

WHAT TO SAY

The earth is choking in plastic
because of our ignorance

HOW TO SAY

Tone:

Drama & Participation.

Drama ditujukan untuk menyentuh aspek emosional dan membangun empati audiens terhadap isu sampah plastik. Participation ditujukan untuk mendorong keterlibatan aktif audiens (20-25 tahun) melalui interaksi dan aksi nyata agar pesan kampanye terasa relevan dan interaktif.

Approach:

Demonstration, Endorsement, Testimonial, Problem / Solution, Slice of Life, Storytelling, Documentary, Consumer-Generated Creative Content

MEDIA TIMELINE

ATTENTION & INTEREST

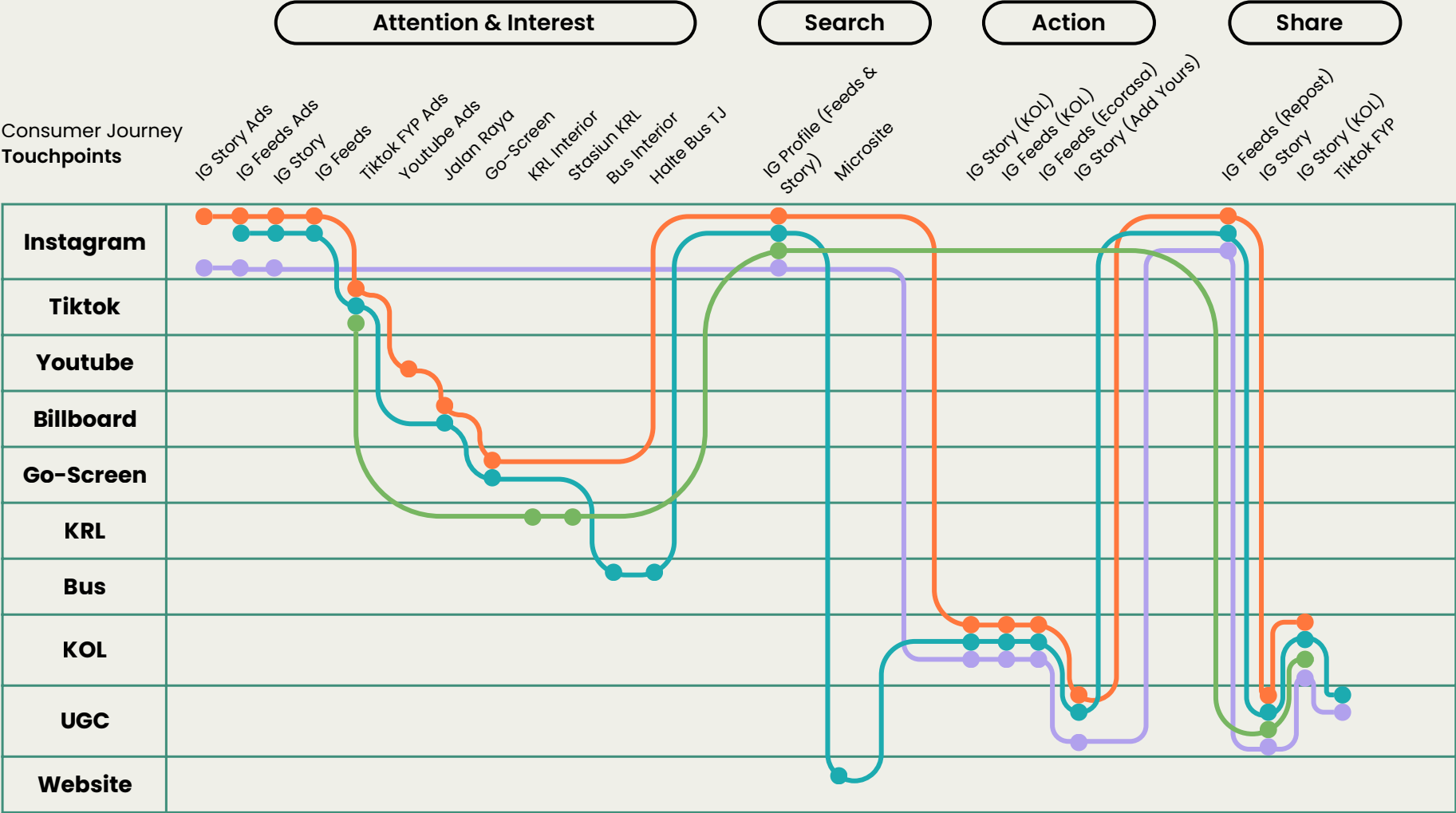
URUTAN	FASE AISAS	Bentuk Media	Jenis Media	Durasi	BULAN 1				BULAN 2				BULAN 3				BULAN 4				BULAN 5				BULAN 6			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	ATTENTION & INTEREST	Instagram Story Ads	TTL	3 bulan																								
		Instagram Feeds Ads	TTL	3 bulan																								
		Instagram Feeds	TTL	6 bulan																								
		Instagram Story	TTL	3 bulan																								
		Tiktok Ads	TTL	3 bulan																								
		Youtube Ads	TTL	2 bulan																								
		Billboard	ATL	3 bulan																								
		Go-Screen	ATL	2 bulan																								
		Poster Wall Branding KRL (Interior)	ATL	2 bulan																								
		Banner Peron Stasiun KRL	ATL	2 bulan																								
		Back Seat Ads Bus TJ (Interior)	ATL	2 bulan																								
		Platform Screen Doors (LED Screen) Halte Bus TJ	ATL	2 bulan																								

MEDIA TIMELINE

SEARCH, ACTION, & SHARE

URUTAN	FASE AISAS	Bentuk Media	Jenis Media	Durasi	BULAN 1				BULAN 2				BULAN 3				BULAN 4				BULAN 5				BULAN 6			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
2	SEARCH	Instagram Feeds	TTL	6 bulan																								
		Instagram Story	TTL	3 bulan																								
		Microsite	TTL	6 bulan																								
3	ACTION	Instagram Story "Add Yours" Sticker	TTL	1 bulan																								
		Instagram Story	TTL	1 bulan																								
		Instagram Feeds	TTL	2 bulan																								
		Instagram Reels	TTL	1 bulan																								
4	SHARE	Instagram Feeds	TTL	2 bulan																								
		Instagram Story	TTL	2 bulan																								
		UGC, Hashtag	TTL	2 bulan																								

