

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PEMANFAATAN ALAT SANITASI MENSTRUASI RAMAH LINGKUNGAN

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

Salsabila Warda Wahota
20052010053

Dosen Pembimbing 1 :

Aileena Solicitor C.R.E.C., S.T., M.Ds.

Dosen Pembimbing 2 :

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
TAHUN 2023/2024**

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI
PEMANFAATAN ALAT SANITASI MENSTRUASI RAMAH LINGKUNGAN

Disusun Oleh :

SALSABILA WARDA WAHOTA

20052010053

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal :15 Mei 2024

Pembimbing 1


Aileen Solicitor C.R.E.C, S.T., M.Ds.

NPT. 182 19870119 076

Pembimbing 2


Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.

NIP3K. 19810929 202121 1002

Penguji 1


Mahimma Romadhona, S.T., M. Ds.

NIP. 19880428 201803 2001

Penguji 2


Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19900202 202203 1008

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain


Ibnu Sholichin, S.T., M.T.

NIP3K. 19710916 202121 1004

**HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI**

PEMANFAATAN ALAT SANITASI MENSTRUASI RAMAH LINGKUNGAN

Disusun Oleh :

SALSABILA WARDA WAHOTA

20052010053

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 15 Mei 2024

Pembimbing 1

Aileen Sollicitor C.R.E.C. S.T., M.Ds.

NPT. 182 19870119 076

Pembimbing 2

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.

NIPPPK. 19810929 202121 1002

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Masnuna, S.T., M.Sn.

NIPPPK. 19840512 2021 212004

ABSTRAK

Dampak penggunaan pembalut konvensional sekali pakai merupakan permasalahan yang urgent untuk diselesaikan. Selain memiliki dampak terhadap kesehatan karena mengandung bahan-bahan kimia, sampah pembalut konvensional sekali pakai juga sulit untuk diuraikan dan dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. Sehingga diperlukan media edukasi yang menarik sebagai upaya untuk meningkatkan *awareness* perempuan terhadap dampak pembalut konvensional sekali pakai. Kampanye berupa edukasi dapat menjadi tempat untuk memberikan informasi dan pesan yang ingin disampaikan.

Perancangan kampanye ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data berupa kuisisioner, wawancara, dan observasi. Data-data tersebut diolah menggunakan analisis deskriptif, *fishbone* dan 5W+1H yang terdiri dari what, who, when, why, where dan how. Analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan kesimpulan dari hasil wawancara, kuisisioner dan observasi. Sedangkan *fishbone* digunakan sebagai gambaran garis besar dari konsep perancangan dan analisis 5W+1H digunakan agar dapat mengetahui secara spesifik mengenai perancangan ini.

Setelah analisis data, tahap selanjutnya ialah merumuskan konsep desain yang menggunakan keyword “Peduli Menstruasi Ramah Lingkungan”. Setelah itu, keyword tersebut dapat diterapkan pada konsep verbal dan konsep visual dalam kampanye ini. Konsep verbal pada kampanye ini berupa gaya bahasa, strategi komunikasi, nama kampanye dan tagline kampanye. Sedangkan, konsep visual berupa gaya visual, warna, dan tipografi. Kemudian, tahap selanjutnya adalah melakukan studi visual hingga implementasi kedalam media-media yang telah ditentukan.

Kampanye edukasi pemanfaatan alat sanitasi menstruasi ramah lingkungan ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* perempuan terhadap dampak pembalut konvensional sekali pakai. Hal tersebut dilakukan dengan memberikan informasi-informasi tentang dampak pembalut konvensional sekali pakai dan alternatif alat sanitasi menstruasi lain yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Selain itu, juga berisi ajakan untuk beralih menggunakan alternatif alat sanitasi menstruasi ramah lingkungan yang lebih sehat.

