

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) DI KOTA BANDUNG.

MEA merupakan bentuk realisasi dari tujuan akhir integrasi ekonomi di kawasan Asia Tenggara. Pada akhir tahun 2015 kesepakatan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) mulai diberlakukan. Kesepakatan ini tak hanya berdampak pada sektor ekonomi, tapi juga sektor-sektor lainnya. Tak terkecuali “pendidikan” sebagai modal membangun sumber daya manusia yang kompetitif. Tantangan MEA dalam dunia pendidikan dibuktikan dari masih tingginya angka pengangguran di Kota Bandung pada lulusan S1. Dengan menggunakan metode penelitian Kuesioner, Observasi Lapangan, dan Wawancara Ahli didapati sebagian besar masyarakat belum merasakan adanya tantangan yang harus diantisipasi terhadap persaingan tenaga kerja yang semakin ketat. Untuk itu era perdagangan bebas ASEAN harus disambut oleh dunia pendidikan dengan cepat, agar sumber daya manusia di Kota Bandung siap menghadapi persaingan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara. Kampanye Sosial “Siap Bersaing?” adalah suatu kegiatan berkampanye dengan mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi masalah isu sosial seputar MEA di masyarakat. Tujuan dari kampanye sosial ini adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi terhadap permasalahan yang timbul dari tantangan MEA itu sendiri. Hasil yang diharapkan dari kampanye ini adalah target audiens sadar akan Masyarakat Ekonomi ASEAN dan segera mencari tahu lebih lanjut untukantisipasi langkah kedepan.

Kata Kunci: Masyarakat Ekonomi ASEAN, Kampanye Sosial, Kota Bandung