CONSUMER JOURNEY & TOUCHPOINT

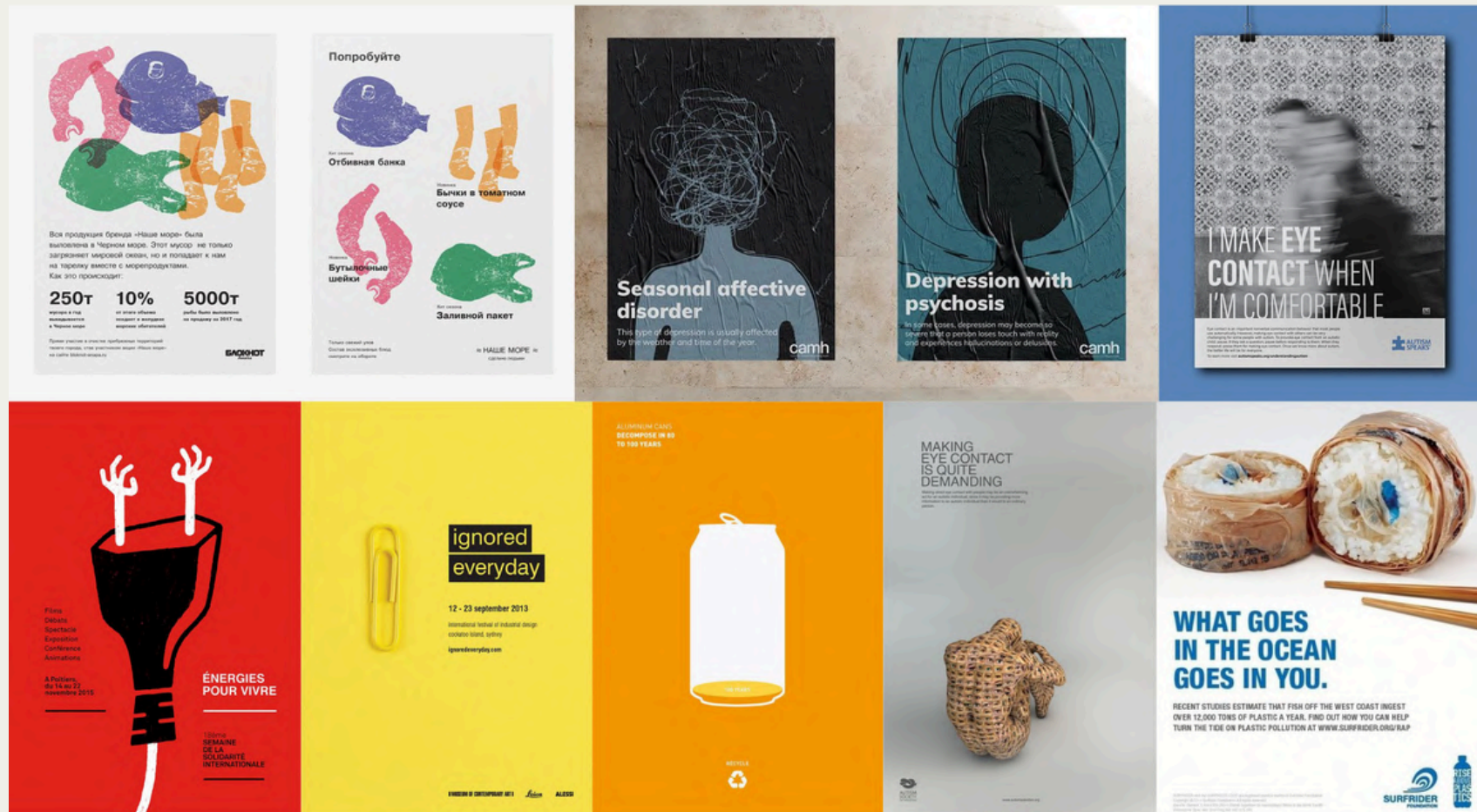


KONSEP

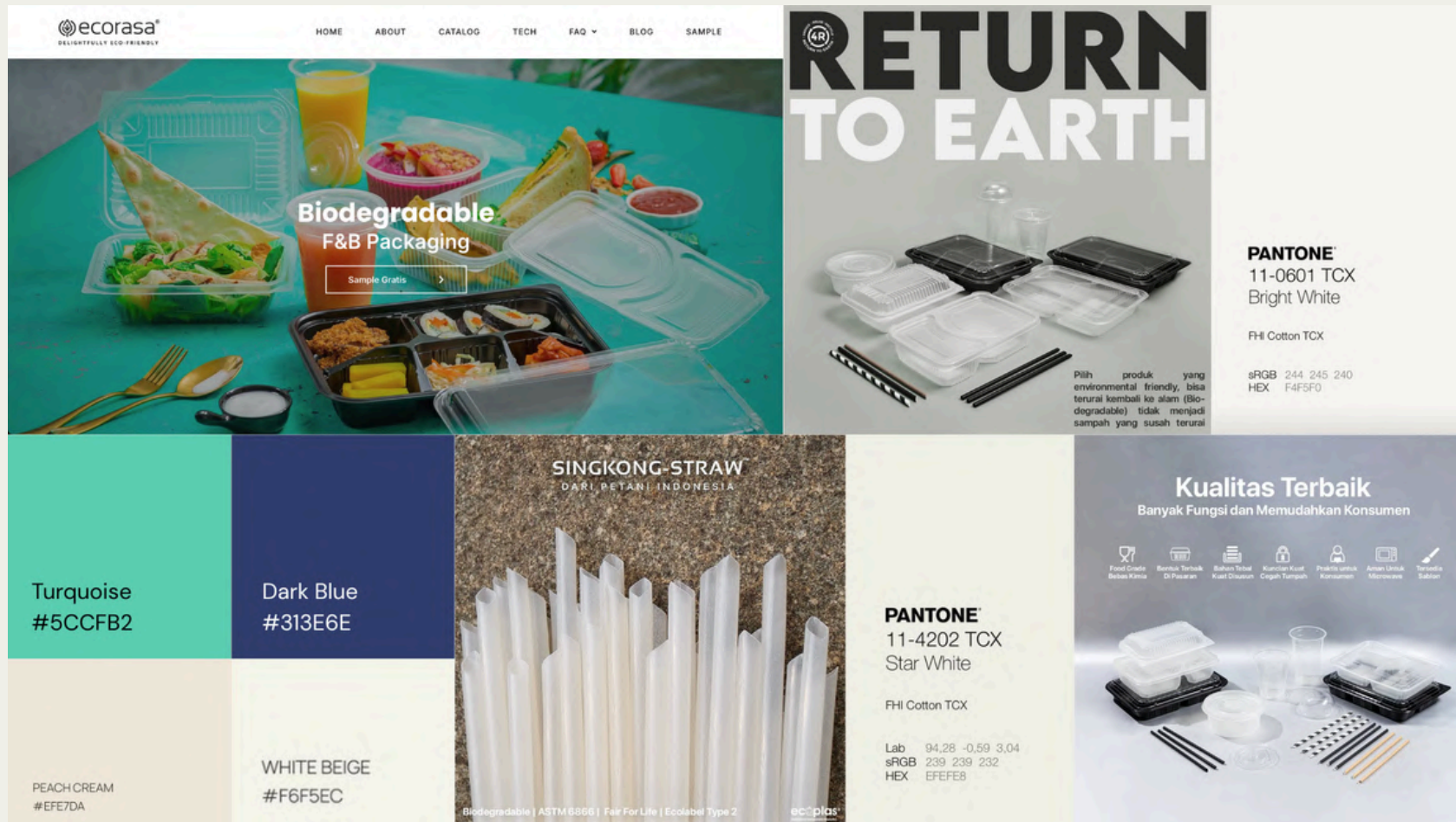
Kampanye ini menggunakan aset kemasan plastik sebagai “kaca pembesar” yang menunjukkan seperti apa kondisi bumi di masa depan jika penggunaan plastik terus meningkat dan tidak ditangani. Di balik penggunaan kemasan plastik sekali pakai yang terlihat “sepele”, ada dampak yang serius dan berbahaya bagi bumi.



