

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE “NYAMAN SAAT HAID DENGAN MENSTRUAL CUP” SEBAGAI ALTERNATIF PEMBALUT SEKALI PAKAI DI DENPASAR

Meiwa Seifany¹, Ni Made Sri Wahyuni Trisna², I Komang Angga Maha Putra³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: meiwaseifany26@gmail.com¹, wahyunitrisna@idbbali.ac.id², helloanggamaha@gmail.com³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Oktober
Accepted : Nopember
Publish online : Desember

ABSTRACT

There are some sanitation products can be used by women when their period time, one of them is disposable pads that are generally used by women in Denpasar. Yet, disposable pads can cause problems for women and environmental. Menstrual cup can be an alternative. But, the lack of information about menstrual cup, causes a lack of people's knowledge and interest in switching to menstrual cup. Therefore, there is a motivation to design a campaign to persuade and give an education for women in Denpasar about menstrual cup. The methods used in this plan are observation, interview, questionnaires, documentation, literature review, and internet. By adjusting with the target market and design theories used, the media will be designed are, logo and GSM, 2d animation, social media content, roll up banner, mascot, guide book, pouch, period tracker, tote bag and t-shirt. To attract the audience, the creative strategy used are using digital illustration with super deformation style art, using red, blue, yellow, and other shades that are suitable with the "A Cup of Helper" concept. Can be concluded, the author wants to design a campaign, so women in Denpasar have knowledge about menstrual cup and interested to switch to menstrual cup.

Keywords : Campaign, menstrual cup, education.

ABSTRAK

Terdapat berbagai produk sanitasi yang dapat dipilih untuk digunakan saat masa menstruasi, seperti pembalut sekali pakai yang umum digunakan oleh perempuan di Denpasar. Namun, pembalut sekali pakai menyebabkan berbagai masalah bagi perempuan dan lingkungan. Alternatif dari masalah tersebut adalah *menstrual cup*. Namun, minimnya informasi mengenai *menstrual cup*, menyebabkan kurangnya pengetahuan dan minat masyarakat untuk beralih ke *menstrual cup*. Maka dari itu, terdapat sebuah motivasi untuk merancang sebuah kampanye yang dapat mempersuasi dan memberikan edukasi perempuan di Denpasar mengenai *menstrual cup*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuisioner, dokumentasi, kajian kepustakaan dan internet. Dengan menyesuaikan

target pasar dan teori desain yang digunakan, maka media yang dirancang adalah logo dan GSM, animasi 2 dimensi, konten media sosial, *roll up banner*, maskot, *guide book*, *pouch*, *period tracker*, *totebag* dan *t-shirt*. Untuk menarik perhatian target audiens, strategi kreatif yang digunakan adalah ilustrasi digital dengan gaya *super deformation* atau *chibi*, lalu menggunakan warna merah, biru, dan kuning serta warna turunannya yang sesuai dengan konsep “*A Cup of Helper*” atau “Sebuah Cawan Penolong”. Dapat disimpulkan bahwa penulis ingin merancang media kampanye ini agar perempuan di Denpasar memiliki pengetahuan mengenai menstrual *cup* dan memiliki keinginan untuk beralih ke menstrual *cup*.

Kata Kunci: Kampanye, menstrual *cup*, edukasi.

PENDAHULUAN

Menstruasi atau haid adalah siklus yang dialami oleh setiap perempuan ketika menginjak masa remaja yang umumnya terjadi pada umur 11-13 tahun, namun dapat terjadi lebih dini atau lebih lambat. Menstruasi atau haid merupakan proses saat rahim dibersihkan agar siap memasuki siklus reproduksi selanjutnya [1]. Ketika terjadi menstruasi, lapisan *endometrium* yang mengandung sekitar 50-150 ml darah, cairan jaringan *lender* dan sel epitel meluruh dan keluar melalui vagina [2]. Menstruasi terjadi secara rutin setiap bulannya selama 3 sampai 8 hari, namun menstruasi tidak terjadi pada saat hamil, memasuki masa *menopause* dan ibu menyusui. Pada ibu menyusui, menstruasi mungkin tidak akan terjadi selama beberapa bulan atau tahun setelah melahirkan. Ini karena, hormon yang berfungsi untuk memproduksi ASI dapat menyebabkan terhentinya siklus menstruasi seorang wanita [3].

