

ABSTRAK

Child grooming merupakan bentuk kekerasan seksual berbasis manipulasi emosional yang marak terjadi di media digital dan menjadi ancaman serius bagi remaja, terutama di Kota Bandung yang memiliki penetrasi internet tinggi namun rendah literasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan kampanye visual digital yang komunikatif dan partisipatif guna meningkatkan kesadaran orangtua dan remaja terhadap bahaya *child grooming*. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara dengan ahli, kuesioner terhadap audiens target di Bandung, observasi media sosial, serta studi literatur. Analisis data dilakukan menggunakan metode SWOT, AOI, dan AISAS. Hasil perancangan berupa kampanye Ngerti Bareng dengan media utama berupa booth eksperimen sosial interaktif, serta didukung oleh media sosial seperti Instagram dan TikTok. Kampanye ini menekankan komunikasi lintas generasi yang empatik. Kesimpulannya, pendekatan visual partisipatif dalam kampanye sosial efektif untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens dalam isu perlindungan anak secara digital.

Kata kunci: Perancangan, *Child Grooming*, Kampanye Digital, Remaja, Orangtua, Bandung, UNICEF.