

ABSTRAK

Dunia saat ini sedang diguncang dengan adanya wabah pandemi virus corona atau covid-19. Dampak dari adanya virus corona ini tentunya menyentuh segala aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Sehingga terjadinya perubahan budaya bekerja dan bersosialisasi ditengah masyarakat, *Work From Home* (WFH) atau bekerja dari rumah menjadi rutinitas baru. WFH dan studi daring ini tentunya menimbulkan berbagai keuntungan juga kerugian, salah satu kerugian atau dampak *negative* yang dihasilkan dari konsep *Work From Home* dan studi daring ini yakni masalah pada mata atau penglihatan, yang salah satunya adalah *Computer Vision Syndrome*. Oleh sebab itu diperlukan suatu rancangan yang dapat mensosialisasikan mengenai dampak dari *Computer Vision Syndrome*. Proses rancangan melalui tahapan pengumpulan data dengan melalui studi pustaka, wawancara, observasi dan kuesioner. Sehingga pada akhirnya tugas akhir ini dapat menghasilkan suatu rancangan identitas visual yaitu Kampanye sosial dengan sebuah pendekatan Desain Komunikasi Visual melalui konsep yang dirangkum secara menarik, media dan program yang tepat dan mudah dijangkau masyarakat melalui identitas visual dan media promosi kampanye sosial terkait *Computer Vision Syndrome* (CVS) guna meningkatkan kesadaran akan kesehatan mata masyarakat Indonesia ditengah pandemi covid-19.

Kata Kunci : Identitas Visual, Media Promosi, Kampanye Sosial, *Computer Vision Syndrome*.