# ABSTRAK

Aditia Ananda

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra

Universitas Pasundan Bandung

**“ Perancangan Kampanye Layanan Masyarakat Mengenai Bahaya Hoax ”**

*Survei Asian Parent* menunjukkan bahwa ibu Indonesia menghabiskan rata-rata tiga jam sehari di media sosial. Jejaring sosial yang digunakan juga beragam seperti Instagram (95%), Facebook (85%) dan YouTube (83%). dengan aktivitas ini membuat khawatir karena media sosial seperti Facebook menjadi media sosial yang paling banyak penyebaran hoax nya, literasi digital mereka rendah. Selain itu persoalan biologis yang membuat kemampuan kognitif mereka menurun seiring bertambahnya usia, sehingga lebih rentan tertipu hoax. penulis menggunakan metode studi literatur dengan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian, selain itu penulis melakukan observasi, wawancara ke ibu rumah tangga sebagai target penelitian juga kelembagaan terkait, dan menyebarkan Kuesioner Ibu Ibu tidak terlepas dari risiko terkena hoax, salah satu medianya adalah melalui gosip gosip antar Ibu-ibu. Penyebaran hoax bisa berawal dari gosip, karenanya jangan mudah percaya dan tetap mencari informasi lebih terkait kebenaran suatu berita, maka dari itu inti dari permasalahan yang didapatkan dan dijadikan sebagai *what to say* adalah “Saring sebelum *sharing*,” dengan banyaknya penyebaran hoax di Facebook yang mencapai 1000 lebih kasus di Jawa Barat, dan ditambah banyaknya pengguna juga masifnya ibu-ibu mengakses media sosial Facebook, ini menjadi permasalahan karna ibu-ibu rentan terpapar oleh hoax, ini disebabkan karna usia dan masih banyak faktor lainnya, hal ini menjadikan penulis ingin membuat sebuah iklan layanan masyarakat yang bertujuan mengedukasi agar ibu-ibu ini selalu waspada dan selalu saring informasi yang ada di media sosial.

***Kata Kunci :*** *Kampanye, Hoax, Ibu rumah tangga*

*ABSTRACT*

*Aditia Ananda*

*Visual Communication Design Study Program, Faculty of Arts and Letters*

*Bandung Pasundan University*

***"* Public Service Campaign Design Regarding the Dangers of Hoaxes *"***

*The Asian Parent survey shows that Indonesian mothers spend an average of three hours a day on social media. The social networks used also vary, such as Instagram (95%), Facebook (85%) and YouTube (83%). this activity makes me worry because social media like Facebook is the social media that spreads the most hoaxes, their digital literacy is low. Apart from that, biological problems make their cognitive abilities decrease with age, making them more vulnerable to being deceived by hoaxes. , interviewing housewives as research targets as well as related institutions, and distributing questionnaires. Mothers are inseparable from the risk of being exposed to hoaxes, one of the media is through gossip between mothers. The spread of hoaxes can start from gossip, so don't easily believe and keep looking for more information related to the truth of a news story, therefore the essence of the problem that is obtained and used as what to say is "Filter before sharing," with many spreading hoaxes on Facebook that reach 1,000 more cases in West Java, and added to the large number of users as well as the massive number of mothers accessing Facebook social media, this is a problem because mothers are vulnerable to being exposed to hoaxes, this is due to age and there are many other factors, this makes the author want to make a a public service advertisement that aims to educate so that these mothers are always vigilant and always filter information on social media.*

***Keywords:*** *Campaigns, Hoaxes, housewives*