

ABSTRAK

UUD negara republik Indonesia terdapat UU No.8 Tahun 2016 yang membahas lebih lanjut tentang hak-hak difabel. Pasal tersebut menyatakan bahwa penyandang difabel mendapatkan hak dalam memperoleh pekerjaan yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah daerah, atau swasta tanpa adanya tindakan diskriminasi. Mendukung UUD tersebut Yayasan Menembus Batas yang merupakan lembaga pemberdayaan difabel hadir untuk membantu difabel untuk memaksimalkan kemampuan dirinya khususnya dalam mendapatkan pekerjaan. Menembus Batas mempunyai sebuah *website* bertujuan memudahkan proses pemberian informasi mengenai Menembus Batas kepada khalayak ramai dalam bentuk daring, namun brand awareness *website* ini masih dalam tahapan unaware brand, sehingga perlu adanya perancangan strategi promosi untuk meningkatkan brand awareness *website* Menembus Batas. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui observasi, wawancara, kuesioner, juga analisis data. Model Komunikasi *AISAS* (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) menjadi strategi promosi dan media yang digunakan dalam strategi promosi ini adalah Iklan TVC. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi perancangan ini diharapkan mampu meningkatkan *Brand Awareness* dari *website* Menembus Batas sehingga lebih banyak lagi difabel yang dapat terbantu mendapatkan pekerjaan dan perusahaan dapat mengisi kebutuhan pekerja difabel.

Kata kunci : Difabel, Menembus Batas, Strategi Promosi, Iklan TVC, Perancangan.