PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI ORANG TUA TENTANG PENCEGAHAN LGBT ANAK DARI BAHAYA TONTONAN MEDIA

DESIGNING A PARENTAL EDUCATIONAL CAMPAIGN TO ENHANCE AWARENESS ON PREVENTING LGBT BEHAVIOR IN CHILDREN FROM DETRIMENTAL MEDIA CONTENT

Syarifah Khadijah

Desain Grafis D4 – Fakultas Desain Komunikasi Visual

Universitas Widyatama

Email : syarifah.khadijah@widyatama.ac.id

ABSTRACT

This research designs an educational campaign based on visual communication to enhance parental awareness in preventing LGBT behavior in children, specifically from harmful media viewing. Amidst challenging digital media currents, children face high exposure to unfiltered content, potentially influencing their values and identity. This ideological campaign utilizes Instagram carousel feeds as its primary message delivery medium. The AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) communication strategy guides the target audience, parents aged 30-40, from initial awareness to tangible actions. The main objective is to motivate parents to actively serve as the primary fortress for instilling moral, religious, and cultural values early on, thereby mitigating the negative impact of media viewing. Through a structured and informative visual approach, this campaign offers a digestible and relevant strategic solution to this social challenge.

Keywords: *Educational Campaign, Prevention of LGBT Behavior in Children, Parental Role, Harmful Media Content, Visual Communication Design*

ABSTRAK

Penelitian ini merancang kampanye edukasi berbasis desain komunikasi visual untuk meningkatkan kesadaran orang tua dalam mencegah perilaku LGBT pada anak, khususnya dari bahaya tontonan media. Di tengah arus media digital, anak-anak berisiko tinggi terpapar konten tidak tersaring yang memengaruhi pemahaman nilai dan identitas mereka. Kampanye ideologis ini menggunakan Instagram dengan format *carousel feeds* sebagai media utama penyampaian pesan. Strategi komunikasi AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) membimbing audiens, yaitu orang tua berusia 30-40 tahun, dari kesadaran awal hingga tindakan nyata. Tujuan utama perancangan ini adalah memotivasi orang tua agar berperan aktif sebagai benteng utama dalam menanamkan nilai moral, agama, dan budaya sejak dini, guna mengatasi dampak negatif tontonan media. Melalui pendekatan visual yang terstruktur dan informatif, kampanye ini menyajikan solusi strategis yang mudah dicerna dan relevan bagi audiensnya.

Kata Kunci: Kampanye Edukasi, Pencegahan Perilaku LGBT pada Anak, Peran Orang Tua, Bahaya Tontonan Media, Desain Komunikasi Visual