

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Data Khalayak Sasaran

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada target sasaran yaitu perempuan dengan usia 21-26 tahun, yang tinggal di Semarang, Jakarta dan sekitarnya. Target sasaran adalah perempuan yang memiliki wawasan dan peduli terhadap lingkungan, namun masih menggunakan pembalut sekali pakai. Perempuan di usia ini merupakan perempuan yang tertarik di bidang digital yang serba modern sehingga dapat mengikuti tren. Selain itu, usia ini sudah menunjukkan kedewasaan dan dapat mengambil keputusan sendiri untuk masa depannya.

Oleh karena itu, akan dilakukan Perancangan Komunikasi Visual Untuk Perempuan Mengenai Alat Sanitasi Menstruasi Ramah Lingkungan “*Menstrual Cup*” usia 21-26 tahun dengan konsep pembuatan buku digital. Perancangan ini dibuat sebagai salah satu upaya mendukung gerakan-gerakan pengurangan sampah di Indonesia, lebih spesifik yaitu mengurangi sampah pembalut sekali pakai dengan individu melalui media yang sesuai dan tepat.

3.2 Metode Penelitian

Data primer yang diperoleh yaitu dari menyebarkan kuesioner ke perempuan yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dengan mayoritas masih menggunakan pembalut sekali pakai dengan total responden sebanyak 106 perempuan. Selain itu, data sekunder diperoleh dari berbagai kajian literatur berupa artikel, *website*, jurnal penelitian, dengan berbagai informasi yang terkait seperti: *menstrual cup*, alat sanitasi, ramah lingkungan, dan buku digital.

Perancangan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis 5W1H. Hasil data yang sudah diperoleh melalui kuesioner, kemudian dianalisis sebagai berikut:

What : Apa yang akan dibuat?

Membuat perancangan yang menerangkan segala informasi mengenai *menstrual cup* dengan menjawab segala keraguan dan alasan menunda perempuan untuk menggunakan *menstrual cup* sebagai alat sanitasi alternatif. Dan menyakinkan pentingnya dan perlunya beralih ke alat sanitasi yang ramah lingkungan supaya dapat turut menjaga lingkungan.

Why : Mengapa harus ada perancangan ini?

Perancangan ini ditujukan untuk memberikan *awareness* dan edukasi berupa semua informasi mengenai *menstrual cup*, dari sejarah, cara penggunaan, manfaat, dan sebagainya sehingga dapat dijadikan sumber informasi dan pengetahuan sekaligus untuk meyakinkan dan dijadikan pertimbangan agar beralih menggunakan *menstrual cup* oleh perempuan usia 21-26 tahun.

Who: Siapa target sasaran dari perancangan ini?

Perempuan berusia 21-26 tahun, yang tinggal khususnya di Semarang atau perkotaan yang memiliki wawasan dan kepedulian terhadap lingkungan.

When : Kapan akan dipublikasikan?

Perancangan ini akan dipublikasikan secara bertahap. Tanggal 28 Mei yang bertepatan dengan *Menstrual Hygiene Day*, dimana penulis akan memberikan cuplikan gambaran mengenai perancangan ini di media sosial supaya target sasaran tertarik.

Where : Dimana media tersebut nantinya akan dipublikasikan?

Perancangan ini akan dipublikasikan menggunakan media online dan media cetak. Media online berupa Instagram, yang membahas cuplikan gambaran mengenai buku *menstrual cup* dan informasi menarik lainnya. Media cetak berupa poster cetak, yang akan diaplikasikan di *public space*, sekolah/kampus, layanan kesehatan seperti puskesmas, UKS atau rumah sakit.

How : Bagaimana membuat perancangan ini?