MOODBOARD LAYOUT & VISUAL



MOODBOARD WARNA



TIPOGRAFI



Proxima Nova Light

Proxima Nova Light Italic

Proxima Nova Regular

Proxima Nova Regular Italic

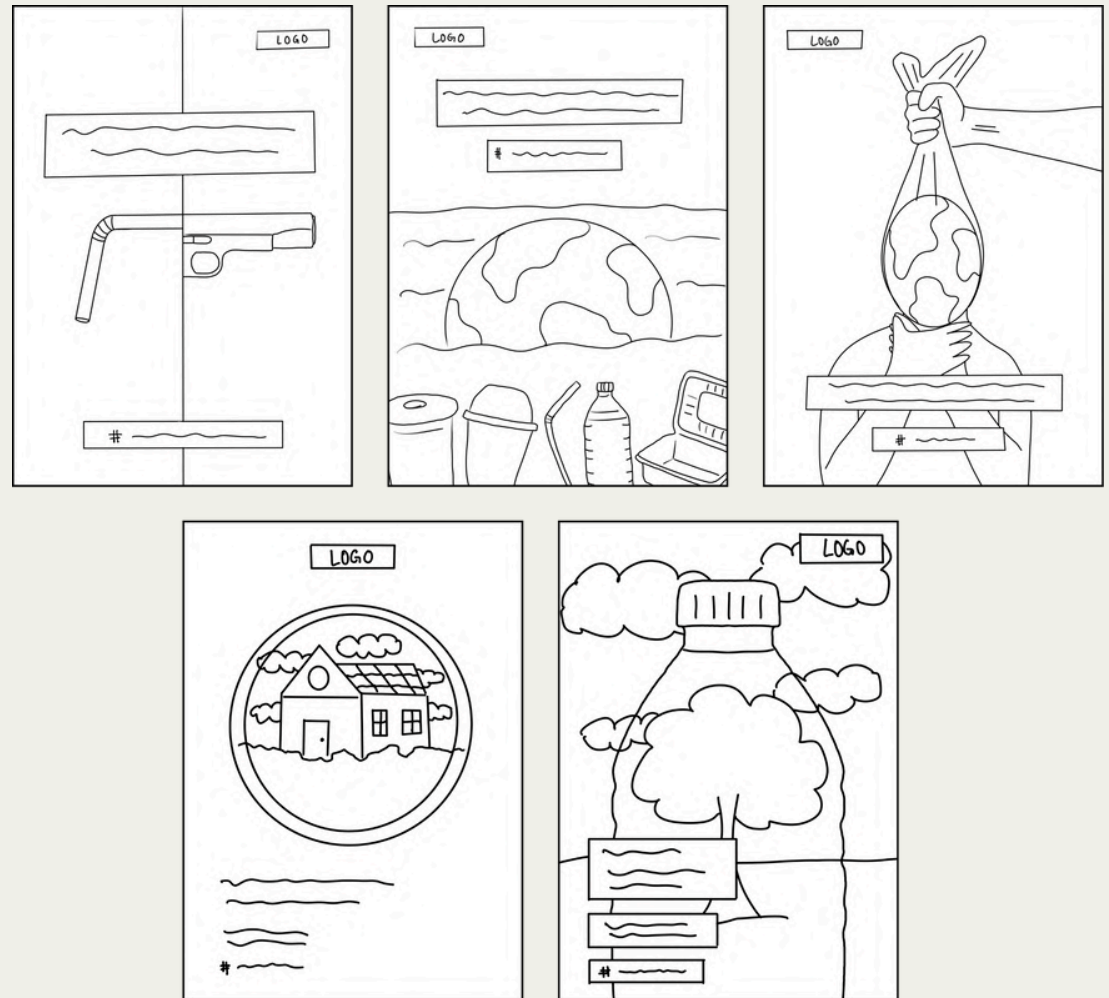
Proxima Nova Bold

Proxima Nova Bold Italic

Proxima Nova Extrabold

KEY VISUAL

ALTERNATIF SKETSA



KEY VISUAL

FINAL



FINAL

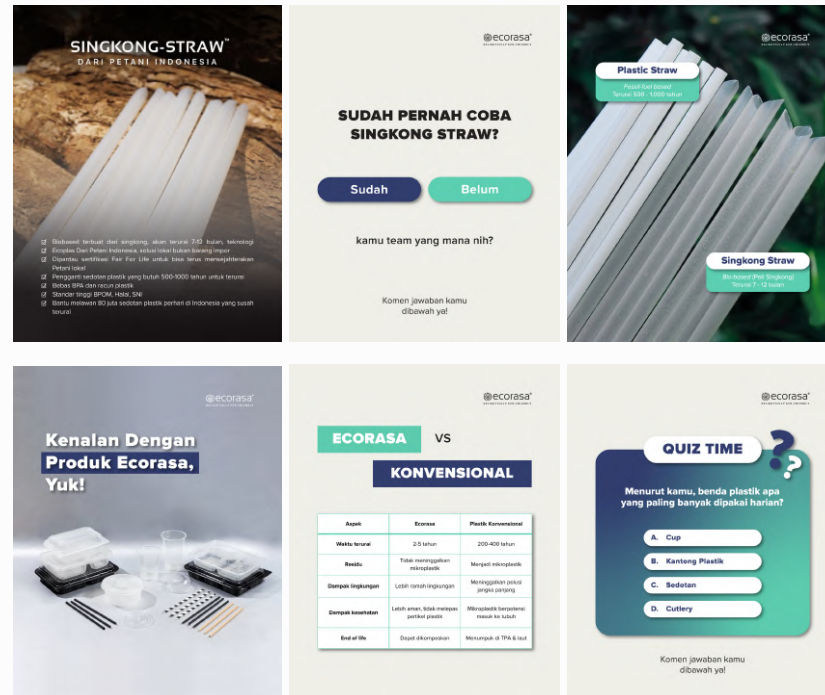
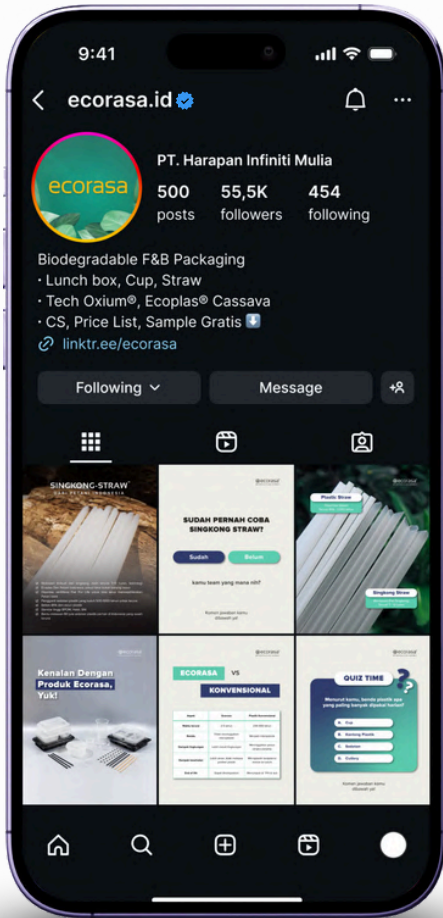


MEDIA PRODUCTION

ATTENTION & INTEREST

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM FEEDS



Ukuran

1080 x 1350 px

Jenis Media

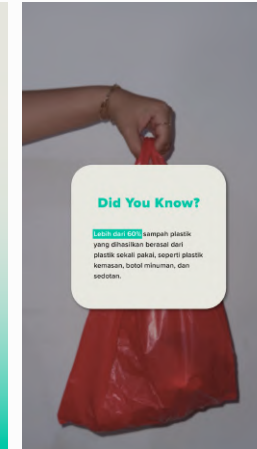
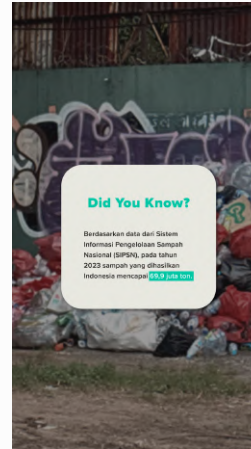
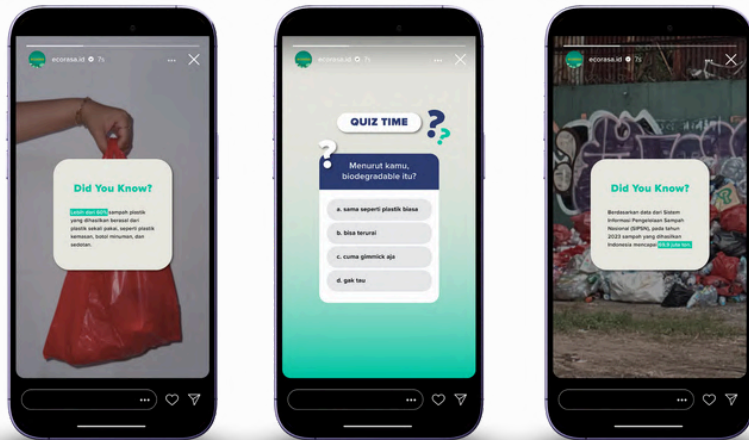
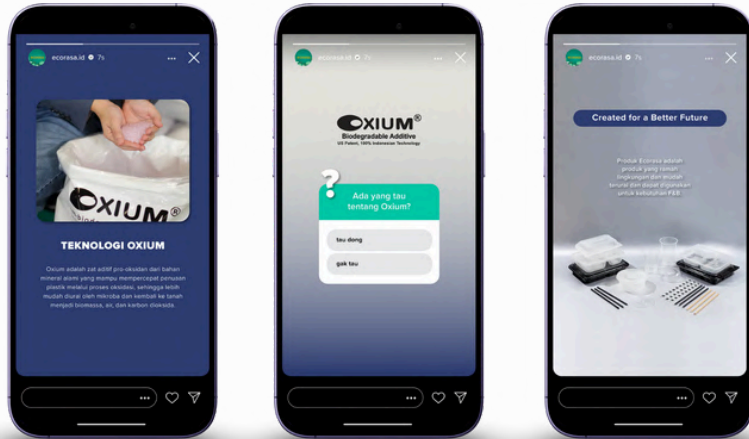
TTL, Digital

Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM STORY



Ukuran

1080 x 1920 px

Jenis Media

TTL, Digital

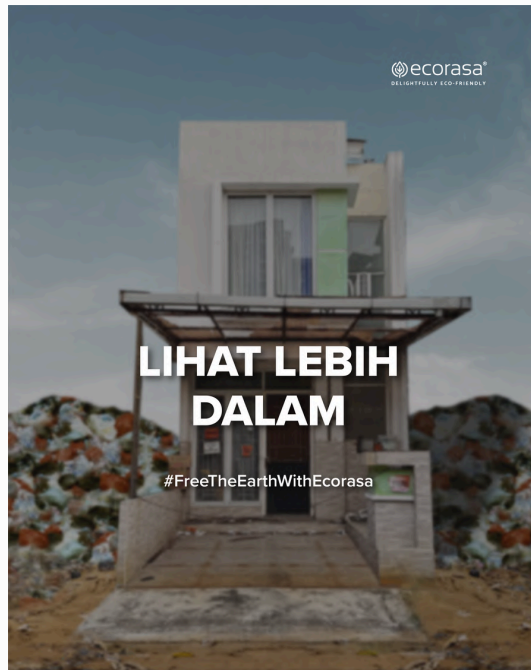
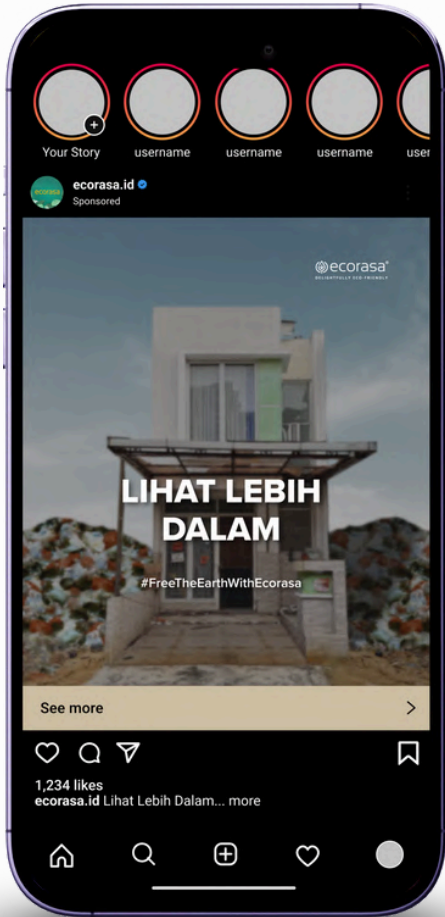
Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

