UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI KOMUNIKASI VISUAL

Bennu Arifianto (44405010019)

ABSTRAK

PERENCANAAN KAMPANYE CINTA PRODUK INDONESIA

PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Salah satu permasalahan yang mendera negara kita ini adalah pemerintah tidak dapat mengontrol dengan baik jalur perdagangan bebas yang sedang terjadi, sehingga produk-produk dari luar negeri yang masuk ke dalam Negara kita ini menjadi kebablasan dan tidak seimbang dengan produk-produk buatan Indonesia. Sehingga produk Indonesia menjadi terpinggirkan dan kalah bersaing dari banyaknya produk-produk dari Negara lain.

Melalui iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat merubah perilaku dan persepsi masyarakat mengenai produk Indonesia yang sedang bersaing di tengah-tengah banyaknya produk asing yang telah menguasai pasar di Indonesia. Dan dapat dikatakan juga bahwa iklan layanan masyarakat atau *public service advertising* merupakan jenis periklanan yang dilakukan oleh suatu organisasi komersial maupun nonkomersial (sering juga oleh pemerintah) untuk mencapai tujuan sosial atau *socio economic* (terutama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat).

Produk Indonesia adalah produk asli buatan anak bangsa yang kualitasnya tidak kalah dengan produk-produk dari luar negeri, maka dari itu dengan niat dan keseriusan dari berbagai elemen yang ada di Indonesia untuk mencintai dan menggunakan produk Indonesia sehingga dapat membangkitkan dan meningkatkan produk-produk buatan Indonesia.