Perancangan ini nantinya akan dilakukan 3 tahapan. Tahapan pertama yaitu tahapan afeksi melalui media sosial Instagram, dimana dalam *feeds* itu memberikan cuplikan gambaran tentang buku digital dan informasi menarik *menstrual cup*, sehingga target sasaran tertarik untuk mencari tahu tentang alat sanitasi *menstrual cup* yang ramah lingkungan. Kemudian, tahap kedua yaitu kognisi melalui media poster cetak yang nantinya poster tersebut akan memberikan gambaran kepada target sasaran dampak dan bahaya dari pembalut sekali pakai bagi kesehatan dan lingkungan dan memberikan informasi bahwa adanya alat sanitasi menstruasi alternatif berupa *menstrual cup*. Pada tahap ini, secara tidak langsung mengajak target sasaran untuk mencari tahu lebih mengenai *menstrual cup* yang masih jarang digunakan. Tahapan ketiga yaitu tahap *changing behavior* melalui buku digital yang dapat dibaca secara gratis oleh target sasaran yang nantinya akan dibagikan *link* melalui bio Instagram. Sehingga target sasaran yang sudah *aware* dan tertarik dengan *menstrual cup*, semakin lebih teredukasi dan meyakinkan untuk beralih menggunakan *menstrual cup* sebagai alat sanitasi ramah lingkungan, karena hal tersebut bermanfaat bagi kesehatan dan lingkungan.

Tone and Manner

Bahasa yang akan digunakan adalah bahasa yang baik, jelas, dan mudah dipahami, mengingat target sasaran adalah perempuan dewasa usia 21-26 tahun dengan menormalisasi penggunaan bahasa yang biasanya tabu untuk disebutkan, seperti vagina, selaput dara, dan sebagainya.

Menggunakan tipografi yang mudah dibaca dan memberikan kesan semi formal, perpaduan font serif dan sanserif. Sedangkan, untuk gaya desain yang akan digunakan adalah gaya *flat* desain dengan pemilihan warna *pastel* dan warna tematik dengan dominasi yang merepresentasikan warna-warna menstruasi seperti merah, *pink*, dan cokelat. Sehingga dapat mempresentasikan *image* untuk memberikan *awareness* dan tersampainya pesan terharap perempuan dengan tepat.

3.3 Analisis Data Penelitian

3.3.1 Analisa Masalah

Indonesia telah melakukan berbagai cara untuk membantu lingkungan dengan menargetkan pengurangan sampah plastik di lautan sebanyak 70% pada 2025 dan bebas sampah plastik pada tahun 2040. Melalui Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (IDKP), masyarakat individu maupun komunitas diajak untuk mendukung dan mengurangi sampah, terutama kantong plastik dan bagaimana cara mengelompokkan sampah sesuai jenisnya, anorganik, organik, elektronik, dan sebagainya. Untuk dapat mengurangi sampah di Indonesia dapat dilakukan secara individu, komunitas, atau organisasi baik profit atau non profit dengan berbagai cara dari mengurangi penggunaan produk sekali pakai dalam keseharian, hidup ramah lingkungan, mengelompokkan jenis sampah di rumah, dan lain-lain.

Dalam hal ini, peran perempuan sangat penting untuk mengurangi sampah, khususnya sampah pembalut sekali pakai yang diproduksi setiap bulan saat menstruasi. Pembalut sekali pakai menjadi salah satu penyumbang sampah di Indonesia dan mencemari lingkungan. Oleh karena itu, munculnya sebuah alat sanitasi ramah lingkungan berupa *menstrual cup* yang sudah diketahui keberadaannya namun masih terbilang cukup jarang digunakan oleh perempuan karena berbagai faktor.

Untuk mengatasi masalah tersebut, perlu adanya suatu perancangan buku digital yang dibuat untuk merubah persepsi dari perempuan yang ragu mengenai *menstrual cup* dan memberikan *awareness* agar dapat mempengaruhi pemikirannya dan dapat beralih menggunakan *menstrual cup* saat menstruasi.

3.3.2 Data Pertanyaan

3.3.2.1 Data Pertanyaan Kuesioner

Penulis telah melakukan riset dengan menyebar kuesioner terhadap target sasaran perempuan dengan usia 21-26 tahun di Semarang. Pemilihan target sasaran terhadap perempuan karena perempuan menjadi salah satu penyumbang

sampah pembalut saat menstruasi. Pemelihan responden yaitu mengacu pada usia 21-26 tahun yang masih menggunakan pembalut sekali pakai dan belum menggunakan *menstrual cup* saat menstruasi. Penulis mengajukan pertanyaan dengan beberapa bagian seputar data diri lengkap, tentang produk sanitasi saat menstruasi, *menstrual cup*, dan media yang tepat untuk perancangan ini.