Terdapat beberapa opsi produk sanitasi menstruasi yang dapat digunakan seperti, *tampon*, pembalut kain, *menstrual cup* dan pembalut sekali pakai yang umumnya paling banyak digunakan oleh perempuan di Indonesia termasuk di Denpasar. Pembalut sekali pakai digunakan oleh banyak perempuan di Denpasar karena praktis dan mudah ditemukan. Walaupun praktis untuk dibawa dan digunakan, sayangnya penggunaan pembalut sekali pakai memiliki dampak negatif, salah satunya ialah menambah permasalahan terhadap lingkungan yaitu, sampah.

Dalam penggunaannya, pembalut sekali pakai perlu diganti setiap 3 sampai 4 jam sekali atau memerlukan sekitar 28 pembalut perbulan siklus menstruasi. Pada tahun 2022 data jumlah perempuan di Denpasar adalah sekitar 359,900 jiwa. Dengan jumlah tersebut perkiraan sampah pembalut sekali pakai pertahun di Denpasar ialah sekitar 120.624.000 [4]. Masalah sampah pembalut sekali pakai di Denpasar, selalu ditemukan setiap harinya terutama oleh petugas kebersihan salah satunya di TPS Sidakarya. Karena

belum ada pemilahan untuk sampah pembalut sekali pakai, dengan terpaksa harus digabungkan dengan sampah anorganik lainnya [5]. Kebanyakan produk pembalut sekali pakai tidak terbuat dari 100% bahan katun, rayon atau kapas, namun juga terdapat bahan plastik. Hal tersebut menyebabkan satu pembalut saja membutuhkan waktu sekitar 500-800 tahun untuk terurai [6].

Selain masalah sampah, pembalut sekali pakai dapat menimbulkan berbagai kerugian bagi penggunaannya seperti, iritasi, rasa tidak nyaman dan timbul bau tak sedap. Iritasi dan rasa tidak nyaman dapat disebabkan oleh bahan pembalut yang memiliki permukaan kasar, bahan penyusut pembalut serta adanya bahan-bahan kimia yang terkandung pada pembalut sekali pakai [7]. Selain itu, saat beraktifitas di luar ruangan dengan udara yang panas juga dapat menimbulkan iritasi, karena adanya keringat dan organ intim yang lembab saat menstruasi. Bau tak sedap dapat timbul karena darah menstruasi yang terpapar oleh udara, pemilihan pembalut yang tidak tepat dan tingkat kelembapan organ intim yang tinggi. Maka dari itu, sangat perlu dipilih secara teliti untuk memilih produk sanitasi menstruasi yang nyaman saat digunakan dan aman dari bahan-bahan berbahaya yang dapat membahayakan areaewanitaan perempuan yang sensitif.

Salah satu solusi untuk mengatasi kerugian dari pembalut sekali pakai adalah menstrual *cup*. Menstrual *cup* adalah alat untuk menampung darah menstruasi berbentuk seperti lonceng atau cawan yang bekerja membentuk vakum, terbuat dari silikon sehingga bersifat fleksibel. Cara penggunaannya berbeda dengan pembalut yang bersifat menyerap darah dan ditempel pada celana dalam, menstrual *cup* dimasukkan ke dalam *vagina* dan dikeluarkan dengan bantuan jari jempol dan telunjuk pada pangkal menstrual *cup*. Menstrual *cup* dapat menjadi solusi dalam mengurangi jumlah pembalut sekali pakai karena penggunaannya yang dapat mencapai 8 tahun, lalu dari segi harga maka menstrual *cup* lebih ekonomis dibandingkan pembalut sekali pakai

yang perlu dibeli setiap bulan. Selain itu daya tampung menstrual *cup* sekitar 15-40ml darah menstruasi, lebih banyak dibandingkan pembalut sekali pakai yang hanya menampung 15-20ml darah menstruasi.

