

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAL BISINDO DENGAN METODE 3B (BERTEMU, BELAJAR DAN BERKOMUNIKASI)

Pemerintah mengeluarkan UU ketenagakerjaan disabilitas Nomor 8 Tahun 2016 yang menyatakan Badan Usaha Milik Daerah, Badan Usaha Milik Negara, wajib untuk mempekerjakan minimal 2 persen penyandang disabilitas dari jumlah pegawai atau pekerja dan untuk perusahaan swasta diwajibkan mempekerjakan sedikitnya 1 persen. Adanya peraturan ini membuat akan banyak interaksi sosial yang terjadi antara teman dengar dan teman Tuli maka dari itu dibutuhkannya BISINDO sebagai jembatan komunikasi. Memberikan pemahaman akan pentingnya mengenal BISINDO menggunakan metode kualitatif 3B (Bertemu, Belajar dan Berkomunikasi) untuk menghadapi kendala komunikasi, menjadi sebuah solusi menghindari kesalah pahaman dengan teman Tuli yang bisa terjadi dimana saja karena UU Ketenagakerjaan Disabilitas yang telah di keluarkan oleh pemerintah. Penulis membuat sebuah pergerakan sosial yang mengkampanyekan pentingnya mengenal bahasa isyarat Indonesia menggunakan metode 3B (Bertemu, Belajar dan Berkomunikasi). Kampanye ini menggunakan strategi komunikasi persuasi dengan media utama *Booth* Interaktif dan memanfaatkan berbagai medium konvensional dan non-konvensional. Dengan adanya kampanye tersebut penulis berharap dapat mengenalkan dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya BISINDO serta mengubah pola pikir masyarakat yang tidak peduli menjadi ingin mengenal dan belajar dasar BISINDO.

Kata kunci: *Bahasa Isyarat Indonesia, Teman Tuli, Kampanye Sosial*