Pertanyaan tentang produk sanitasi saat menstruasi, yaitu:

1. Apa produk sanitasi yang anda pakai saat menstruasi?
2. Mengapa anda memilih jenis produk sanitasi tersebut?
3. Apa kekurangan dari produk sanitasi yang anda gunakan?
4. Apa kelebihan dari produk sanitasi yang anda gunakan?

Pertanyaan tentang *menstrual cup*, yaitu:

5. Apakah anda mengetahui tentang Menstrual Cup?
6. Jika iya, apa yang anda ketahui tentang Menstrual Cup?
7. Jika tahu, dari mana anda mengetahui Menstrual Cup?
8. Apakah anda menggunakan Menstrual Cup saat menstruasi?
9. Jika tertarik, mengapa anda ingin mencoba Menstrual Cup?
10. Apa yang anda ingin ketahui tentang Menstrual Cup lebih mendalam?

Pertanyaan tentang media, yaitu:

11. Media seperti apa yang menarik untuk dapat anda jadikan sumber informasi mengenai *menstrual cup*?
12. Tampilan warna dalam buku seperti apa yang anda sukai?
13. Tampilan visual dalam buku seperti apa yang anda sukai?
14. Gaya desain dalam buku seperti apa yang anda sukai?

3.3.2.2 Data Pertanyaan In Depth Interview dengan Target Sasaran yang Tertarik Mencoba Menstrual Cup

Berdasarkan riset dengan menyebar kuesioner terhadap target sasaran perempuan dengan usia 21-26 tahun di Semarang. Sebanyak 36 responden dari kuesioner tertarik memakai *menstrual cup*. Oleh karena itu, dilakukan *in depth interview* terhadap perempuan yang tertarik memakai *menstrual cup*, dengan tujuan untuk

mendapatkan jawaban dari narasumber mengenai apa yang menjadi hambatan mereka belum beralih memakai *menstrual cup*.

Berikut adalah pertanyaan *in depth interview*:

1. Mengapa anda mau dan tertarik untuk memakai *Menstrual Cup*?
Apa kelebihan *Menstrual Cup* menurut anda?
2. Rumor seperti apa yang anda dengar mengenai *Menstrual Cup* dari sumber informasi dan masyarakat?
3. Dari rumor tersebut, apakah menjadi hambatan untuk anda yang tertarik mencoba *Menstrual Cup*?
4. Dari mana anda mengetahui *Menstrual Cup* pertama kali? Sejak kapan anda tertarik?
5. Menurut anda, apakah ada kekurangan dari menggunakan *Menstrual Cup*?
6. Faktor apa yang membuat anda menunda atau belum memutuskan untuk beralih ke *Menstrual Cup*?
7. Apa yang membedakan *Menstrual Cup* dengan produk sanitasi menstruasi yang sedang anda gunakan saat ini?
8. Informasi di buku digital seperti apa yang anda butuhkan untuk lebih meyakinkan anda untuk beralih ke *Menstrual Cup*?

3.3.3 Analisis Hasil Kuesioner

Berdasarkan data yang sudah diperoleh sebanyak 106 responden perempuan usia 21-26 tahun yang 59.4% berstatus mahasiswa, sisanya pekerja. Produk sanitasi yang dipakai saat menstruasi, sebanyak 89.5% responden menggunakan pembalut sekali pakai, sisanya 7.6% responden menggunakan *menstrual cup* dan 2.9% responden menggunakan pembalut kain. Alasan memilih produk sanitasi pembalut, sebanyak 50.3% mengatakan karena sudah terbiasa memakai pembalut sekali pakai, 45.7% karena mudah dicari dan didapatkan, 2.9% karena harga yang terjangkau, dan 1% tidak mengetahui jenis produk sanitasi lainnya. Kekurangan dari produk sanitasi yang digunakan yaitu 72.4% dapat mencemari lingkungan, 18.1% tidak nyaman dipakai, dan 9.5% karena mahal. Kelebihan dari produk

sanitasi yang digunakan, 67.6% pembalut termasuk mudah digunakan, 12.4% pembalut nyaman dipakai, 12.4% pembalut harga yang terjangkau dan 7.6% pembalut kain dan *menstrual cup* ramah lingkungan.

