

ABSTRAK

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI 'PORVAPOR'

Suteja Dermawan

625110123

Angka kematian akibat rokok di Indonesia setiap tahun yang mencapai 405.720 orang. Artinya setiap jam sekitar 46 orang meninggal akibat rokok dan ironisnya 14,5 persen yang meninggal korban berusia remaja. Jumlah perokok di tanah air juga masih lebih tinggi dibanding Filipina, Thailand, Vietnam dan Polandia. Tingginya konsumsi rokok ini bisa jadi diakibatkan karena gencarnya iklan rokok di media ataupun sarana lain.

Salah satu solusi agar perokok berhenti dari candu rokok adalah rokok elektrik (*vaporizer*) atau sekarang lebih dikenal dengan *vape*. *Vaporizer* diharapkan dapat menjadi jawaban dalam mengurangi angka perokok. Inti dari pengertian *vaporizer* adalah alat dimana cairan *liquid* khusus dirubah menjadi uap yang dapat dihirup, menimbulkan efek seolah-olah kita sedang merokok.

Dengan berbagai kelebihan yang dimiliki oleh *vaporizer* ini, Porvapor sebagai salah satu brand rokok elektrik di Indonesia melihat peluang yang besar dalam hal ini. Namun karena kurangnya media promosi dan informasi yang diberikan kepada masyarakat, rokok elektrik yang biasa disebut dengan *vaporizer* masih kurang populer di kalangan perokok.

Tujuan perancangan visual promosi Porvapor ini adalah untuk mengajak para perokok di Indonesia untuk memulai hidup sehat dengan meninggalkan rokok dan beralih kepada *vaporizer* dengan menyampaikan informasi manfaat dan kelebihan *vaporizer* dengan cara yang tepat dan dapat diterima dengan mudah oleh target sasaran.

Kata kunci: rokok elektrik, solusi rokok, *vaporizer*, *bebas nikotin*, *vape*, *vaping*.