

ABSTRAK

KAMPANYE APLIKASI ‘HAJI PINTAR’

Melihat banyaknya permasalahan mengenai haji dan umrah darit ahun ke tahun, Kementerian Agama merasa perlu mengembangkan sebuah aplikasi yang dapat dioperasikan menggunakan ponsel pintar yang diberi nama ‘Haji Pintar’. Aplikasi ini berisi panduan dan informasi dalam melaksanakan ibadah haji di tanah suci. Namun, kurangnya media informasi dari pihak terkait dalam mensosialisasikan aplikasi tersebut kepada masyarakat atau calon jamaah haji mengenai keberadaan dan fungsi aplikasi ‘Haji Pintar’, hal itu membuat masyarakat banyak yang belum mengetahui dan menggunakan aplikasi ‘Haji Pintar’. Untuk itu, dibutuhkan upaya dalam merancang kampanye yaitu membuat strategi kampanye dan media. Perancangan kampanye ini untuk memperkenalkan dan menyampaikan fungsi aplikasi ‘Haji Pintar’ melalui pesan yang tepat. Untuk mengetahui strategi kampanye dan media yang efektif dalam menyampaikan pesan, maka digunakan metode kualitatif dengan cara pengumpulan data yaitu studi literatur, wawancara, observasi, kuesioner, metode analisis SWOT, AISAS, dan AIO. Selain itu, dibutuhkan teori Desain Komunikasi Visual, teori kampanye, teori media, teori perkembangan internet, teori haji dan umrah. Perancangan kampanye ditujukan untuk target sasaran usia 25-50 tahun yang menetap di kota Jakarta dengan penghasilan menengah keatas. Hasil dari rancangan kampanye ini berupa *motion graphic* serta beberapa media pendukung lainnya untuk mengarahkan atau mempengaruhi sikap dan menarik perhatian target audiens ke media yang dituju yaitu aplikasi sebagai solusi utama dari permasalahan target audiens.

Kata Kunci: *kampanye, haji dan umroh, aplikasi ‘Haji Pintar’, Kota Jakarta*