ATTENTION & INTEREST

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM FEEDS ADS



Ukuran

1080 x 1350 px

Jenis Media

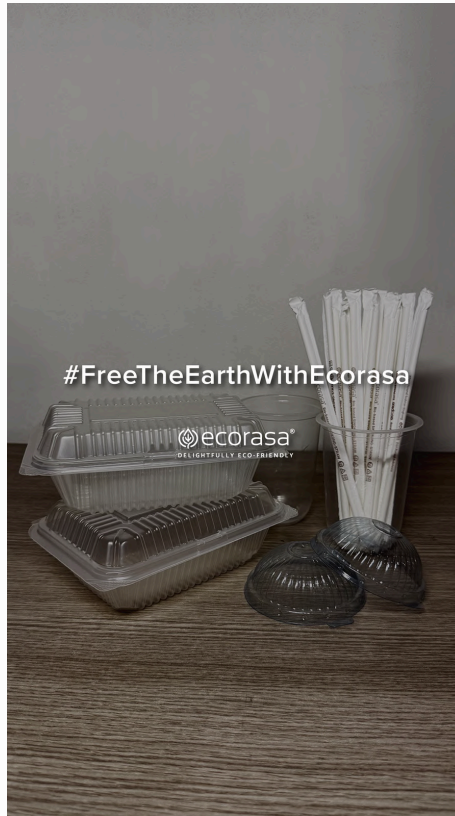
TTL, Digital

Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM STORY ADS



Ukuran

1080 x 1920 px

Jenis Media

TTL, Digital

Lokasi

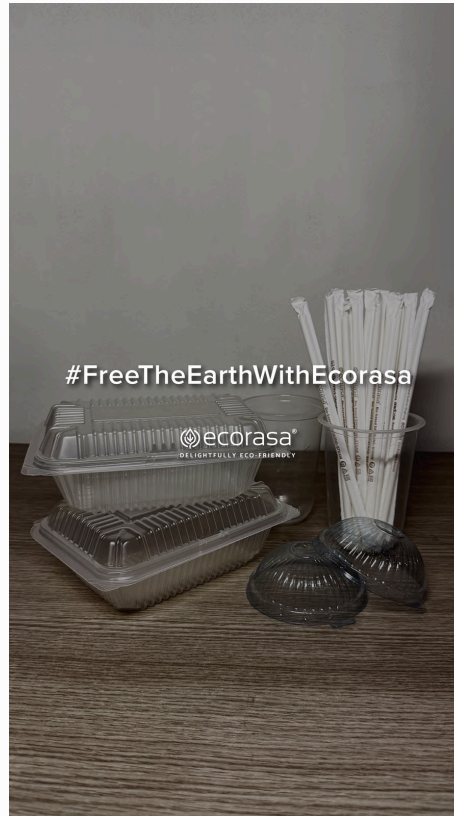
Sosial Media
(Instagram)

Link Video (Mirror)

[Video Ads \(Instagram Story Ads, Tiktok Ads, Youtube Ads\)](#)

MEDIA SEKUNDER

TIKTOK ADS



Ukuran

1080 x 1920 px

Jenis Media

TTL, Digital

Lokasi

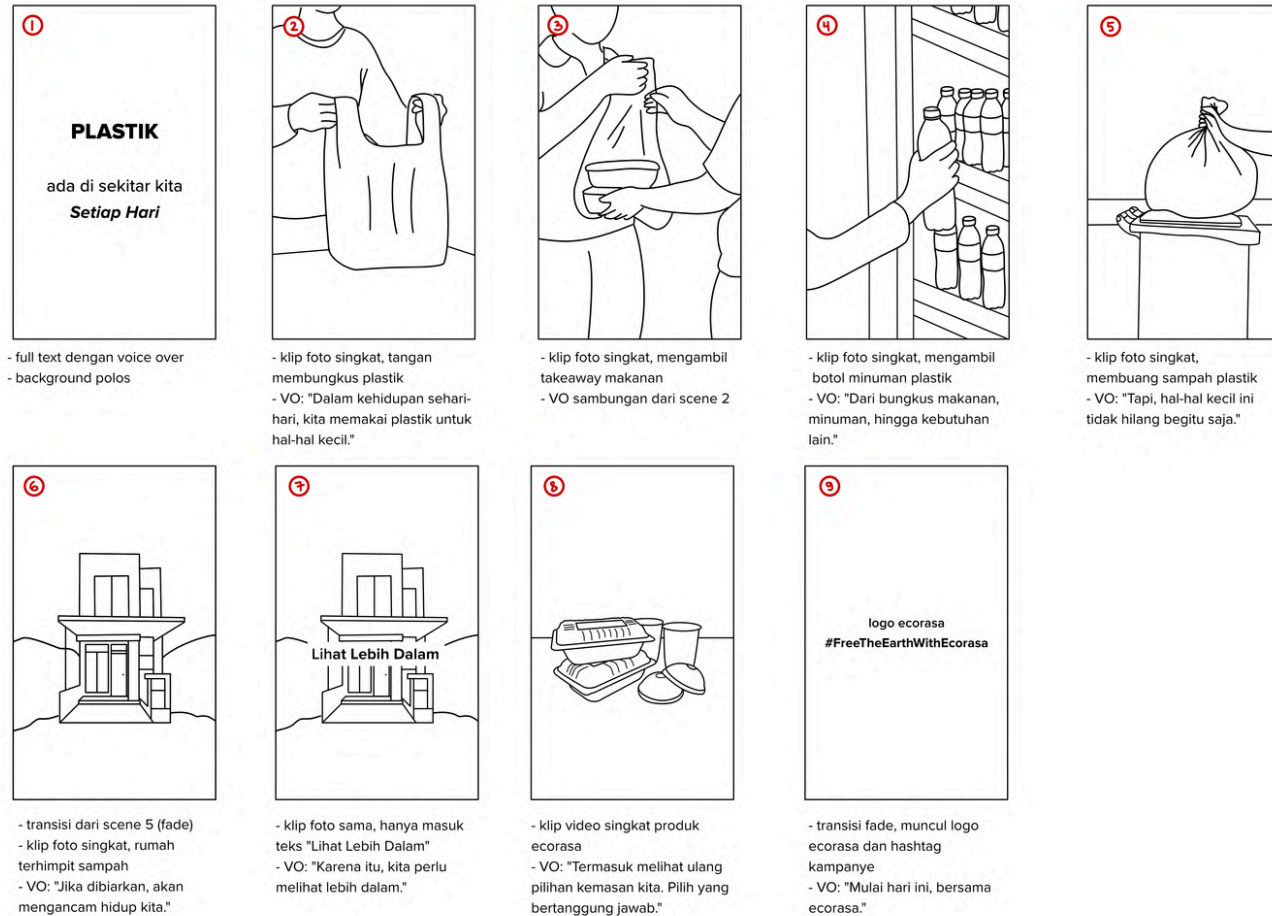
Sosial Media
(Tiktok FYP)

Link Video (Mirror)

[Video Ads \(Instagram Story Ads, Tiktok Ads, Youtube Ads\)](#)

MEDIA UTAMA & MEDIA SEKUNDER

STORYBOARD INSTAGRAM STORY ADS & TIKTOK ADS



MEDIA SEKUNDER

YOUTUBE ADS

Ukuran

1920 x 1080 px

Jenis Media

TTL, Digital

Lokasi

Youtube In Stream,
Non-Skippable Ads

Link Video (Mirror)

[Video Ads](#) ([Instagram Story Ads](#),
[Tiktok Ads](#), [Youtube Ads](#))



MEDIA SEKUNDER

STORYBOARD YOUTUBE ADS



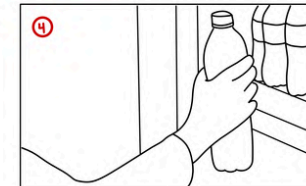
- full text dengan voice over
- background polos



- klip foto singkat, tangan membungkus plastik
- VO: "Dalam kehidupan sehari-hari, kita memakai plastik untuk hal-hal kecil."



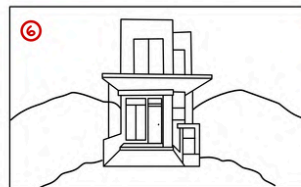
- klip foto singkat, mengambil takeaway makanan
- VO sambungan dari scene 2



- klip foto singkat, mengambil botol minuman plastik
- VO: "Dari bungkus makanan minuman, hingga kebutuhan lain."