Sebanyak 85.7% dari 106 responden mengetahui tentang *menstrual cup*, 12.4% mengaku pernah mendengar dan tidak asing, 1.9% mengaku tidak mengetahui tapi tertarik untuk mengetahui *menstrual cup*. Yang diketahui tentang *menstrual cup*, sebanyak 62.9% tahu bahwa *menstrual cup* dapat dipakai berulang kali (*reusable*), 17.1% ramah lingkungan, 16.2% sebagai pengganti pembalut sekali pakai, dan 3.8% mengira *menstrual cup* susah digunakan dan menakutkan. Sebanyak 57.1% responden mengetahui *menstrual cup* melalui sosial media (berupa Instagram, Twitter, Youtube, Situs), 22.9% mengetahuinya melalui teman, 11.4% review dari *influencer*, dan 8.6% mengetahui melalui artikel berita. Sebanyak 52.4% tidak menggunakan *menstrual cup* saat menstruasi, 34.3% tertarik mencoba, 11.4% menggunakan *menstrual cup* dan 1.9% tidak tertarik mencoba menggunakan *menstrual cup*. Alasan responden ingin mencoba *menstrual cup*, sebanyak 48.6% beralasan karena ingin turut menjaga lingkungan, 27.6% beralasan karena praktis dipakai dan dicuci, 16.2% beralasan pernah mengalami iritasi karena pembalut sekali pakai, dan 7.6% beralasan *menstrual cup* dapat digunakan untuk olahraga dan tidak menyebabkan bau. Responden ingin mengetahui tentang *menstrual cup* lebih mendalam, sebanyak 61.9% ingin mengetahui semua informasi mengenai *menstrual cup* yang sisanya meliputi sejarah, bahaya dan manfaat, penggunaan, dan review dari orang-orang yang sudah memakai *menstrual cup* dan lain-lain.

Sebanyak 84.8% responden memilih buku digital sebagai media yang menarik untuk dijadikan sumber informasi *menstrual cup*, karena lebih ramah lingkungan dan mudah diakses. Sedangkan sisanya sebanyak 15.2% memilih buku cetak. Sebanyak 61% responden menyukai tampilan warna dalam buku yang pastel, 21% warna tematik sesuai tema menstruasi, dan 18.1% warna *colorful*. Sebanyak 97.1% responden menyukai tampilan visual buku yang berisi penjelasan tulisan dan gambar, sedangkan hanya 2.9% yang menyukai penjelasan tulisan.

Gaya desain yang disukai oleh responden adalah ilustrasi sebanyak 81.9% dan sisanya 18.1% tipografi.

Berdasarkan hasil analisis data di atas, sebanyak 106 responden terdapat 89.5% perempuan masih menggunakan pembalut sekali pakai dengan rata-rata beralasan sudah terbiasa memakai pembalut yang mudah didapatkan dan dipakai, harga terjangkau namun menyadari bahwa pembalut yang mereka pakai dapat mencemari lingkungan. Sebagian besar responden, sebanyak 85.7% mengetahui adanya alat sanitasi ramah lingkungan berupa *menstrual cup*, yang dapat dipakai berulang kali (*reusable*) melalui media sosial. Responden ingin mencoba *menstrual cup* dengan alasan karena ingin turut menjaga lingkungan, praktis dipakai dan dicuci. Dalam hal ini sebanyak 61.9% responden ingin mengetahui semua informasi mengenai *menstrual cup* yang sisanya meliputi sejarah, bahaya dan manfaat, penggunaan, dan review dari orang-orang yang sudah memakai *menstrual cup* dan lain-lain. Media yang disukai oleh responden adalah buku digital karena merupakan media yang menarik untuk dijadikan sumber informasi *menstrual cup*, karena lebih ramah lingkungan dan mudah diakses, dengan tampilan warna pastel dan tematik menstruasi, dengan visual berisi ilustrasi dan tulisan penjelasan mengenai *menstrual cup*.