Kata Kunci: Kampanye; Pembalut; Menstruasi; Ramah Lingkungan; Kalangan Remaja

ABSTRACT

The impact of using conventional disposable sanitary napkins is an urgent problem to be solved. In addition to having an impact on health because it contains chemicals, conventional disposable sanitary napkins waste is also difficult to decompose and can cause environmental damage. Therefore, an attractive educational media is needed as an effort to increase women's awareness of the impact of conventional disposable sanitary napkins. Campaigns in the form of education can be a place to provide information and messages to be conveyed.

This campaign design uses a qualitative method with data collection in the form of questionnaires, interviews, and observations. The data was processed using descriptive analysis, fishbone and 5W+1H consisting of what, who, when, why, where and how. Descriptive analysis is used to describe the conclusions from the results of interviews, questionnaires and observations. Fishbone is used as an outline of the design concept and 5W+1H analysis is used in order to know specifically about this design. After data analysis, the next stage is to formulate a design concept that uses the keyword "Care for EcoFriendly Menstruation". After that, the keyword can be applied to the verbal concept and visual concept in this campaign. The verbal concept in this campaign is in the form of language style, communication strategy, campaign name and campaign tagline. Meanwhile, the visual concept is in the form of visual style, color, and typography. Then, the next stage is to conduct a visual study until the implementation into the predetermined media.

This educational campaign on the utilization of environmentally friendly menstrual sanitation product aims to increase women's awareness of the impact of conventional disposable sanitary napkins. This is done by providing information about the impact of conventional disposable sanitary napkins and other alternative menstrual sanitation product that are healthier and eco-friendly. In addition, it also contains an invitation to switch to using alternative eco-friendly menstrual sanitation product that are healthier.

Keyword: Campaign; Pad; Menstruation; Eco-Friendly; Teenager

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya, didalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang telah dikutip secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiarisme, saya bersedia untuk bertanggung jawab serta diproses sesuai dengan peraturan atau hukum perundang-undangan yaitu berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Surabaya, 30 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



Salsabila Warda Wahota

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunianya sehingga laporan Perancangan Kampanye Edukasi Pemanfaatan Alat Sanitasi Menstruasi Ramah Lingkungan ini dapat terselesaikan dengan baik. Laporan ini berisi mengenai kampanye edukasi yang memberikan informasi terkait dampak pembalut konvensional sekali pakai dan alternatif lain selain pembalut konvensional sekali pakai yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* para perempuan usia 18-24 tahun. Diharapkan adanya perancangan ini, target audiens dapat tertarik untuk menyimak dan lebih mudah untuk memahami hal-hal yang telah disampaikan melalui media-media yang digunakan dalam kampanye. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang bersedia membantu dan memberi banyak dukungan kepada peneliti dalam proses pembuatan laporan ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT
2. Nabi Muhammad SAW
3. Orang Tua saya yang selalu memberikan do'a dan banyak dukungan, baik dalam hal finansial maupun dukungan lahir batin
4. Ibu Aileen S.C.R.E.C, S.T., M.Ds. sebagai dosen pembimbing pertama yang banyak memberikan dukungan, ilmu, saran dan masukan pada perancangan ini.
5. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M. Med. Kom. Sebagai dosen pembimbing kedua yang memberikan dukungan dan sarannya terkait perancangan ini.
6. Westiani Agustin selaku pendiri Biyung Indonesia yang bersedia untuk saya wawancara sebagai narasumber dan siap untuk berkolaborasi dengan perancangan kampanye ini terkait topik menstruasi sehat dan ramah lingkungan
7. Bapak Nurul Fatkhurrokhim selaku ahli dibidang logo yang telah bersedia membantu untuk memvalidasi dan memberikan masukan terkait logo pada perancangan ini
8. Djayanti Aprilia selaku ahli ilustrasi yang telah bersedia membantu untuk memvalidasi dan memberikan masukan terkait desain karakter pada perancangan ini
9. Seluruh peserta FGD, Kartika, Fania, Najja, Efril, Yulfa, Mbak Amei, Linda, Dinda, Bella, dan Sephia yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan data, saran dan masukannya terkait perancangan ini

10. Faisal Amri yang telah mensupport dan memberikan bantuan untuk kelancaran perancangan tugas akhir ini
11. Teman-teman di grup dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat dan dukungannya sampai perancangan ini selesai.
12. Seluruh teman angkatan 2020 DKV UPN yang juga memberikan support selama proses perancangan ini dibuat

Saya menyadari proses dalam mengerjakan laporan hingga terciptanya perancangan ini masih belum sempurna. Namun, setidaknya dengan adanya perancangan ini, saya berharap dapat menjadi panduan dan pedoman bagi remaja-remaja untuk tetap semangat dan pantang menyerah.