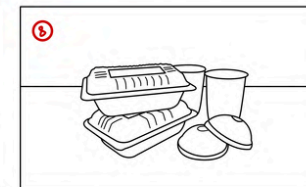
- klip foto singkat, membuang sampah plastik
- VO: "Tapi, hal-hal kecil ini tidak hilang begitu saja."



- transisi dari scene 5 (fade)
- klip foto singkat, rumah terhimpit sampah
- VO: "Jika dibiarkan, akan menjadi ancaman untuk hidup kita."



- klip foto sama, hanya masuk teks "Lihat Lebih Dalam"
- VO: "Karena itu, kita perlu melihat lebih dalam."



- klip video singkat produk ecorasa
- VO: "Termasuk melihat ulang pilihan kemasan kita. Pilih yang bertanggung jawab."



- transisi fade, muncul logo ecorasa dan hashtag kampanye
- VO: "Mulai hari ini, bersama ecorasa."

MEDIA SEKUNDER

BILLBOARD

Ukuran

Jenis Media

Lokasi

10 x 5 m

ATL, Cetak

Tol Jakarta-Tangerang, Jalan Scientia Gading Serpong



MEDIA SEKUNDER

GO-SCREEN



Ukuran

20 x 40 cm

Jenis Media

ATL, Digital

Lokasi

Jakarta, Tangerang (BSD, Gading Serpong)

MEDIA SEKUNDER

BANNER PERON STASIUN KRL

Ukuran

400 x 120 cm

Jenis Media

ATL, Cetak

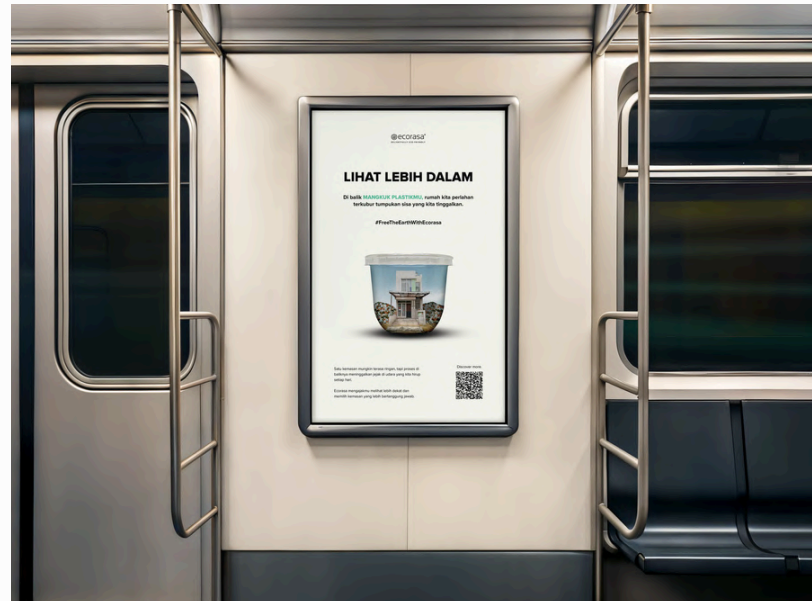
Lokasi

- Stasiun Tanah Abang
- Stasiun Palmerah
- Stasiun Kebayoran
- Stasiun Pondok Ranji
- Stasiun Jurang Mangu
- Stasiun Sudimara
- Stasiun Rawa Buntu
- Stasiun Serpong



MEDIA SEKUNDER

WALL BRANDING POSTER KRL (INTERIOR)



Ukuran

51 x 80 cm

Jenis Media

ATL, Cetak

Lokasi

Interior KRL (di dalam), KRL Jakarta - Serpong Line

ATTENTION & INTEREST

MEDIA SEKUNDER

PLATFORM SCREEN DOORS (LED SCREEN) HALTE BUS TJ - BRT

Ukuran

137 x 80 cm

Jenis Media

ATL, Digital

Lokasi

- Harmoni
- Sarinah
- Blok M
- GBK
- CSW
- Dukuh Atas
- Bundaran HI
- Kota
- Juanda

LIHAT LEBIH DALAM

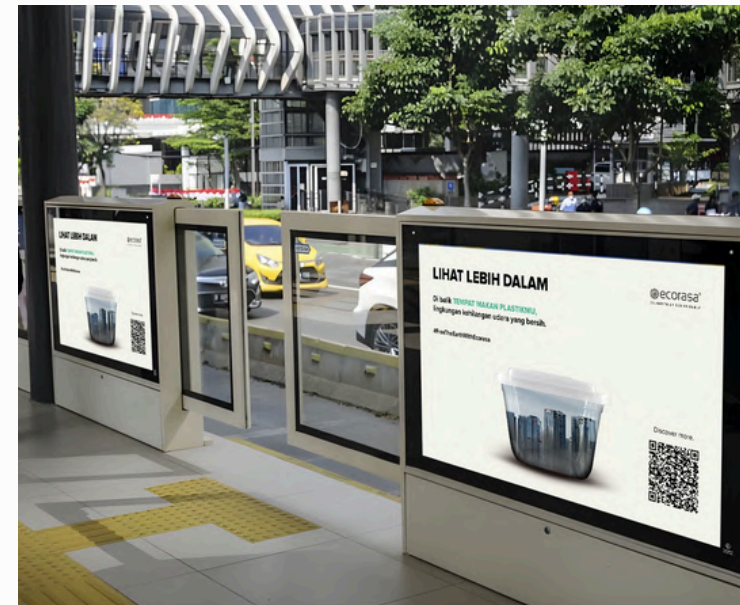
ecorasa®
DELIGHTFULLY ECO-FRIENDLY

Di balik **TEMPAT MAKAN PLASTIKMU**,
lingkungan kehilangan udara yang bersih.

#FreeTheEarthWithEcorasa



Discover more.



MEDIA SEKUNDER

POSTER BACK SEAT ADS BUS TJ (INTERIOR)

Ukuran

30 x 40 cm

Jenis Media

ATL, Cetak

Lokasi

Interior Bus TransJakarta (di dalam)

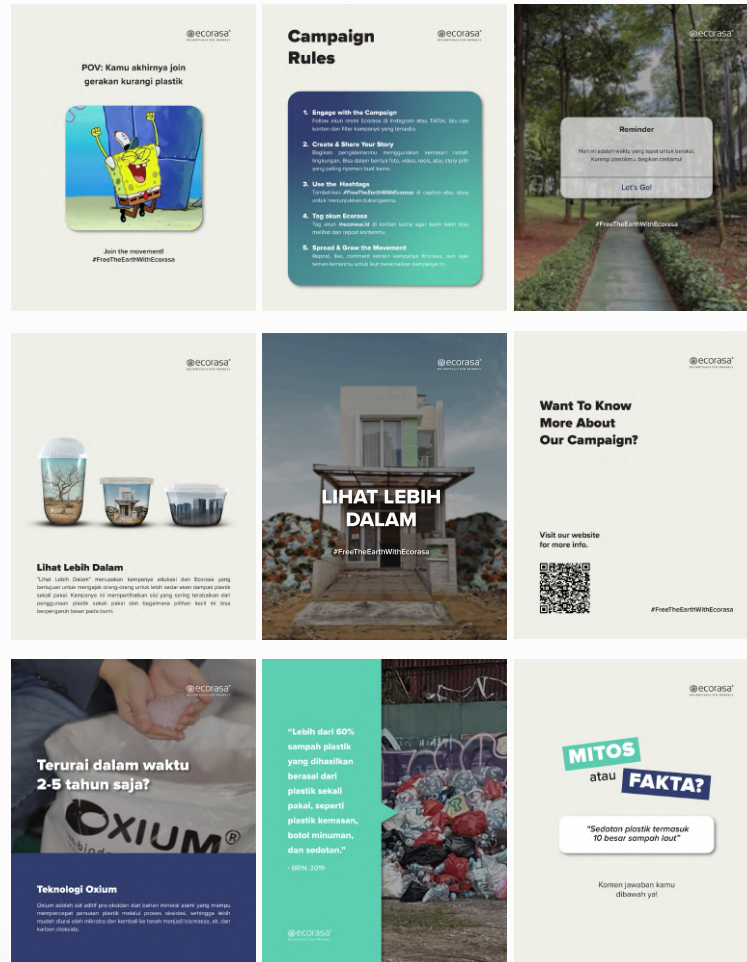
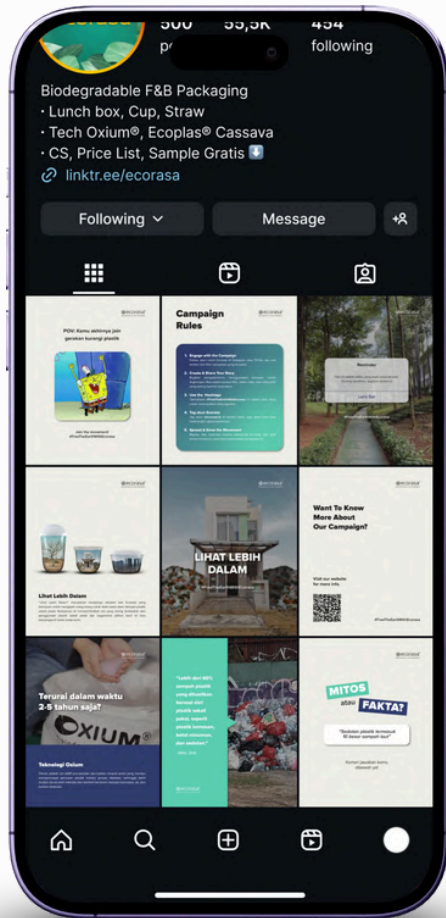