3.3.4 Analisis Hasil In Depth Interview

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang sudah dilakukan pada 5 narasumber yang tertarik memakai *menstrual cup*. Sebanyak seluruh narasumber tertarik mencoba memakai *menstrual cup* dengan alasan kesehatan yang mereka alami karena dampak dari memakai pembalut sekali pakai, yaitu terjadinya iritasi dan ruam pada kulit. Selain itu, narasumber tertarik karena kelebihan yang dimiliki *menstrual cup*, yaitu dapat digunakan berulang dalam jangka waktu yang panjang 10 tahun, tidak menyebabkan iritasi dan ruam karena cara penggunaannya dimasukkan ke dalam vagina, dapat digunakan untuk beraktivitas sehari-hari.

Sebanyak 3 dari 5 narasumber, mendengar adanya rumor mengenai *menstrual cup* bahwa memasukkan suatu benda asing ke dalam vagina dapat merusak selaput dara dan menyebabkan hilangnya keperawanan. Sedangkan salah

satu narasumber mengkhawatirkan mengenai bahan yang digunakan *menstrual cup* karena ditakutkan dapat menyebabkan alergi pada tubuh. Narasumber lainnya tidak terlalu memperdulikan adanya rumor keperawanan tersebut, lebih sering mendengar kelebihan *menstrual cup* seperti ramah lingkungan dan investasi lebih hemat. Dari rumor mengenai memakai *menstrual cup* dapat menghilangkan keperawanan, narasumber tidak merasa bahwa hal tersebut menjadi hambatan karena semua narasumber memahami bahwa hilangnya keperawanan tidak hanya disebabkan dari memasukkan sesuatu asing ke dalam vagina tetapi dapat juga karena aktivitas berat lainnya seperti olahraga. Narasumber 1 merasa kurangnya edukasi dan harga *menstrual cup* yang cukup mahal, takut akan efek samping saat transisi memakai *menstrual cup*, dan kurangnya akses untuk membeli produk menjadi hambatan. Narasumber 4 menyatakan bahwa siklus menstruasinya yang hanya sebentar menjadi hambatan untuk memakai *menstrual cup*, karena menyayangkan biaya yang dikeluarkan. Sehingga masih bertahan memakai pembalut sekali pakai.

Semua narasumber mengetahui *menstrual cup* pertama kali dari media sosial dan *influencer* yang mereka ikuti dan seiring waktu berjalan narasumber tertarik memakai *menstrual cup*. Dalam hal ini, peran media sosial sangat penting untuk mengenalkan sebuah alat sanitasi alternatif yang dapat menggantikan pembalut sekali pakai. Kekurangan dari memakai *menstrual cup*, semua narasumber adanya rasa takut untuk memasukkan ke dalam vagina, lalu dari bahannya yang masih jarang terdengar menjadi salah satu pertimbangan narasumber untuk mencoba, selain itu harga yang cukup mahal dan minimnya edukasi yang ada. Dari 5 narasumber mempunyai faktor berbeda-beda yang membuat narasumber menunda atau belum memutuskan untuk beralih ke *menstrual cup*. Faktor yang menunda narasumber 1 dan narasumber 2 adalah harga *menstrual cup* yang menurutnya kurang terjangkau dan kurangnya edukasinya tentang yang membahas *menstrual cup*. Faktor yang menunda narasumber 4 adalah siklus menstruasi yang sebentar, sehingga masih menunda dan memakai pembalut sekali pakai. Sisanya narasumber masih merasa takut untuk mencoba. Narasumber mengetahui apa saja yang membedakan *menstrual*

cup dengan pembalut, yaitu dari bentuknya, cara menggunakan, jangka waktu lama memakai, dan harga *menstrual cup*.

