

ABSTRAK
PERANCANGAN CITRA MEREK WANDERUNG OUTDOOR
EQUIPMENT MELALUI KAMPANYE SOSIAL “ADOPSI POHON”

Oleh: Maulidhinya Ananda Ariefa

NIM: 1401124400

Sumber utama pemanasan global selama 50 tahun terakhir seperti yang dimuat dalam artikel di situs *www.livescience.com*, diantaranya adalah peningkatan karbon dioksida, pembukaan lahan, serta aktivitas manusia lainnya. Di wilayah Bandung sendiri, kondisinya kian memprihatinkan. Hutan dan pegunungan yang gundul menyebabkan daerah resapan air semakin berkurang, hal ini sudah sering menimbulkan bencana alam seperti longsor maupun banjir. Oleh karena itu, perlu adanya suatu kampanye sosial yang dapat meningkatkan *awareness* masyarakat Bandung akan pentingnya penghijauan lingkungan. Wanderung Outdoor Equipment adalah salah satu perusahaan penyedia peralatan *outdoor* di Bandung. Wanderung belum memiliki ciri khas yang unik untuk diangkat menjadi citra bagi mereknya. Selain itu, media promosi yang saat ini digunakan belum efektif, karena hanya melalui foto amatir yang diunggah ke media sosial saja. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dikumpulkan data melalui metode observasi, wawancara, kuesioner, serta studi pustaka. Yang hasilnya dianalisis melalui analisis matriks, dan data kuesioner. Kemudian, dilakukan perancangan kampanye sosial berjudul “Adopsi Pohon”. Media pendukung kampanye ini diantaranya, poster, *x-banner*, brosur, spanduk, stiker, *souvenir*, *website*, serta media sosial. Diharapkan perancangan ini dapat meningkatkan *awareness* masyarakat Bandung akan pentingnya pelestarian lingkungan. Sekaligus juga membentuk citra merek serta menerapkan media promosi yang efektif bagi Wanderung.

Kata kunci: citra merek, kampanye sosial, adopsi pohon