

ABSTRAK

Perancangan Kampanye Sosial Melek Digital untuk Orang Tua dan Anak di Kota Bandung
Suci Franciska

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Seni dan Sastra
Universitas Pasundan

Smartphone kini menjadi sahabat bagi kalangan anak-anak. Besarnya manfaat *smartphone* pada anak tetap memiliki dampak negatif yang cukup besar. Penggunaan yang berlebihan akan berdampak buruk pada perkembangannya salah satunya masalah terhadap emosi dan perilaku anak. Maka perlu adanya bimbingan yang terarah dan terpadu dari orang tua dalam menggunakan *Smartphone*. Menimbang untung ruginya mengenalkan teknologi digital pada anak, pada akhirnya memang amat tergantung pada kesiapan orang tua dalam memahami dunia digital dan mengajarkan anak menggunakan *Smartphone* secara bijak. Tujuan dari perancangan kampanye sosial ini yaitu untuk menyadarkan orang tua melek digital diharapkan dapat memberi bimbingan kepada anak-anaknya agar menggunakan *smartphone* dengan bijak. Metode dalam pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan dalam menyampaikan pesan menggunakan strategi komunikasi AISAS, penggunaan strategi AISAS dipilih untuk memanfaatkan kemajuan teknologi, saat ini banyak orang dengan mudahnya mendapat informasi di internet, strategi ini digunakan untuk menarik perhatian target, memudahkan target mencari informasi dan membagikan informasi kepada khalayak yang lebih luas. Harapan dengan menggunakan strategi AISAS dalam kampanye sosial agar pesan dapat mudah diterima oleh target. Dan dengan orang tua melek digital diharapkan dapat mengarahkan dan mengajarkan anak dalam menggunakan *Smartphone* secara bijak.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, Melek Digital, Orang Tua, Anak, *Smartphone*

ABSTRACT

Digital Literacy Social Campaign Design for Parents and Children in Bandung City
Suci Franciska

Visual Communication Design Study Program Faculty of Arts and Letters
Pasundan University

Smartphones are now a friend to children. The magnitude of the benefits of smartphones in children still has a fairly large negative impact. Excessive use will harm its development, one of which is problems with children's emotions and behavior. So it is necessary to have direct and integrated guidance from parents in using Smartphones. Considering the pros and cons of introducing digital technology to children, in the end, it really depends on the readiness of parents to understand the digital world and teach children to use Smartphones wisely. The purpose of designing this social campaign is to make digitally literate parents aware that they are expected to guide their children to use smartphones wisely. The method of collecting data uses qualitative methods and in conveying messages using the AISAS communication strategy, the use of the AISAS strategy is chosen to take advantage of technological advances, nowadays many people easily get information on the internet, and this strategy is used to attract the attention of the target, make it easier for the target to find information and share information. information to a wider audience. Hope by using the AISAS strategy in social campaigns so that the message can be easily accepted by the target. And with digitally literate parents, it is hoped that they can direct and teach children to use smartphones wisely.

Keywords: Social Campaign, Digital Literacy, Parents, Child, Smartphone