Informasi yang dibutuhkan untuk dapat meyakinkan narasumber beralih ke *menstrual cup* yaitu berupa bentuk dan bagian-bagian *menstrual cup*, cara menggunakan dengan berbagai teknik untuk mempermudah memasukkan ke dalam vagina, cara merawat dan menyimpan, informasi bahan yang digunakan, tingkatan harga, manfaat dan dampak dari *menstrual cup*. Selain mengenai *menstrual cup*, informasi mengenai testimoni orang sudah memakai dan adanya informasi mengenai upaya pencegahan bila terjadi efek samping yang dirasakan, bertujuan membuat lebih *aware* dan tidak panic saat mengalami hal tersebut.

Berdasarkan hasil analisis diatas, semua narasumber tertarik memakai *menstrual cup* karena merasakan dampak negatif dari memakai pembalut sekali pakai, dan juga mengetahui kelebihan *menstrual cup*. Rumor mengenai keperawanan tidak menjadikan hambatan bagi narasumber untuk mencoba *menstrual cup*. Media sosial merupakan salah satu sumber informasi bagi narasumber, namun kurangnya edukasi membuat narasumber ragu mencoba. Mayoritas narasumber menunda atau belum memutuskan beralih karena masih merasa takut untuk memasukkannya dan kurangnya informasi mengenai cara memasukkan *menstrual cup* dengan aman, dan juga narasumber mempertimbangkan harganya yang cukup mahal. Narasumber membutuhkan segala informasi mendetails mengenai *menstrual cup* dan informasi dari pengalaman orang-orang yang sudah menggunakan *menstrual cup* dengan tujuan untuk meyakinkan target sasaran.

3.4 Strategi Komunikasi

3.4.1 Strategi Pesan

Perancangan untuk strategi memberikan *awareness* dan edukasi terhadap perempuan usia 21-26 tahun melalui buku digital mengenai alat sanitasi ramah lingkungan '*menstrual cup*'.

Dengan adanya media yang tepat yaitu buku digital untuk bahan pertimbangan beralih ke *menstrual cup* dan mendapatkan informasi mengenai

menstrual cup yang dapat diakses melalui ponsel. Media buku digital yang dimaksud berisi tentang segala informasi mengenai *menstrual cup* meliputi bagian-bagian *menstrual cup*, cara menggunakan dengan berbagai teknik untuk mempermudah memasukkan ke dalam vagina, cara merawat dan menyimpan, informasi bahan yang digunakan, tingkatan harga, manfaat dan dampak dari *menstrual cup*. Selain mengenai *menstrual cup*, informasi mengenai testimoni orang sudah memakai dan adanya informasi mengenai upaya pencegahan bila terjadi efek samping yang dirasakan, bertujuan membuat lebih *aware* dan tidak panik saat mengalami hal tersebut.

3.4.2 Strategi Kreatif

3.4.2.1 Judul Perancangan

Strategi kreatif yang diangkat dengan mengangkat judul buku digital “*Menstrual Cup*”. *Menstrual Cup* merupakan alat sanitasi alternatif, yang masih jarang digunakan di Indonesia, sehingga judul buku digital menggunakan kata “*Menstrual Cup*” untuk menjelaskan informasi secara spesifik mengenai *menstrual cup*.

3.4.2.2 Tagline

Dengan mengangkat *tagline*, “*Woman Saves Nature*” yang memiliki makna berawal dari diri sendiri perempuan dapat menyelamatkan alam dan lingkungan dengan memakai *menstrual cup* sebagai alat sanitasi menstruasi.

3.4.3 Strategi Media

3.4.3.1 Objektif Media

- a. Bertujuan untuk memberi informasi tentang *menstrual cup* ke target audiens
- b. Untuk memberikan *awareness* kepada perempuan mengenai alat sanitasi ramah lingkungan *menstrual cup*
- c. Untuk memberikan informasi mengenai materi yang disampaikan melalui buku digital
- d. Media yang digunakan adalah media yang tidak asing dan mudah diakses oleh target audiens

- e. Memberi *user interface* (UI) pada buku digital

3.4.3.2 Pendekatan Media

3.4.3.2.1 Media Utama

Perancangan ini menggunakan media utama berupa buku digital. Buku digital yang membahas mengenai informasi *menstrual cup* dan informasi mengenai testimoni orang sudah memakai dan adanya informasi mengenai upaya pencegahan bila terjadi efek samping yang dirasakan, bertujuan membuat lebih *aware* dan tidak panik saat mengalami hal tersebut.

