

## ABSTRAK

Saat ini, listrik sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat. Hampir semua kegiatan masyarakat membutuhkan energi listrik. Ketika listrik padam, banyak aktivitas yang terganggu, dan banyak kerugian yang harus di tanggung. Ketergantungan masyarakat terhadap listrik memang sangat tinggi. Selama 24 jam penuh, aktivitas manusia seakan tergantung penuh dengan listrik.

Pengembangan listrik di Indonesia selalu tidak berbanding lurus dengan laju pertumbuhan permintaannya dan belum diimbangi oleh pertumbuhan kapasitas pembangkit. Kesadaran masyarakat masih kurang agar tak boros energi, khususnya listrik. Pemerintah dan PT PLN terus mencari terobosan sumber baru untuk memasok energi tersebut. Usaha tersebut sia-sia bila pola penggunaan listrik tetap boros.

Berdasarkan perilaku pemborosan listrik perlu membuat perancangan kampanye dengan target audience rumah tangga golongan R1 1300 VA untuk menanamkan sikap dan berpartisipasi dalam hemat energi listrik terhadap pengguna alat elektronik. Pendekatan perancangan kampanye ini menekankan pola perilaku pada kalangan rumah tangga melalui program hemat energi listrik dan dapat meminimalisir penggunaan energi listrik yang berlebihan.

Kata kunci :Hemat Listrik, Ibu Rumah Tangga, dan *Event*