

Hubungan antara kebijakan lingkungan perusahaan dengan green advertising : studi banding antara General Motors Indonesia dan Toyota Astra Motor

Usep Suhud, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72675&lokasi=lokal>

Abstrak

Analisis kebijakan lingkungan perusahaan meliputi perencanaan dan implementasinya. Aspek perencanaan terdiri dari environmental policy, environmental aspect, dan tujuan. Sedangkan implementasi terdiri dari struktur organisasi dan komunikasi.

Analisis iklan cetak menggunakan MECCAS Model (Means-End Chain Conceptualization of Advertising Strategy). Sebelum dianalisis, iklan diseleksi terlebih dahulu untuk dipilih iklan cetak mana saja yang dapat dikategorikan sebagai green advertising. Tiga hal yang diperhatikan dalam seleksi tersebut adalah tema yang berhubungan dengan lingkungan, adanya upaya untuk mengangkat gaya hidup yang berhubungan dengan lingkungan, maupun logo-logo yang berafiliasi dengan lingkungan. Jika iklan yang dimaksud tidak memiliki salah satu syarat di atas, tidak perlu tagi dianalisis dengan MECCAS Models.

Iklan-iklan GM Indonesia dapat dikategorikan sebagai green advertising karena mengangkat satu atau lebih hal-hal seperti tema yang berhubungan dengan lingkungan, gaya hidup yang berhubungan dengan lingkungan, maupun simbol atau identitas yang berafiliasi dengan lingkungan. Iklan-iklan Toyota Astra Motor tidak dapat dikategorikan sebagai green advertising karena satu pun tidak ada yang mengangkat ketiga hal di atas.

Kebijakan lingkungan GM Indonesia berhubungan dengan penampilan iklan-iklan cetaknya, karena dengan menghijaukan iklan-iklannya, GM Indonesia ingin mendapatkan image positif dari masyarakat sebagai perusahaan yang ramah lingkungan yang juga produsen yang memproduksi dan memasarkan produk mobil ramah lingkungan.

Kebijakan lingkungan Toyota Astra Motor tidak berhubungan dengan iklan-iklannya. TAM tidak menghijaukan iklan-iklannya karena produk mobil yang diproduksi dan dipasarkan oleh TAM belum sepenuhnya ramah lingkungan.

<hr>

Correlation between Corporate Environment Policy and Green Advertising: A Comparative Study on General Motors Indonesia and Toyota Astra Motor Analysis on corporate environment policy covers the plan and its implementation, The aspects of planning are environmental policy, environmental aspect, and objectives. While implementation consists of organizational structure and communication.

The analysis on print ads is using MECCAS Model (Means-End Chain Conceptualization of Advertising Strategy). Before being analyzed, ads had been selected to match the category of Green Advertising. The three aspects taken to considerations are environment-related theme, effort to socialize environment-related

lifestyle, and environment-related logos.

Ads of GM Indonesia can be categorized as green advertising because they have one or more environment-related themes, environment-related lifestyle, and environment-related symbol/identity. Ads of Toyota Astra Motor cannot be categorized as green advertising because it doesn't match any above criteria.

The environmental policy of GM Indonesia is expressed in their print ads, because by producing green ads, GM Indonesia wants to get the positive image of an environment-friendly company and the producer of environment-friendly cars.

The environmental policy of Toyota Astra Motor is not expressed in their print ads. Toyota Astra Motor does not produce green ads because the cars they produce are not totally environment-friendly.