Surabaya, 30 Mei 2024



Salsabila Warda Wahota

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	5
1.6 Manfaat Perancangan.....	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
BAB II LANDASAN TEORI & STUDI EKSISTING	8
2.1 Definisi Operasional Judul	8
2.1.1 Definisi Kampanye	8
2.1.2 Definisi Edukasi.....	8
2.1.3 Definisi Pemanfaatan Alat Sanitasi Menstruasi	8
2.1.4 Ramah Lingkungan.....	8
2.1.5 Alat Sanitasi Menstruasi Ramah Lingkungan	9
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Tinjauan Pustaka Kampanye	9
2.2.2 Jenis-Jenis Kampanye.....	9
2.2.3 Tujuan Kampanye.....	10
2.2.4 Media Kampanye.....	11
2.2.5 Perancangan Kampanye.....	13
2.3 Tinjauan Tentang Menstruasi	14
2.3.1 Pengertian Menstruasi	14
2.3.2 Siklus Menstruasi	14

2.4	Tinjauan Dampak Pembalut Konvensional (Sekali Pakai).....	15
2.5	Definisi Alat Sanitasi Menstruasi Ramah Lingkungan.....	16
2.6	Jenis-Jenis Alat Sanitasi Menstruasi Ramah Lingkungan.....	17
2.7	Tinjauan Lembaga	20
2.8	Tinjauan Desain Komunikasi Visual	22
2.8.1	Definisi Desain Komunikasi Visual	22
2.8.2	Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	23
2.8.3	Prinsip Desain.....	23
2.9	Tinjauan Tipografi	24
2.10	Teori Warna	26
2.11	Psikologi Warna.....	26
2.12	Logo.....	28
2.13	Ilustrasi	28
2.14	Studi Eksisting	28
2.14.1	Biyung Indonesia.....	29
2.15	Studi Komparator.....	34
2.15.1	Nonawomen.....	34
BAB III METODOLOGI DESAIN		40
3.1	Metode Perancangan.....	40
3.2	Objek Perancangan	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1	Data Primer.....	42
3.3.2	Data Sekunder.....	47
3.3.3	Target Audiens.....	49
3.4	Teknik Analisis Data	50
3.4.1	Analisis Data Kuisisioner.....	50
3.4.2	Analisis Data Wawancara.....	52
3.4.3	Analisis Pengguna Alat Sanitasi Menstruasi Ramah Lingkungan	55
3.4.4	Analisis Data <i>Focus Group Discussion</i>	55
3.4.5	Analisis Data Observasi.....	56
3.4.6	Analisis Fishbone	57
3.4.7	Analisis 5W+1H	58
3.4.5	Analisis Consumer Insight.....	62
3.4.6	Analisis Consumer Journey	62
3.5	Unique Selling Proposition (USP).....	65

BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	67
4.1 Perumusan Konsep	67
4.1.1 Keyword	67
4.1.2 Definisi Keyword.....	68
4.1.3 Konsep Verbal	69
a. Gaya Bahasa	69
b. Strategi Komunikasi	69
c. Strategi Pemasaran di Sosial Media	69
d. Nama dan Tagline Kampanye	70
e. <i>Challenge</i> Kampanye.....	70
4.1.4 Konsep Visual.....	71
a. Gaya Visual	71
b. Jenis Layout.....	72
c. Warna.....	73
d. Tipografi	73
e. Konsep Media.....	74
1. Strategi AISAS	74
2. Penentuan Media	77
4.2 Proses Perancangan Desain	83
4.2.1 Desain Logo Kampanye	83
4.2.1.1 Brainstorming Logo.....	83
4.2.1.2 Rough Desain.....	84
4.2.1.3 Komprehensif Desain	84
4.2.1.4 Validasi Desain	85
4.2.1.5 Desain Final	86
4.2.2 Desain Karakter	87
4.2.2.1 Brainstorming Karakter	87
4.2.2.2 Rough Desain.....	88
4.2.2.3 Komprehensif Desain	89
4.2.2.4 Validasi Desain	89
4.2.2.5 Final Desain	90
4.2.3 Sosial Media Instagram	91
a. Sketsa dan referensi	91
b. Alternatif Desain.....	92
c. Desain Terpilih.....	92

4.2.4	Desain Landing Page/ Website	93
a.	Sketsa dan referensi	93
b.	Alternatif Desain.....	94
c.	Desain Terpilih	95
4.2.5	Desain Booth Workshop Menjahit Pembalut Kain	95
a.	Sketsa dan referensi	96
b.	Alternatif Desain.....	96
c.	Desain Terpilih.....	97
4.3	Implementasi Desain	97
4.3.1	Logo.....	97
4.3.2	Sosial Media Instagram	98
4.3.3	Website	102
4.3.4	Desain Booth Workshop.....	103
4.3.5	Poster	104
4.3.6	X-Banner.....	105
4.3.7	Brosur.....	105
4.3.8	Tumbler.....	106
4.3.9	Tote bag	106
4.3.10	Gantungan Kunci (Keychain)	107
4.3.11	Women Pouch.....	107
4.3.12	Stiker	108
4.4	Rancangan Anggaran Proyek	108
4.4.1	Tarif Desainer	108
4.4.2	Biaya Produksi Kampanye	109
4.4.3	Estimasi Biaya Cetak.....	110
BAB V	PENUTUP	111
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Kuisisioner Penggunaan Alat Sanitasi Menstruasi	2
Gambar 1. 2	Kuisisioner Pengetahuan Alat Sanitasi Menstruasi	2
Gambar 1. 3	Kerangka Perancangan.....	7
Gambar 2. 1	Siklus Menstruasi	14
Gambar 2. 2	<i>Reusable Menstrual Pad</i>	17
Gambar 2. 3	<i>Period Panties</i>	18
Gambar 2. 4	<i>Menstrual Cup</i>	18
Gambar 2. 5	Pembalut Organik	19
Gambar 2. 6	Logo Biyung Indonesia	20
Gambar 2. 7	Program Edukasi Biyung Indonesia di Instagram.....	21
Gambar 2. 8	Program Pembagian Pembalut Kain Kepada Masyarakat	21
Gambar 2. 9	Workshop Edukasi Menjahit Pembalut Kain Biyung Indonesia.....	22
Gambar 2. 10	Gambar Ilustrasi PMS Sytoms.....	28
Gambar 2. 11	Visual Instagram @biyungindonesia	29
Gambar 2. 12	Visual Instagram Nonawomen.....	34
Gambar 3. 1	Wawancara Biyung Indonesia	43
Gambar 3. 2	Wawancara Layyin Lala	44
Gambar 3. 3	<i>Focus Group Discussion</i> Dengan Target Audiens.....	46
Gambar 3. 4	Analisis <i>Fishbone</i>	57
Gambar 4. 1	Keyword Perancangan	67
Gambar 4. 2	Gaya Ilustrasi	71
Gambar 4. 3	Gaya Ilustrasi Instagram Nona Women	71
Gambar 4. 4	Big Type Layout	72
Gambar 4. 5	Jumble Layout.....	72
Gambar 4. 6	Palet Warna	73
Gambar 4. 7	Poppins Font	73
Gambar 4. 8	Proses <i>brainstorming</i> logo	83
Gambar 4. 9	Rough Desain logo.....	84
Gambar 4. 10	Komprehensif Desain logo.....	85
Gambar 4. 11	Alternatif Validasi Desain logo.....	85
Gambar 4. 12	Validasi Desain Logo Ahli.....	85
Gambar 4. 13	Validasi Desain Logo Ahli.....	86
Gambar 4. 14	Validasi Desain Logo Audiens.....	86
Gambar 4. 15	Desain Logo Terpilih	86
Gambar 4. 16	Proses Brainstorming Karakter	87
Gambar 4. 17	Referensi Desain Karakter	88
Gambar 4. 18	Tahap Sketsa Desain Karakter	88
Gambar 4. 19	Tahap Komprehensif Desain Karakter.....	89
Gambar 4. 20	Tahap Validasi Desain Karakter	89
Gambar 4. 21	Tahap Validasi Desain Karakter Ahli	90
Gambar 4. 22	Kuisisioner Validasi Desain Karakter Aktivis.....	90
Gambar 4. 23	Kuisisioner Validasi Desain Karakter Mahasiswa.....	90
Gambar 4. 24	Final Desain Karakter	91

