

ABSTRAK

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan keanekaragam kebudayaan salah satunya adalah seni tari. Seni tari Indonesia memiliki berbagai makna yang menceritakan sebuah kebiasaan, atau sebuah kisah yang sering dilakukan sehari-hari. Keberadaan seni tari Indonesia saat ini tidak terlalu tinggi peminatnya, dibandingkan tari luar. Hal ini menyebabkan Indonesia mulai kehilangan ciri khas yang unik dan menarik, dan membuat generasi muda kurang mengenal dan memiliki rasa cinta pada seni tari. Penelitian ini menggunakan mixed-method yaitu metode kualitatif yang terdiri dari hasil studi pustaka dan metode kuantitatif yang terdiri dari hasil kuesioner dan wawancara. Khalayak sasaran yang dipilih adalah Orang tua yang berusia 25 – 40 Tahun yang memiliki anak berusia dini 6-12 Tahun, dan memiliki kelas SES A-B yang menganggap bahwa tari hanya akan menambah rasa beban pada anak. Hasil dari penelitian ini berupa strategi kreatif kampanye yang bertujuan menyadarkan khalayak bahwa Seni Tari Indonesia adalah tari yang memiliki banyak manfaat dan keuntungan bagi anak, dan mengajak target untuk mencintai seni tari Indonesia sejak usia dini.

Kata Kunci : Seni Tari, Makna, Cinta, Kampanye, Strategi Kreatif