

Nama : Muhammad Fikran

NRP : 126010006

Judul : Perancangan Kampanye Sosial Tentang Hemat Energi Untuk Mahasiswa Universitas Pasundan

ABSTRAK

Hemat energi merupakan sebuah tindakan mengurangi penggunaan energi untuk mencapai ketahanan energi jangka panjang, karena di prediksi seiring berjalanya waktu jumlah permintaan dan pasokan energi akan semakin melebar, dan akan berdampak buruk bagi masyarakat di masa yang akan datang, seperti harga jual yang melonjak dan kelangkaan energi itu sendiri. Seperti yang kita tahu kehadiran energi di kehidupan masyarakat adalah untuk membantu kegiatan kita sehari-hari seperti energi listrik yang menjadi sumber energi untuk alat-alat elektronik, dan energi minyak bumi sebagai sumber energi untuk alat transportasi dan lain sebagainya. Namun masalah yang sering terjadi di sekitar kita yaitu banyaknya masyarakat yang kurang peduli terhadap tindakan hemat energi, dan pola hidup yang tidak teratur dalam penggunaan energi sehingga memperbesar kemungkinan dampak buruk yang akan terjadi di masa yang akan datang.

Solusi yang dapat dilakukan untuk memperkecil kemungkinan tersebut yaitu dengan merancang sebuah kampanye sosial yang bertujuan mempersuasi masyarakat menggunakan strategi komunikasi yang sesuai dengan khalayak dan tujuan kampanye, dan akan disalurkan melalui media-media yang sering dijumpai oleh masyarakat seperti media cetak dan media sosial.

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam perancangan kampanye sosial ini adalah metode kualitatif dengan teknik wawancara kepada khalayak, observasi lapangan, dan studi literatur. Hasil yang diperoleh dalam penelitian yaitu diantaranya.

1. Penulis mampu menganalisa bahwa delapan dari sepuluh orang mahasiswa menggunakan kendaraan pribadi sebagai alat transportasi sehari-hari
2. Hampir seluruh mahasiswa di universitas pasundan tidak mengetahui berapa pengeluaran setiap harinya untuk kebutuhan energi listrik.

Kata Kunci : Hemat Energi, Kampanye Sosial, Pola Hidup Hemat Energi, Mahasiswa

Name: Muhammad Fikran

NRP: 126010006

Title: Designing Social Campaign About Save Energy For Pasundan University Students

ABSTRACT

Energy saving is an action to reduce energy use to achieve long-term energy security, as predicted over time as the amount of demand and energy supply will widen, and will adversely affect the society in the future, such as the soaring selling price and the scarcity of energy itself. As we know the presence of energy in people's lives is to assist our daily activities such as electrical energy that becomes a source of energy for electronic devices, and petroleum energy as a source of energy for transportation and other means. But the problem that often happens around us is the number of people who are less concerned about energy-saving measures, and irregular lifestyles in energy use so as to increase the likelihood of adverse effects that will occur in the future.

The solution can be made to minimize that possibility by designing a social campaign aimed at persuading the public to use communication strategies appropriate to the audience and campaign objectives, and will be channeled through the media that are often encountered by the public such as print media and social media.

Research method that writer use in designing this social campaign is qualitative method with interview technique to audience, field observation, and literatur study. The results obtained in the study are among others.

1. The author is able to analyze that eight out of ten students use private vehicles as a means of daily transportation

2. Almost all students in Pasundan university do not know how much expenditure each day for electrical energy needs.

Keywords: Energy Saving, Social Campaign, Energy Efficient Living Pattern, Student