

ABSTRAK

Kampanye Bandung *Love ODHA* merupakan suatu kampanye yang diselenggarakan oleh Organisasi *Against AIDS* yang beranggotakan mahasiswa/i Universitas Telkom Bandung yang memiliki kepedulian tinggi terhadap ODHA, karena Organisasi *Against AIDS* erat kaitannya dengan mahasiswa yang dimana kalangan muda termasuk mahasiswa menjadi pengidap terbanyak HIV AIDS menurut KPA (Komisi Penanggulangan AIDS) Kota Bandung dengan angka 19.365 pengidap yang ditulis dalam Laporan HIV AIDS Tahun 2017 di *kpakotabandung.or.id*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi komunikasi pada Organisasi *Against AIDS* dalam mensosialisasikan Kampanye Bandung *Love ODHA*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, studi pustaka, observasi dan dokumentasi. Variabel yang diteliti adalah strategi komunikasi dan isi pesan dalam Kampanye Bandung *Love ODHA*. Data dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan yaitu terdapat strategi komunikasi secara digital dan strategi komunikasi secara konvensional, serta isi pesan dari kampanye tersebut untuk merubah pemikiran dan perubahan sikap kalangan muda dan masyarakat Bandung tentang stigma negatif dari HIV AIDS dan ODHA.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, *Against AIDS*, Kampanye, Bandung *Love ODHA*