3.4.3.2.2 Media Pendukung

Media pendukung dalam perancangan ini digunakan media digital dan cetak sebagai publikasi. Untuk media digital yang digunakan yaitu media sosial Instagram, dimana target sasaran perempuan sebagai pengguna aktif media sosial mendapatkan informasi dan mengenal *menstrual cup* melalui media sosial. Untuk media cetak yang digunakan yaitu melalui poster cetak yang akan diletakkan di *public space*, sekolah, layanan kesehatan seperti puskesmas, UKS atau rumah sakit.

3.4.3.3 Strategi Penyampaian Pesan Sosial

Perancangan buku digital ini merupakan sebuah perancangan mengenai alat sanitasi ramah lingkungan '*menstrual cup*' yang ditujukan untuk perempuan usia 21-26 tahun di Semarang. Pemilihan media buku digital dikarenakan target yang peduli dengan lingkungan ingin turut menjaga lingkungan dengan cara mengurangi sampah kertas dan supaya lebih mudah mengakses informasi mengenai *menstrual cup*. Dalam perancangan ini, memerlukan analisis SWOT sebagai berikut:

Strategi	Keterangan
<i>Strength</i>	Perancangan ini dapat memberikan <i>awareness</i> dan edukasi terkait mengenai alat sanitasi ramah lingkungan ' <i>menstrual cup</i> ' meliputi

	<p>sejarah singkat, bahaya dan manfaat, penggunaan, dan review dari orang-orang yang sudah memakai <i>menstrual cup</i>. Perancangan ini dibuat dengan tujuan untuk mengurangi sampah pembalut dengan mengajak perempuan untuk beralih menggunakan <i>menstrual cup</i> dan turut menjaga lingkungan.</p>
<i>Weakness</i>	<p>Rasa ketertarikan perempuan dengan <i>menstrual cup</i> cukup banyak, namun stigma negatif mengenai keperawanan yang berkaitan dengan cara penggunaannya yang masih banyak perempuan belum memahami, sehingga <i>menstrual cup</i> kurang diminati sebagai alat sanitasi menstruasi. Kurangnya informasi dan edukasi perempuan mengenai <i>menstrual cup</i> yang ramah lingkungan.</p>
<i>Opportunity</i>	<p>Perancangan dilakukan dengan cara menyebar kuesioner ke perempuan yang sudah memiliki wawasan dan peduli terhadap lingkungan. Dengan ini, target lebih mudah menerima pesan dari perancangan yang ingin disampaikan dan harapannya beralih menggunakan <i>menstrual cup</i>.</p>
<i>Threat</i>	<p>Perancangan ini diharapkan dapat bermanfaat karena bertujuan mengurangi sampah pembalut, namun stigma negatif yang ada di masyarakat dirasa masih menjadi hambatan untuk perempuan dalam menerima <i>menstrual cup</i> sebagai salah satu alat sanitasi yang ramah</p>

	lingkungan.
--	-------------

3.4.3.4 Anggaran Perancangan

Dalam perancangan buku digital mengenai *menstrual cup* ini dibutuhkan rincian anggaran biaya, sebagai berikut:

No	Media	Jumlah	Biaya	Total
1.	Buku Digital			
	Riset visual, sketsa, thumbnail, tight tissue & final design	72 jam	25.000	1.800.000
	Desain Ilustrasi (isi)	40 hal	100.000	4.000.000
	Desain e-book (layout)	40 hal	75.000	3.000.000
	Desain cover e-book	24 jam	50.000	1.200.000
2.	Media Sosial			
	Instagram Ads			3.000.000
3.	Media Cetak			
	Poster cetak	10 hal	10.000	100.000
	Print samson kraft recycle paper A3			
TOTAL				13.100.000