

**ABSTRAK**

Judul : Perancangan Media Promosi Kampanye Non Komersil  
Ondel Ondel  
Nama : Muhammad Fakhri  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menurut data dair Katadata.com Jakarta memiliki kurang lebih 538.650 jiwa pengangguran. Hal ini menyebabkan tingginya jumlah populasi pengamen di Indonesia. Kurangnya edukasi dari pemerintah dan rendahnya kualitas edukasi dari lingkungan meningkatkan banyaknya masyarakat ekonomi menengah kebawah yang akhirnya menggunakan kegiatan mengamen sebagai mata pencaharian utamanya. Salah satu kegiatan mengamen adalah menggunakan Kesenian Ondel-Ondel sebagai alat mengamen. Hal ini menyebabkan pergantian makna dari Ondel-Ondel yang awalnya mengamen sekaligus memperkenalkan budaya Betawi dengan sesuai ketentuannya menjadi sekedar alat pencari nafkah. Pengamen Ondel-Ondel di Jalanan menggunakan pakaian dan Ondel-Ondel yang terkesan kurang baik dan tidak sesuai dengan ketentuan dari Kesenian Ondel-Ondel itu sendiri. Pendidikan dasar dan pengaplikasian media hiburan menjadi titik utama dalam menyelesaikan masalah kebudayaan ini. Siapapun diharapkan bisa membantu menuntaskan masalah ini untuk Indonesia yang lebih baik. Maka dari itu, kampanye ini memuat media permainan visual dengan informasi pemahaman tentang kebudayaan, sejarah, dan cara melestarikannya. Para pengamen jalanan, anak-anak dan remaja diedukasi agar menghindari penyalahgunaan kebudayaan Ondel-Ondel. Dan mengajak setiap orang untuk berpartisipasi dalam mencegah pengamen Ondel Ondel jalanan yang tidak sesuai ketentuannya, dengan cara berpartisipasi dalam rangkaian acara kampanye dan ikut menyebarkan kampanye ini. Media kampanye menysasar kepada orang tua muda, remaja anak-anak dan seluruh kalangan masyarakat berumur 18-45 tahun.

**Kata Kunci:** Kebudayaan, Ondel-Ondel, anak, pengamen, kampanye, dan Pendidikan dasar

**ABSTRACT**

Title : Design of Ondel Ondel Non-Commercial Campaign  
Media  
Name : Muhammad Fakhri  
Study Program : Visual Communication Design

According to data from Katadata.com, Jakarta has approximately 538,650 unemployed people. This causes the high population of buskers in Indonesia. Lack of education from the government and the low quality of education from the environment have increased the number of middle and lower economic communities who end up using busking as their main livelihood. One of the busking activities is to use the Ondel-Ondel art as a busking tool. This led to a change in the meaning of Ondel-Ondel, which was originally singing as well as introducing Betawi culture according to its provisions, becoming a means of earning a living. Ondel-Ondel buskers on the streets wearing clothes and Ondel-Ondel that seem bad and not in accordance with the provisions of the Ondel-Ondel Art itself. Basic education and the application of entertainment media are the main points in solving this cultural problem. Anyone is expected to help solve this problem for a better Indonesia. Therefore, this campaign contains visual play media with information on understanding of culture, history, and how to preserve it. Street singers, children and adolescents are educated to avoid abusing the Ondel-Ondel culture. And invite everyone to participate in preventing Ondel street singers who do not comply with the provisions, by participating in a series of campaign events and participating in spreading this campaign. The campaign media is targeted at young parents, adolescent children and all people aged 18-45 years.

**Keywords:** Culture, Ondel-Ondel, children, busker, campaign, and basic education