MEDIA PRODUCTION

SEARCH

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM FEEDS



Ukuran

1080 x 1350 px

Jenis Media

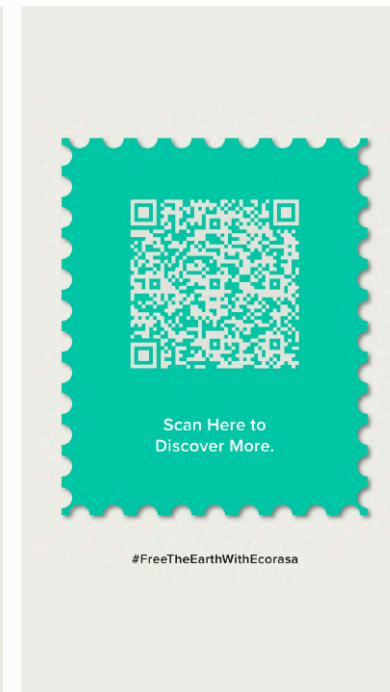
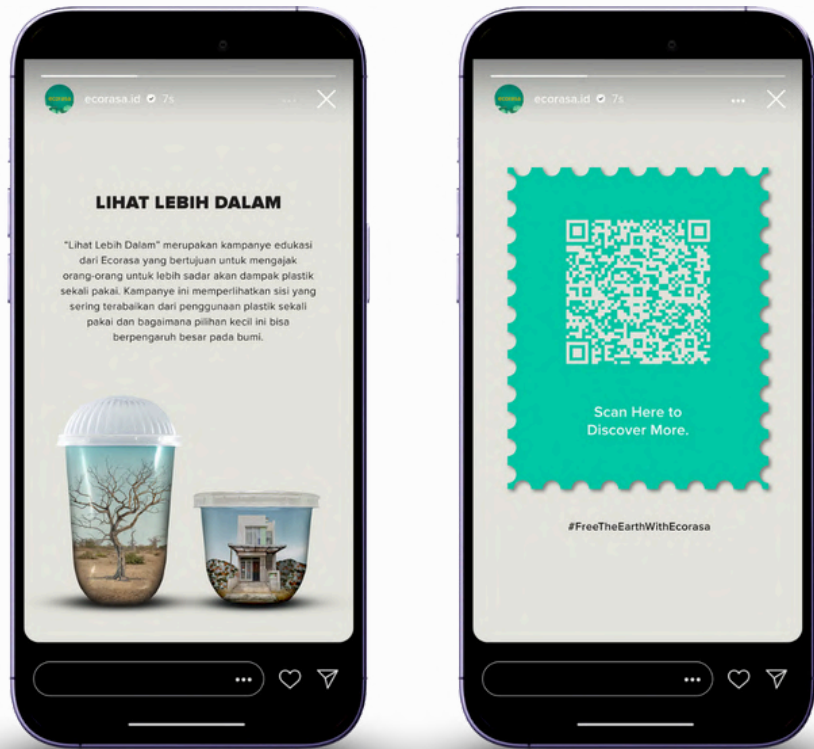
TTL, Digital

Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM STORY



Ukuran

1080 x 1920 px

Jenis Media

TTL, Digital

Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

MEDIA SEKUNDER

MICROSITE

Ukuran

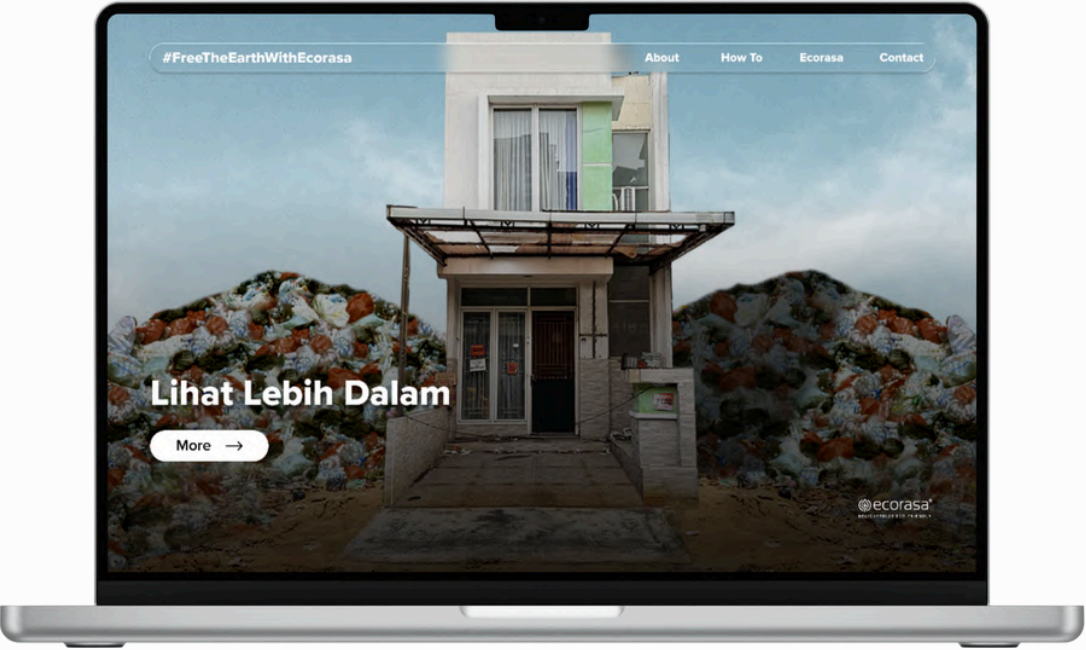
1440 x 1024 px

Jenis Media

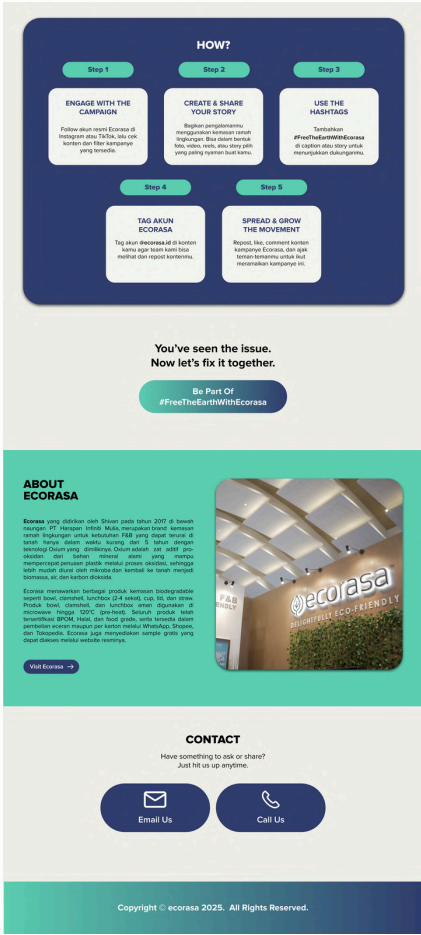
TTL, Digital

Lokasi

Domain Microsite, Online



QR Code



Link Figma

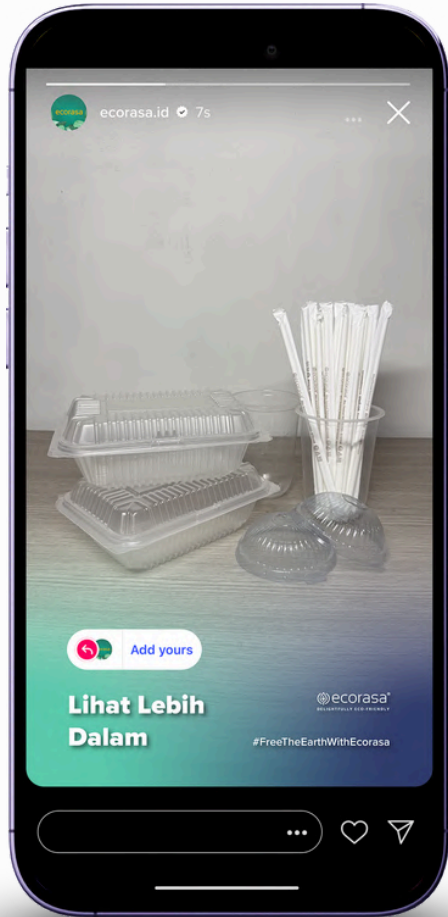
[Microsite Kampanye](#)
[Lihat Lebih Dalam](#)