Gambar 4. 25	Sketsa dan Referensi Style Feed Instagram	91
Gambar 4. 26	Alternatif Desain Feed Instagram	92
Gambar 4. 27	Desain Feed Instagram Terpilih	92
Gambar 4. 28	Validasi Alternatif Desain Feed Instagram	93
Gambar 4. 29	Desain Feed Instagram Terpilih	93
Gambar 4. 30	Sketsa Layout Landing Page	94
Gambar 4. 31	Alternatif Desain Landing Page	94
Gambar 4. 32	Landing Page Terpilih	95
Gambar 4. 33	Kuisisioner Validasi Desain Web	95
Gambar 4. 34	Sketsa dan Referensi Booth	96
Gambar 4. 35	Alternatif Desain Booth	96
Gambar 4. 36	Desain Booth Terpilih	97
Gambar 4. 37	Desain Logo Pad Revolution Pada Profile Instagram	97
Gambar 4. 38	Desain Konten Sosial Media Instagram	98
Gambar 4. 39	Desain Konten Sosial Media Instagram	98
Gambar 4. 40	Desain Konten Edukasi Dampak Pembalut Sekali Pakai	99
Gambar 4. 41	Desain Konten Alat Sanitasi Menstruasi Ramah Lingkungan	99
Gambar 4. 42	Desain Konten Seputar Menstruasi dan Tempat Membelinya	100
Gambar 4. 43	Desain Konten Biyung Indonesia	100
Gambar 4. 44	Desain Konten <i>Challenge</i>	101
Gambar 4. 45	Konten Reels Instagram	101
Gambar 4. 46	Desain Story Instagram	102
Gambar 4. 47	Desain Landing Page Website	102
Gambar 4. 48	Desain Website	103
Gambar 4. 49	Desain Booth Workshop	103
Gambar 4. 50	Desain Poster	104
Gambar 4. 51	Desain X-Banner	105
Gambar 4. 52	Desain Brosur	105
Gambar 4. 53	Desain Tumbler	106
Gambar 4. 54	Desain Tote bag	106
Gambar 4. 55	Desain Gantungan Kunci	107
Gambar 4. 56	<i>Women Pouch</i>	107
Gambar 4. 57	Desain Stiker	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Tabel Analisis Media Instagram Biyung Indonesia.....	29
Tabel 2. 2	Tabel Analisis Media Instagram Nonawomen.....	34
Tabel 3. 1	Tabel Analisis Consumer Journey	63
Tabel 4. 1	Tabel Strategi Media AISAS	74
Tabel 4. 2	Tabel Penentuan Media Kampanye	77
Tabel 4. 3	Tabel Perencanaan Konten Feed Instagram.....	79
Tabel 4. 1	Tabel Strategi Media AISAS	74
Tabel 4. 2	Tabel Penentuan Media Kampanye	77
Tabel 4. 3	Tabel Perencanaan Konten Feed Instagram.....	79
Tabel 4. 4	Tabel Anggaran Proyek	108
Tabel 4. 5	Estimasi Biaya Cetak	110