Menstrual *cup* mulai dikenal oleh masyarakat di Denpasar sejak tahun 2017-2018 lalu, namun hingga saat ini menstrual *cup* belum bisa menggantikan penggunaan pembalut sekali pakai. Adapun hal-hal yang mempengaruhi seseorang untuk tidak memilih menggunakan menstrual *cup* seperti, sudah terbiasa menggunakan pembalut sekali pakai, memiliki alergi atau alasan tertentu sehingga tidak dapat menggunakan menstrual *cup*, serta hal tabu di Indonesia untuk memasukkan hal tertentu ke dalam vagina yang dianggap menghilangkan keperawanan hingga mengurangi kesuburan. Berdasarkan hasil wawancara bersama seorang bidan yaitu, Ibu Ni Made Asri Arsini, A.Md.Keb., menggunakan menstrual *cup* tidak berpengaruh pada kesuburan wanita, lalu remaja boleh menggunakan menstrual *cup* dan tidak akan menghilangkan keperawanan hanya karena selaput dara yang rusak. Selaput dara memiliki ukuran dan ketebalan yang berbeda serta dapat rusak saat cedera atau beraktifitas berat dan bahkan ada perempuan yang lahir tanpa selaput dara. Maka dari itu, stigma masyarakat yang

menganggap menggunakan menstrual *cup* dapat menghilangkan keperawanan hingga mengurangi kesuburan, tidaklah benar.

Kurangnya pengetahuan masyarakat di Denpasar mengenai menstrual *cup*, dari berbagai kelebihan hingga cara penggunaan dan pembersihannya, maka penulis tertarik untuk merancang sebuah media kampanye. Kampanye ini bertujuan untuk mengedukasi dan mengajak masyarakat agar beralih ke menstrual *cup* untuk mengurangi sampah pembalut serta mengurangi kekhawatiran dan kerugian pemakaian dari pembalut sekali pakai. Media kampanye penting dalam mempengaruhi dan mengedukasi bagaimana menstrual *cup* bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar. Maka dari itu media kampanye yang dibuat harus tepat dan sesuai kepada target yang dituju, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat terutama perempuan di Denpasar dalam penggunaan menstrual *cup* yang baik dan benar.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuisisioner.

1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan di beberapa tempat yaitu, Artasedana, Karya Sari, swalayan dan Watsons di Level 21 serta farmasi Kimia Farma. Berdasarkan hasil observasi, seluruh tempat tersebut tidak menjual menstrual *cup* dan hanya menjual pembalut sekali pakai saja.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara bersama salah satu dokter spesialis kandungan melalui *chat* dengan aplikasi Alodokter yaitu, Dr. Lucia Leonnie Levita, Sp.OG, M.Kes, bidan yaitu Ibu Ni Made Asri Arsini, A.Md.Keb., Vianny sebagai pemilik usaha MenstrualCupBali di Denpasar dan beberapa Masyarakat di Denpasar. Data yang terkumpul adalah berupa pengertian menstrual *cup*, kelebihan dan kekurangan menstrual *cup*, serta cara menggunakan menstrual *cup*. lalu dengan wawancara ini juga bertujuan untuk mengetahui pendapat masyarakat mengenai menstrual *cup*.

3. Kuisisioner

Kuisisioner disebarakan secara *online* dengan *Google Form*, yang diisi oleh 60 perempuan dengan usia 17-45 tahun berdomisili Denpasar. Metode kuisisioner digunakan untuk memperoleh data mengenai tingkat persetujuan terhadap beberapa pernyataan mengenai menstrual *cup* dan mencari tahu presentase perlu atau tidaknya diadakan kampanye menstrual *cup*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menstrual *cup* adalah alat yang memiliki kegunaan seperti tampon atau pembalut sekali pakai yang digunakan saat masa menstruasi. Menstrual *cup* berbentuk seperti cawan dan bersifat fleksibel karena terbuat dari karet atau silikon. Menstrual *cup* memiliki berbagai kelebihan yang dapat menjadi opsi atau alternatif terbaik dari pembalut sekali pakai.

Namun masih banyak perempuan di Denpasar yang menggunakan pembalut sekali pakai. Selain itu, banyak masyarakat yang ragu untuk menggunakan menstrual *cup* dengan alasan takut dan merasa penggunaannya rumit. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi dan pengetahuan masyarakat mengenai menstrual *cup*

dimulai dari cara memilih, kelebihan dan kekurangan serta cara menggunakan dan membersihkan menstrual *cup* dengan benar. Lalu media-media yang sudah ada masih memiliki kekurangan seperti video animasi masa penggunaan menstrual *cup*, penggunaan warna pada desain terlalu banyak, judul yang terlalu panjang dan sulit terbaca karena penggunaan *stroke* pada teks judul video. Lalu pada konten media sosial *Instagram* terdapat ilustrasi yang berlebihan dan penempatan unsur desain yang berantakan serta penyampaian informasi yang tidak lengkap dan dapat menyebabkan kesalahan pemahaman bagi pembaca.

