

ABSTRAK

Ketertarikan dan kepedulian masyarakat terhadap TOGA (Tanaman Obat Keluarga) dinilai masih sangat rendah khususnya pada generasi muda. Dengan adanya kampanye "Boga Toga Jaga Raga", diharapkan bisa mengatasi permasalahan yang terjadi. Kampanye dibuat dengan *target audience* yaitu keluarga generasi muda dan bertempat di kota Bandung dengan alasan kota Bandung salah satu kota besar yang memiliki sedikit lahan hijau sehingga perlu dikenalkan metode *Roof Garden*. Metode ini mampu mengatasi memanfaatkan lahan sempit diperkotaan. Kampanye akan berfokus kepada edukasi dan mengajak masyarakat untuk lebih mengenal macam-macam TOGA dan bagaimana pemanfaatannya dalam kehidupan sehari-hari. Kampanye "Boga Toga Jaga Raga" ini menggunakan strategi Facet model effects dalam penerapannya. Media utama dalam kampanye ini adalah event. Adapun media pendukung berupa flyer, umbul-umbul, konten sosial media, poster digital, dan merchandise.

Kata Kunci: Kampanye, Boga Toga Jaga Raga, (TOGA) Tanaman Obat Keluarga