Abstrak

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT TERHADAP SEMPOA ARITMATIKA

Oleh:
Rendy Eka Saputra
51910088
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Perancangan media kampanye meningkatkan minat terhadap sempoa aritmatika ini adalah salah satu kampanye sosial yang bertujuan untuk mengajak atau menghimbau orangtua kepada anaknya agar untuk belajar menggunakan sempoa sebagai media pembelajaran, dimana target audien disini adalah orang tua yang mempunyai anak berusia 6 – 12 tahun yang berada di Kota Bandung.

Permasalahan dari perancangan ini adalah bagaimana untuk membuat kampanye tentang meningkatkan minat terhadap sempoa aritmatika, yang di dasari dari berbagai alasan yang dikemukakan oleh orang tua yang tidak relevan, seperti penggunaan media sempoa sudah tertinggal zaman.

Pada kampanye ini akan dilakukan di Kabupaten Bandung, hal ini dilakukan karena di daerah tersebut cenderung banyak memiliki sekolah – sekolah dasar yang belum terlalu memperkenalkan sempoa dan waktu yang di gunakan untuk melakukan kampanye ini yaitu pada saat penerimaan murid baru siswa – siswi sekolah dasar. Konsep yang dilakukan dalam kampanye ini ialah mengunakan pendekatan verbal seperti pada *tagline* “Think Smart With Abacus” dan visual yang bergaya vektor.

Kata Kunci: *Sempoa, Orangtua, Kampanye, Konsep.*

Abstract

DESIGN CAMPAIGN TO INCREASE PUBLIC INTEREST IN THE ARITHMETIC ABACUS

by :

Rendy Eka Saputra

51910088

Study Programme Visual Communication Design

Designing a media campaign to increase the interest of the abacus arithmetic is one of the social campaign which aims to encourage or urge parents to their children in order to learn to use the abacus as a medium of learning, where the target audience here is parents who have children aged 6-12 years who were in Bandung.

Problems of this design is how to make the campaign about the increased interest in abacus arithmetic, which is the underlying of the various reasons given by parents who are not relevant, such as the use of the abacus media already behind the times.

On the campaign will be carried out in the district of Bandung, this was done because the area tend to have a lot of schools - elementary schools are not too introduce the abacus and the time used to carry out this campaign, namely when the enrollment of new students - elementary school students. The concept is done in this campaign is using verbal approach like the tagline "Think Smart With Abacus" and visually stylized vector.

.

Keywords: *Abacus, Parents, Campaign, Concept*