Analisa SWOT

Analisa *SWOT* adalah suatu cara menganalisa faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalan usaha yang lebih menguntungkan [8]. *SWOT* merupakan singkatan dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Berikut adalah analisa *SWOT* dari kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual *Cup*:

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. Menstrual *cup* dapat mengurangi jumlah sampah pembalut sekali pakai.
- b. Menstrual *cup* dapat digunakan hingga 10 tahun.
- c. Harga jauh lebih ekonomis dibanding pembalut sekali pakai yang perlu dibeli setiap bulan.
- d. Menstrual *cup* aman digunakan pada berbagai aktifitas ringan ataupun berat.
- e. Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai menstrual *cup*, seperti cara memilih, menggunakan-membersihkan dan kekurangan-kelebihannya.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Menstrual *cup* sulit ditemukan di farmasi dan swalayan, lebih mudah ditemukan di *e-commerce*.
- b. Bagi pemula dapat menimbulkan rasa tidak nyaman di awal pemakaian menstrual *cup*.
- c. Membutuhkan waktu untuk penyesuaian atau beradaptasi pada awal penggunaan menstrual *cup*.

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Kampanye tentang menstrual *cup* masih jarang ditemukan.
- b. Banyak yang tertarik untuk menggunakan menstrual *cup*, namun belum mengetahui cara menggunakan yang benar serta kekurangan dan kelebihanannya.
- c. Adanya kesadaran masyarakat mengenai sampah pembalut.

- d. Kemudahan dalam menyampaikan informasi yang dapat diakses melalui internet dan sosial media.

4. *Threat* (Ancaman)

- a. Masih banyak yang menganggap menstrual *cup* adalah hal yang tabu untuk dibahas.
- b. Masih ada yang mempercayai stigma bahwa menstrual *cup* dapat mengurangi kesuburan dan hilang dalam tubuh.
- c. Masih banyak masyarakat yang tidak berani dan ragu untuk beralih dari pembalut sekali pakai ke menstrual *cup*.

Analisa VALS

VALS merupakan kepanjangan dari *values* (nilai), *attitude* (sikap) dan *lifestyle* (gaya hidup). *VALS* digunakan untuk menerangkan dan menilai kelakuan dan gaya hidup masyarakat serta menganalisa segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup. Berikut adalah uraian analisa *VALS* yang ditemukan untuk target pasar dari kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual *Cup*:

1. *Value*

- a. Perempuan dewasa, sudah menikah, pekerja, usia 17-45 tahun.
- b. Masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap menstrual *cup*.
- c. Masyarakat yang ingin berhenti menggunakan pembalut sekali.

2. *Attitude*

- a. Masyarakat yang memiliki keraguan mengenai menstrual *cup*.
- b. Masyarakat yang peduli akan lingkungan sekitar.
- c. Masyarakat yang mementingkan kesehatan organ kewanitaan.
- d. Masyarakat yang merasa tidak nyaman menggunakan pembalut sekali pakai.

3. *Lifestyle*

- a. Masyarakat yang menggunakan sosial media.
- b. Masyarakat yang sadar akan bahaya sampah pembalut.
- c. Masyarakat yang hidupnya praktis.

Target Segmentasi Pasar

1. Demografi

Dari segi demografi target pasar yang ingin dicapai adalah Perempuan dengan usia 23-45 tahun dan yang sudah menikah sebagai target primer dan usia 17-22 tahun dan belum menikah sebagai target sekunder. Dengan jenjang pendidikan dari SMA/K, mahasiswa dan pekerjaan sebagai pekerja dan ibu rumah tangga, serta dari kelas sosial menengah sampai kelas atas.