MEDIA PRODUCTION

ACTION

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM STORY STIKER “ADD YOURS”



Ukuran

1080 x 1920 px

Jenis Media

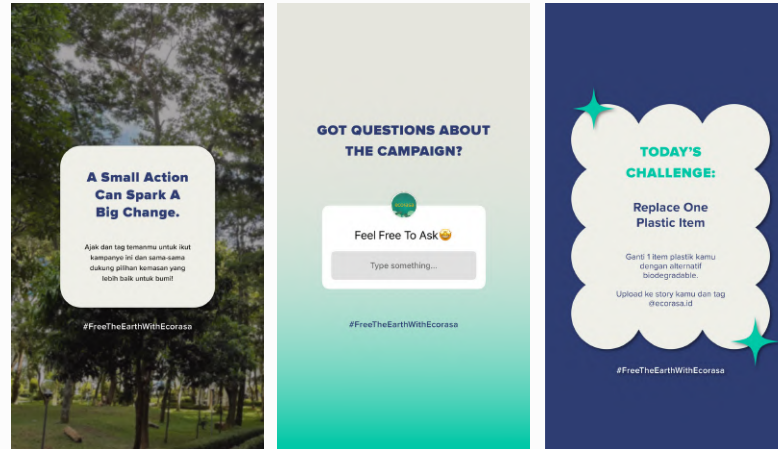
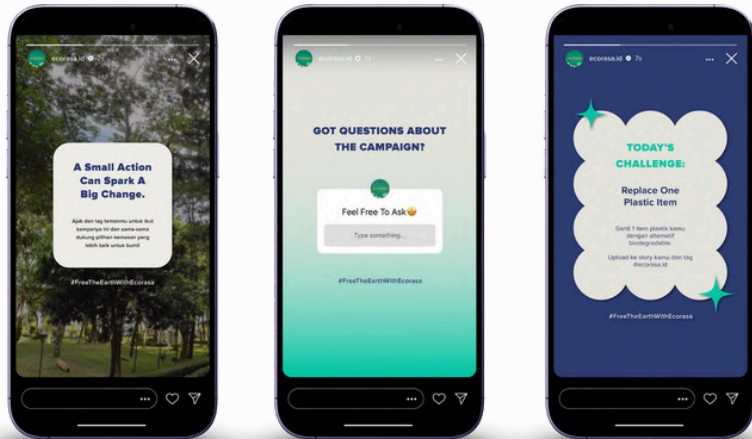
TTL, Digital

Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM STORY



Ukuran

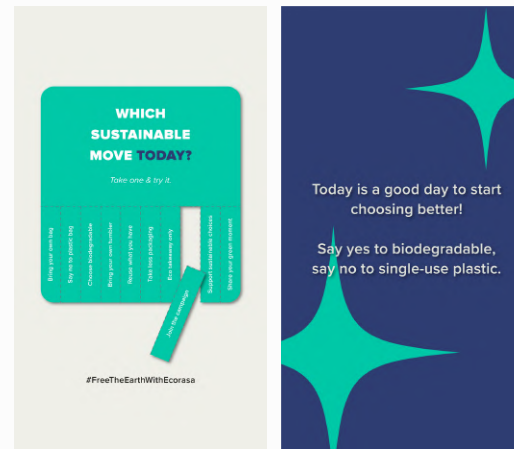
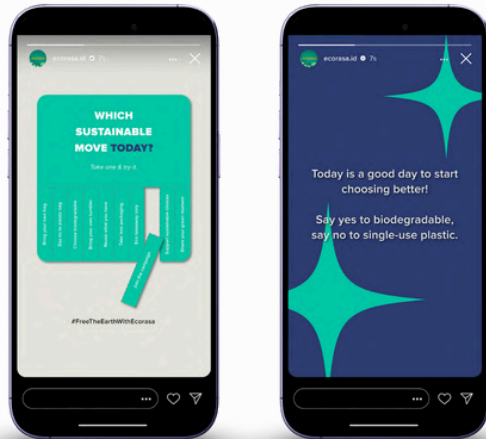
1080 x 1920 px

Jenis Media

TTL, Digital

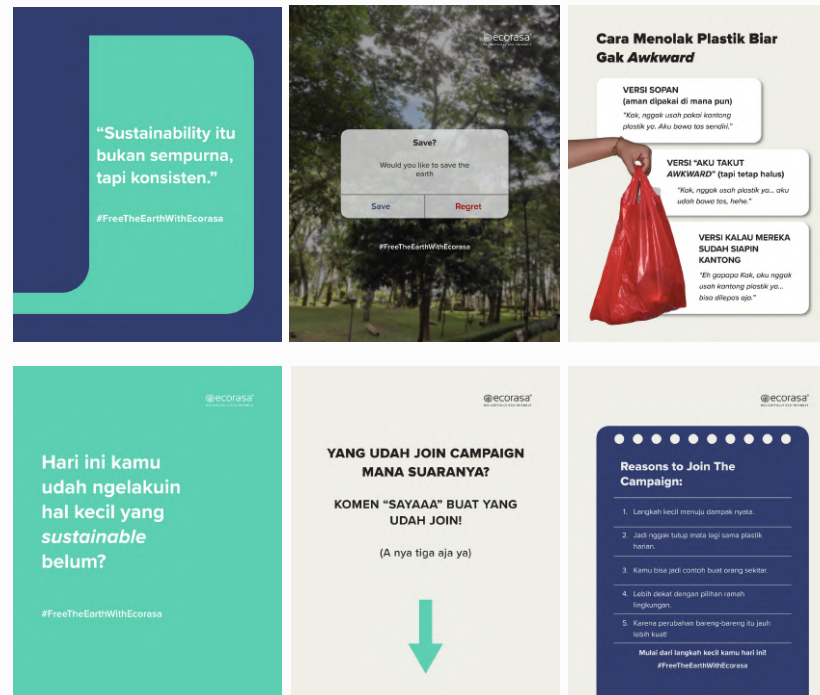
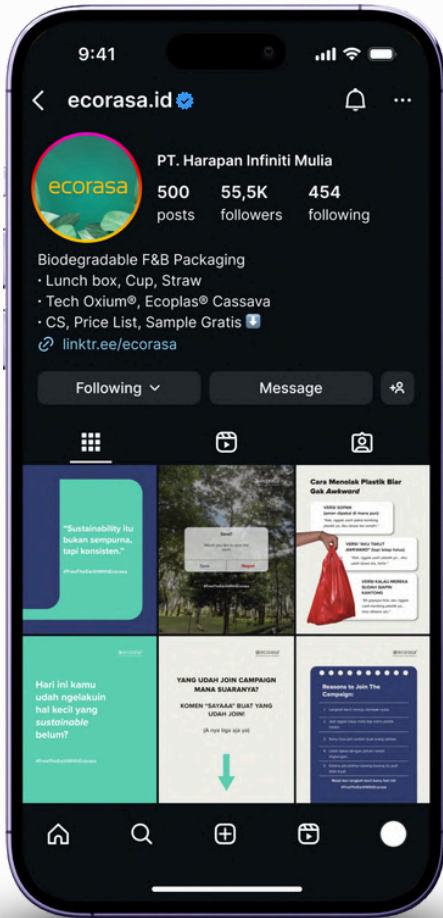
Lokasi

Sosial Media
(Instagram)



