

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS KAJIAN MAKNA PESAN VISUAL LARANGAN BUANG SAMPAH SEMBARANGAN DI KOTA BANDUNG “VERSI SAYANG BANDUNG”**

Iklan layanan masyarakat pada media larangan buang sampah biasanya menggunakan kalimat tegas dan negatif. Hal ini nampaknya tidak membawa pengaruh yang signifikan bagi masyarakat. Banyaknya tumpukan sampah dipinggir-pinggir jalan kota Bandung membuat pemerintah kota Bandung tergerak mengadakan sebuah kampanye gerakan untuk menyayangi kota Bandung. Sayang Bandung merupakan kampanye yang diusung pemerintah kota Bandung, hadir dengan konsep pendekatan emosional agar masyarakat dapat dengan mudah mengerti pesan yang disampaikan dan dapat mengubah perilaku dari membuang sampah sembarangan menjadi membuang sampah pada tempatnya. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui makna pesan visual dan persepsi masyarakat kota Bandung pada kampanye *billboard* Sayang Bandung. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui Wawancara, Kuesioner, dan Studi Literatur. Hasil dari penelitian yaitu (1) Makna pesan visual pada versi pertama memberi kesan romantic, sedangkan pada versi kedua memberi kesan kekuatan, yang masing masing versi menyampaikan pesan agar masyarakat kota Bandung membuang sampah pada tempatnya, (2) Masyarakat tertarik dengan adanya unsur humor pada kampanye *billboard* Sayang Bandung karena dianggap pesan yang disampaikan mudah dipahami dan mereka juga telah membuang sampah pada tempatnya setelah melihat media tersebut. Kesimpulan yang didapat bahwa tidak semua media larangan mengandung kata yang negatife dan kalimat yang tegas, sehingga membuat masyarakat tidak merasa bosan dengan adanya rambu larangan yang terkesan tidak seperti biasanya.

Kata kunci: Kampanye, *Billboard*, Sayang Bandung, Sampah