2. Geografi
Secara geografis target utama dari kampanye ini adalah adalah Kota Denpasar, provinsi Bali. Namun tidak menutup kemungkinan kampanye ini dapat dijangkau oleh masyarakat di luar Denpasar.
3. Psikografi
Berdasarkan psikografisnya, target yang dituju adalah masyarakat yang menyukai hal praktis, mementingkan kesehatan organewanitaan merasa tidak nyaman menggunakan pembalut sekali pakai dan peduli lingkungan.
4. Behaviour
Berdasarkan perilaku, target pasar yang dituju adalah masyarakat yang aktif menggunakan sosial media dan perempuan yang memiliki keraguan terhadap menstrual cup.

Strategi Media

Media utama dari perancangan kampanye ini adalah logo dan GSM, animasi 2 dimensi, konten media sosial. Lalu media pendukung berupa *roll banner*, *guide book* menstrual cup, *t-shirt* dan *merchandise* yang terdiri dari, *tote bag*, *pouch* dan *period tracker*.

Strategi Kreatif

- a. Pesan
Bentuk pesan yang akan digunakan adalah informatif dan persuasif. Pesan informatif bertujuan untuk memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat baik pada target primer maupun sekunder dari kampanye ini mengenai menstrual cup. Lalu pesan persuasif bertujuan untuk menarik perhatian, mempengaruhi dan membujuk masyarakat dari kampanye ini, untuk beralih dari pembalut sekali pakai ke menstrual cup.
- b. Strategi Visual
Strategi visual yang akan digunakan dalam perancangan media kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual Cup adalah menggunakan ilustrasi digital yang dapat menarik perhatian audiens. Pada video animasi, akan bersifat informatif dan edukatif. Pada video animasi juga akan diberikan teks dan *voice over* sehingga penyampaian informasi lebih jelas.
- c. Gaya Visual
Pada gaya visual dalam perancangan media kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual Cup ini akan menggunakan gaya visual feminin. Dengan menggunakan ilustrasi karakter digital gaya kartun *super deformation* dan bersifat santai, ramah dan lucu untuk menarik perhatian audiens perempuan. Untuk jenis *font* yang akan digunakan adalah jenis

font sans serif karena, jenis *font* tersebut memiliki kesan tidak kaku dan mudah dibaca. Warna yang akan digunakan adalah warna triadik yang terdiri dari, merah, biru dan kuning.

d. Positioning

Dalam hal ini, *positioning* dari perancangan kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual Cup akan dibuat dengan tampilan animasi yang bersifat santai sehingga audiens tidak merasa tegang atau takut saat menerima pesan dan informasi mengenai menstrual cup. Gaya ilustrasi yang digunakan pada adalah *super deformation* terutama pada mascot, sehingga berbeda dari media lainnya yang tidak memiliki mascot.

Konsep Desain

Ditemukan beberapa *keywords* oleh penulis dari hasil *brainstorming* yaitu, cawan, nyaman dan informatif. Dari ketiga kata tersebut, terciptalah sebuah konsep yaitu, "A Cup of Helper" yang jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia memiliki arti "Sebuah Cawan Penolong".

A cup atau sebuah cawan, mewakili dari alat menstrual cup sendiri yang memiliki bentuk seperti cawan. Lalu *of helper* atau penolong, merujuk pada menstrual cup yang memiliki berbagai kelebihan sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perempuan seperti, bebas beraktifitas ringan ataupun berat, dapat digunakan hingga 12 jam saat menstruasi, menstrual cup alat yang dapat digunakan hingga 10 tahun, dari segi ekonomi lebih hemat karena tidak perlu membeli setiap bulan. Selain keuntungan untuk perempuan, hal yang tidak kalah penting adalah penggunaan menstrual cup yang dapat menjadi solusi masalah lingkungan yaitu, dapat mengurangi sampah produk menstruasi seperti pembalut sekali pakai. Dengan konsep A Cup of Helper, maka diharapkan masyarakat terutama perempuan di Denpasar mengetahui bahwa, menstrual cup dapat menjadi produk alternatif menstruasi yang dapat menjadi penolong bagi perempuan dan lingkungan dengan berbagai kelebihannya.

