

ABSTRAK

Banyak siswa yang belum menyadari dan bahkan tidak peduli bahwa memilih program studi sesuai minat dan bakat itu penting. Hasilnya, banyak mahasiswa yang merasa salah jurusan, kemudian tidak semangat menjalani kuliah, mendapatkan nilai buruk, hingga mengecewakan orang tua. Hal ini biasanya terjadi pada siswa SMA kelas 12 yang tinggal di perkotaan besar, dimana mahasiswa di perkotaan besar biasanya lebih mudah untuk berpindah-pindah tempat kuliah dikarenakan termasuk golongan menengah keatas.

Membuat sebuah kegiatan kampanye yang kreatif dengan pendekatan *Activity, Interest dan Opinion* merupakan sarana yang dapat membantu memecahkan masalah tersebut, karena melalui pendekatan gaya hidup sehingga akan memberikan efek yang signifikan terhadap target audiens. Dan metode AISAS juga merupakan metode yang sesuai dengan target audiens yang merupakan anak muda, dimana mereka aktif menggunakan internet.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa siswa SMA di kota Bandung, didapatkan hasil bahwa mayoritas responden setuju bahwa memilih program studi sesuai minat dan bakat itu penting. Namun banyak dari mereka yang pada akhirnya tidak memilih program studi sesuai minat dan bakat, karena berbagai faktor, seperti orang tua, teman, dan lingkungan. Mayoritas responden setuju bahwa perlu adanya sebuah kegiatan kampanye yang kreatif untuk memberikan dampak yang signifikan, agar siswa memilih program studi sesuai minat dan bakatnya.

Kata kunci: program studi, minat, bakat, kampanye, siswa SMA, Kota Bandung

ABSTRACT

Many students are not yet aware or even care of choose major appropriate interest and talent is important. As a result, many students feel the wrong Department, then no have spirit to studying, and get bad scores, even disappoint their parents. This usually happens on a grade 12 in high school students who live in urban city, where students in large urban areas are usually easier to move from college to another college, because they are middle to upper class.

Make a creative campaign activities with the approach of the Activity, Interest and Opinion can be solve the problem, because through a lifestyle approach that will give significant effect to target audience. And AISAS method is also a method that suits the teenager target audience, where they are actively using the internet.

Based on the results of the interviews that have been done to some high school students in Bandung city, obtained the result that the mostly of respondents agreed that choosing appropriate courses of interest and talent is important. But many of those who in the end did not choose major according to their interests and talents, due to various factors, such as parents, friends, and the environment. Mostly respondents agreed that a creative campaign activities give a significant impact, so that the students choose major to suit your interests and talents.

Keywords: major, interests, talents, campaigns, high school students, Bandung