

ABSTRAK

Berdasarkan hasil survei Disdikprov menyimpulkan 70% siswa mengalami kesulitan memahami pelajaran secara daring, hambatan lainnya sekitar 57% siswa merasa bosan. Menurut siswa bahwa tidak semua guru menjelaskan materi sehingga hanya memberikan kepada siswa untuk belajar sendiri. lalu guru beropini ada media pembelajaran *augmented reality*, fitur yang dapat membantu siswa memahami materi. Tetapi sedikit yang menyediakan aplikasi edukasi berbasis AR di Indonesia, salah satu aplikasi tersebut ialah Assemblr EDU yang membuat pelajaran menjadi *visual based-learning* dengan fitur *augmented reality*, namun aplikasi ini kurang dikenal sedangkan upaya promosi telah dilakukan Assemblr. Maka dilakukan kampanye komersial dengan perancangan media, pesan dan visual yang tepat sehingga kesadaran terhadap aplikasi meningkat untuk membantu siswa dan pengguna aplikasi meningkat. Dalam perancangan kampanye terdapat media *video ads* dan *print ads* yang akan di sebarakan melalui Google Ads, YouTube, Twitter, Instagram, dan TikTok. kemudian terdapat media pendukung seperti *event*, *booth*, *digital signage interactive android*, *landing page* dan *merchandise* untuk menarik perhatian dan memperluas kesadaran atas aplikasi. Maka dilakukan riset kualitatif seperti observasi, wawancara mendalam, kuesioner dan studi pustaka terhadap objek Assemblr EDU dengan subjek siswa SMA di Kota Bandung. Lalu untuk menganalisis data menggunakan metode SWOT dan AOI untuk mendapatkan *insight* audiensi sasaran.

Kata kunci: *Augmented Reality*, Assemblr EDU, Kampanye Komersial, Media Pembelajaran, Siswa SMA