Dalam konsep ini, unsur desain yang akan ditampilkan ialah menggunakan ilustrasi digital dengan gaya visual *super deformation* atau *chibi* sehingga dapat menarik perhatian audiens dan memiliki kesan yang santai. Warna yang akan digunakan adalah warna triadik yang terdiri dari warna merah, biru dan kuning, serta warna turunannya. Warna-warna tersebut dipilih agar dapat menunjukkan kesan feminin, rasa nyaman, berhubungan dengan menstruasi dan terkait dengan medis. Jenis tipografi yang digunakan adalah jenis huruf *sans serif*, yang memiliki kesan

tidak kaku dan mudah untuk dibaca. Teks yang



Gambar 1. Tampilan Logo
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)



Gambar 2. Tampilan GSM
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

ingin disampaikan adalah informasi mengenai menstrual cup seperti, cara memilih menstrual cup, kelebihan dan kekurangan dari menstrual cup, serta cara menggunakan dan membersihkan menstrual cup. Konsep A Cup of Helper akan diterapkan pada media-media promosi kampanye Nyaman Saat Haid dan diharapkan dengan konsep ini, media yang dihasilkan akan efektif dan informasi yang disampaikan, dapat tersampaikan dengan baik kepada Masyarakat.

Visualisasi Media

1. Logo
2. Graphic Standard Manual
3. Animasi 2 Dimensi
4. Konten Media Sosial
5. Roll Up Banner

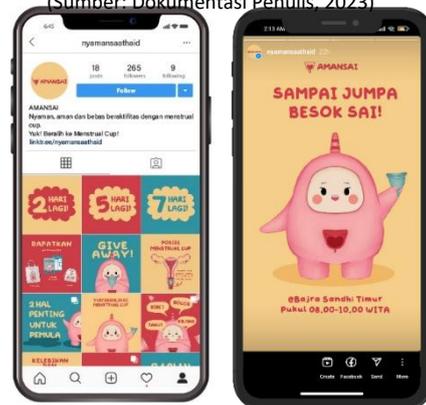


Gambar 4. Tampilan Konten Media Sosial Instagram
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)



Gambar 6. Tampilan Desain Roll Up Banner
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Gambar 5. Tampilan Konten Media Sosial TikTok
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

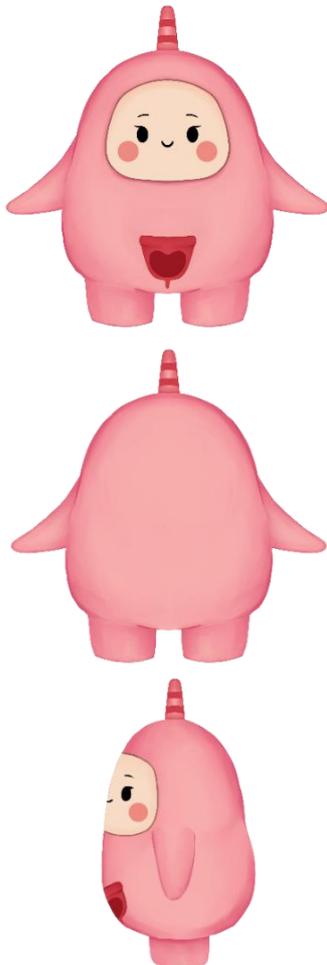


6. Guide Book



Gambar 7. Tampilan Desain Guide Book
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

7. Maskot



Gambar 6. Tampilan Desain Maskot
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

8. T-Shirt



Gambar 9. Tampilan Desain T-Shirt
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

9. Tote Bag



Gambar 10. Tampilan Desain Tote Bag
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

10. Pouch



Gambar 11. Tampilan Desain Pouch
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

11. Period Tracker



Gambar 12. Tampilan Desain *Period Tracker*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

KESIMPULAN

Konsep desain ditentukan dengan melakukan proses *brainstorming*, kemudian dipilih beberapa kata kunci hingga terbentuk sebuah konsep yang tepat untuk kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual Cup yaitu, “A Cup Of Helper” atau dalam Bahasa Indonesia berarti “Sebuah Cawan Penolong”. Konsep tersebut akan digunakan sebagai acuan dalam memilih media dan gaya desain yang akan digunakan. Lalu konsep tersebut akan dijabarkan kembali untuk mendapatkan beberapa kata kunci yang dapat menjadi acuan dalam perancangan desain atau media. Dengan konsep tersebut penulis ingin menunjukkan bahwa menstrual cup dapat menjadi alternatif yang sangat membantu dengan berbagai kelebihannya bagi penggunaanya.

