

ABSTRAK

Alvia Anggraeni

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra

Universitas Pasundan Bandung

Perancangan Kampanye Sosial

Mengenai Bahaya *Oversharing* di Media Sosial

untuk Remaja Di Kota Bandung

Kurangnya kesadaran masyarakat Kota Bandung untuk menyadari bahayanya perilaku *oversharing* di media sosial. Hal ini masih menjadi suatu permasalahan yang berkelanjutan hingga saat ini, khususnya remaja di Kota Bandung yang masih belum paham apa dampak negatifnya dari perilaku tersebut. Dalam beberapa kurun waktu sekarang masih banyak masyarakat yang masih dengan kebiasaan buruknya yaitu mengunggah informasi pribadi di media sosial. Tingkat kesadaran masyarakat Kota Bandung sangatlah rendah dalam menjaga privasinya, terutama di usia remaja. Hakikatnya masyarakat Indonesia harus cerdas dalam menggunakan media sosial, apalagi jejak digital itu sulit untuk dihapus. Maka dari itu, dibutuhkannya upaya kampanye sosial untuk memberikan kesadaran akan bahaya dari perilaku *oversharing* di media sosial khususnya di usia remaja agar peduli terhadap apa yang diunggah di media sosial. Kampanye sosial ini dirancang menggunakan metode AISAS dimana didalamnya meliputi beberapa tahapan mulai dari tahapan *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *search* (pencarian), *action* (aksi), dan *share* (berbagi). Pesan kampanye tersebut disampaikan melalui perancangan desain yang nantinya akan diaplikasikan pada beberapa media yang mudah dijangkau oleh target, sehingga pesan yang akan disampaikan mudah diterima oleh target.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, *Oversharing*, Media Sosial

ABSTRACT

Alvia Anggraeni

*Visual Communication Design Study Program, Faculty of Arts and Literature,
Pasundan University Bandung*

Design of Social Campaign about The Dangers of Oversharing on Social Media for Teenagers in Bandung City

The lack of awareness among the community of Bandung City regarding the dangers of oversharing behavior on social media is still an ongoing issue up to this day, especially among teenagers in Bandung City who still do not understand the negative impacts of such behavior. In recent years, there are still many people who persist in their bad habit of uploading personal information on social media. The level of awareness among the community of Bandung City is very low when it comes to protecting their privacy, especially among teenagers. In essence, Indonesian society needs to be smart in using social media, considering that digital footprints are difficult to erase. Therefore, social campaign efforts are needed to raise awareness about the dangers of oversharing behavior on social media, especially among teenagers, to make them more conscious about what they post on social media. This social campaign is designed using the AISAS method, which includes several stages: attention, interest, search, action, and share. The campaign message will be conveyed through a design concept that will be applied to various easily accessible media platforms, ensuring that the message is easily received by the target audience.

Keywords : *Social Campaign, Oversharing, Social Media*