MEDIA UTAMA

INSTAGRAM FEEDS



Ukuran

1080 x 1350 px

Jenis Media

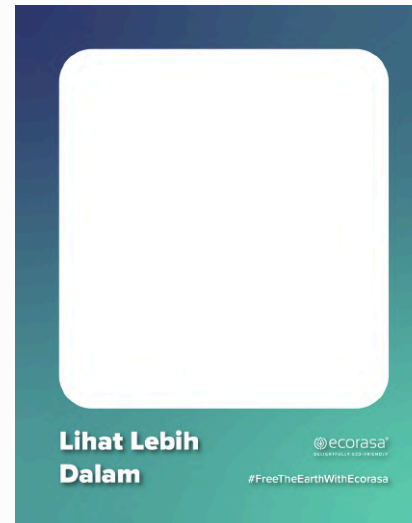
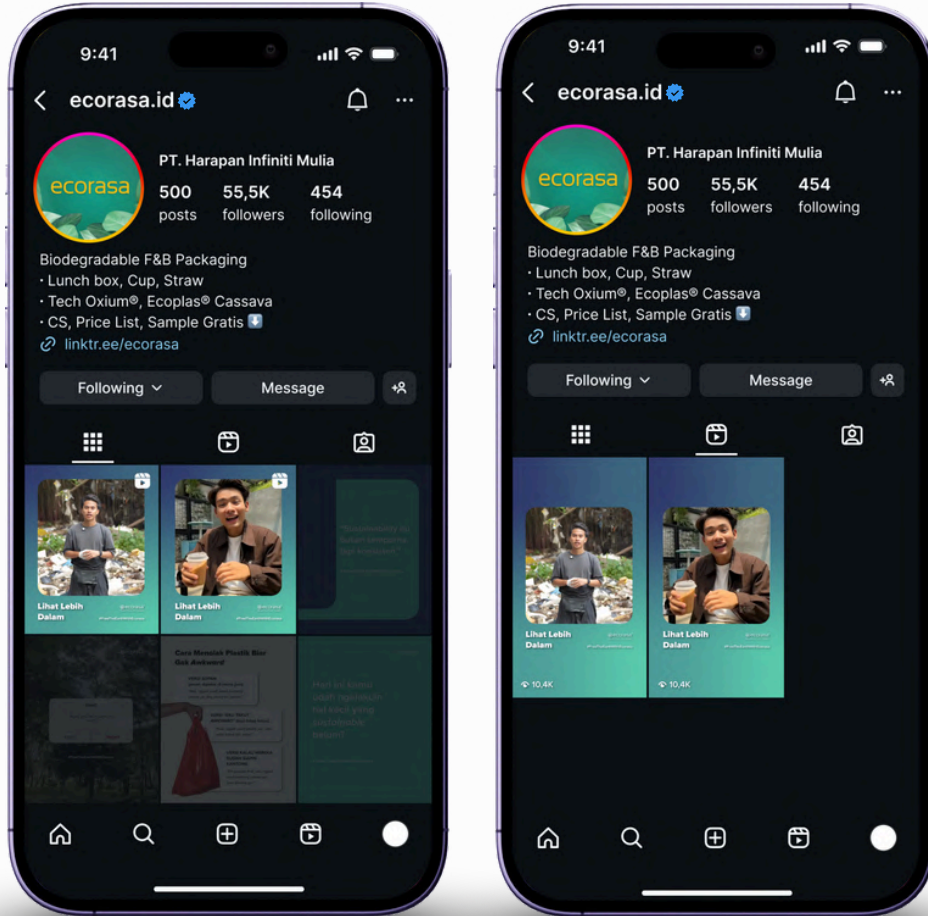
TTL, Digital

Lokasi

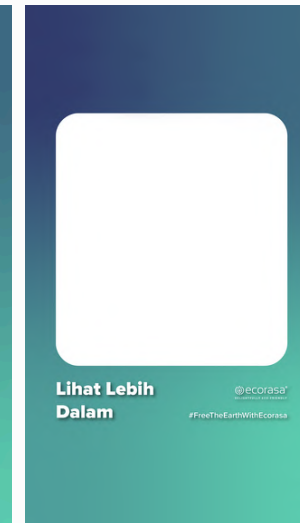
Sosial Media
(Instagram)

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM REELS (COVER)



Jika dilihat dari IG Feeds



Jika dilihat dari IG Reels

Ukuran

1080 x 1920 px

Jenis Media

TTL, Digital

Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

SCRIPT KOL (ENDORSEMENT)

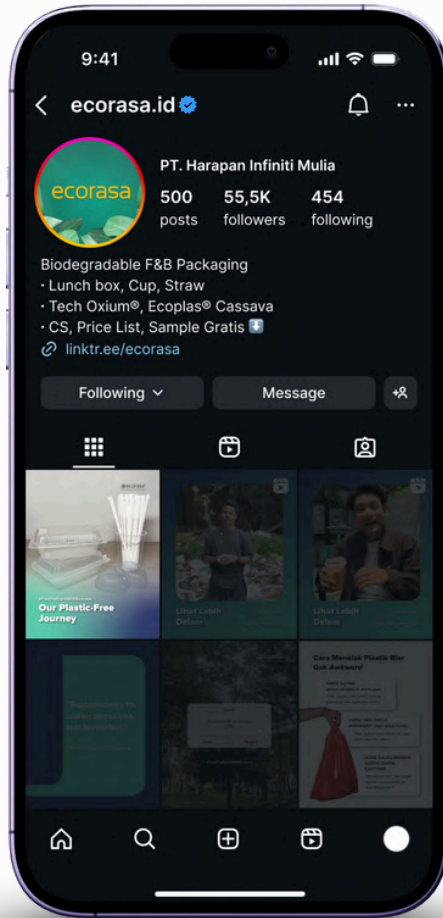
Pandawara Group	Frame 1: <i>Guys, kita udah sering liat seberapa banyak tumpukan sampah plastik, udah tau juga gimana dampaknya buat lingkungan kita. Nah, pas tau ada Ecorasa yang bikin campaign "Lihat Lebih Dalam", kita rasa ini suatu hal yang perlu kita support bareng-bareng.</i>
	Frame 2: <i>Ini saatnya kamu buat ikut ambil aksi! Yuk, bareng Pandawara Group, ikut sebarin pesan ini. Share konten ini, tag Ecorasa dan temen-temen kalian, jangan lupa juga buat gunain hashtag #FreeTheEarthWithEcorasa. Kita tunggu cerita kalian!</i>
Jerhemy Owen	Frame 1: <i>Guys, aku yakin banyak dari kalian yang udah awaredengan masalah plastik dan seberapa bahayanya plastik bagi sekitar kita. Nah, aku mau kasih tau kalian tentang kampanye yang diadakan oleh Ecorasa. Nama kampanyenya itu "Lihat Lebih Dalam" dan menurutku ini adalah waktu yang tepat untuk kita ambil langkah dan jadi agen perubahan.</i>
	Frame 2: <i>Yuk, bareng sama aku, ikutan kampanye ini. Caranya gimana? Share pesan ini, repost, tag Ecorasa, gunakan hashtag #FreeTheEarthWithEcorasa, dan tag temen-temen kalian biar makin banyak yang sadar kalo isu ini bukan hal yang sepele!</i>

MEDIA PRODUCTION

SHARE

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM FEEDS



Ukuran

1080 x 1350 px

Jenis Media

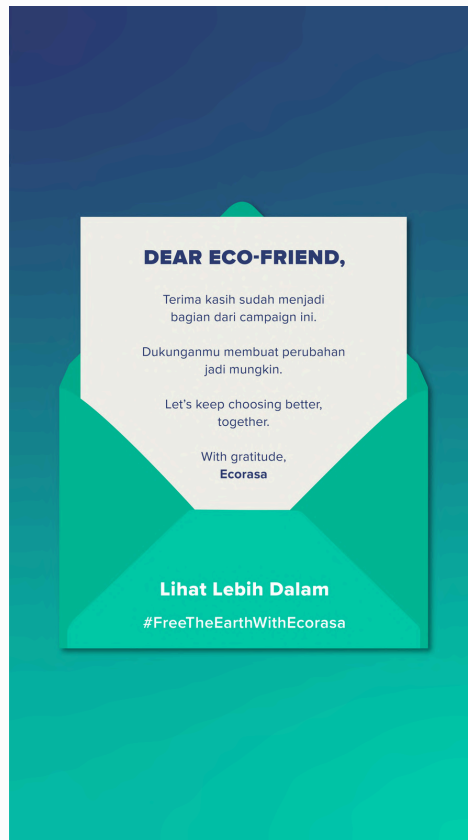
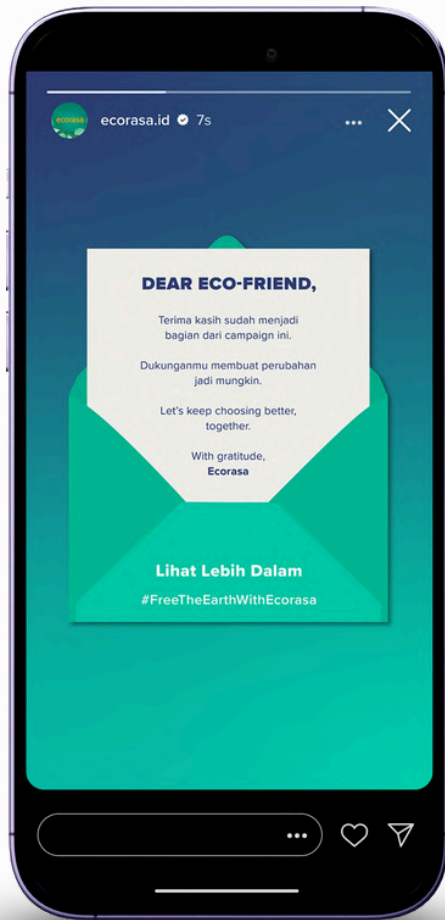
TTL, Digital

Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

MEDIA UTAMA

INSTAGRAM STORY



Ukuran

1080 x 1920 px

Jenis Media

TTL, Digital

Lokasi

Sosial Media
(Instagram)