Proses dalam merancang media kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual Cup, dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang ada, lalu diikuti pengumpulan data yang kemudian diolah dengan metode analisa data untuk menentukan media dan target segmentasi. Dalam proses visualisasi desain, perancangan diawali dengan menentukan konsep yang dilakukan dengan *brainstorming* yang menghasilkan beberapa *keywords*, sehingga dapat digunakan dalam menentukan konsep dan media yang tepat dalam perancangan media kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual Cup. Proses selanjutnya adalah membuat sketsa desain yang kemudian dilanjutkan ke dalam bentuk digital dan dilanjutkan pada proses perwujudan media dengan menggunakan bahan dan teknik cetak yang sudah ditentukan.

Media yang tepat dan efektif untuk perancangan kampanye Nyaman Saat Haid Dengan Menstrual Cup dibagi menjadi dua yaitu, media utama yang terdiri dari logo dan *Graphic Standard Manual*, animasi 2 dimensi serta konten media sosial. Lalu media pendukung yaitu, *roll up banner*, *guide book*, maskot, *t-shirt*, *totebag*, *pouch* dan *period tracker*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Angela, Maria. 2019. *#SI TAMU BULANAN Fakta, Mitos dan Tip Menstruasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [2] Suyasa, Gede Agus, Ni Made Sri Wahyuni Trisna, and Made Vairagya Yogantari. "PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE BERGERAK TANPA DEHIDRASI DI KOTA DENPASAR." *Jurnal Selaras Rupa* 1.2 (2020): 51-59.
- [3] Musmiah, Sri Bulan, Nuryani Rustman dan Saefudin. 2019. *Selamat Datang Masa Remaja*. Yogyakarta: Deepublish.
- [4] Sukmana, Anak Agung Chika Amadhea, I. Putu Dudyk Arya Putra, and Ramanda Dimas Surya Dinata. "PERANCANGAN KOMIK STRIP SEBAGAI SARANA KAMPANYE DAMPAK ORANG TUA ABUSIVE TERHADAP PERKEMBANGAN KESEHATAN MENTAL REMAJA DI DENPASAR." *Jurnal Selaras Rupa* 2.1 (2021): 60-68.
- [5] Pane, Merry Dame Cristy. 2022. "Benarkah Menstruasi Buat ASI Seret dan Apa Solusinya?", (Online), (<https://www.alodokter.com/benarkah-menstruasi-bikin-asi-seret-dan-apa-solusinya>, [Mar. 10, 2023]).

- [6] Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. "Proyeksi Penduduk Provinsi Bali Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota (Ribu Jiwa), 2021-2023", (*Online*), (<https://bali.bps.go.id/indicator/12/28/1/proyeksi-penduduk-provinsi-bali-menurut-jenis-kelamin.html>), [Feb. 06, 2023].
- [7] Mailoa, Melisa. 2022. "Malapetaka Sampah Pembalut", (*Online*), (<https://news.detik.com/x/detail/intermeso/20220206/Malapetaka-Sampah-Pembalut/#:~:text=Pembalut%20tergolong%20sampah%20beresiko%20tinggi,yang%20tidak%20dapat%20didaur%20ulang.&text=Pembalut%20terbuat%20dari%20bahan%20plastik,500%2D800%20tahun%20untuk%20terurai>), [Feb. 06, 2023].
- [8] Windri, Noviana. 2019. " Pengakuan Petugas Kebersihan Soal Sampah Pemablut, dari Tong Sampang Rumahan Hingga TPA", (*Online*), (<https://bali.tribunnews.com/2019/09/11/pengakuan-petugas-kebersihan-soal-sampah-pemablut-dari-tong-sampang-rumahan-hingga-tpa>), [Feb. 7, 2023].
- [9] Noya, Allert Benedicto leuan. 2018. "Iritasi Vagina Akibat Pembalut dan Cara Menghindarinya", (*Online*), (<https://www.alodokter.com/iritasi-vagina-akibat-pembalut-dan-cara-menghindarinya>), [Juli. 06, 2023].
- [10] Junaidi, Anwar. 2021. *Evaluasi Diri untuk Pengembangan Kinerja*. Jawa Tengah: NEM.