

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang Penulis dapatkan selama merancang kampanye sosial *menstrual cup*, kehadiran *menstrual cup* di Indonesia masih terbentur tabu nilai budaya, yaitu wanita tidak boleh memasukkan benda apapun ke dalam organ intim dan penggunaan *menstrual cup* ini masih disambungkan dengan masalah keperawanan. Dari permasalahan ini menyebabkan sebagian wanita Indonesia yang ingin mulai beralih menggunakan *menstrual cup* masih ragu. Kurangnya suatu sosialisasi atau informasi edukatif tentang *menstrual cup* di Indonesia ini menjadikan benda ini masih sangat asing di mata masyarakat Indonesia.

Menurut CNN Indonesia, setiap tahunnya diperkirakan setiap wanita dapat menggunakan 300 pembalut sekali pakai saat sedang mengalami siklus menstruasi. Sampah pembalut sendiri merupakan sampah yang sulit diurai dan bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan pembalut dapat mencemari lingkungan. Untuk kesehatan, penggunaan pembalut dapat menyebabkan iritasi terhadap kulit, seperti gatal-gatal dan kemerahan.

Melalui urgensi yang ada, Penulis ingin meningkatkan *awareness* masyarakat Indonesia, khususnya wanita mengenai kehadiran *menstrual cup* ini. Pesan yang ingin disampaikan melalui kampanye ini adalah bahwa dengan menggunakan *menstrual cup* ini memiliki banyak manfaat yang tidak hanya untuk lingkungan tetapi untuk diri sendiri. Melalui konsep AISAS yang Penulis gunakan untuk kampanye sosial ini, Penulis menarik perhatian target *audiences* terlebih

dahulu menggunakan media yang ditentukan dengan mengaplikasikan pesan *tagline* yang mewakili manfaat dari *menstrual cup* ini. Dalam hal ini, media yang digunakan adalah poster dan sosial media Instagram. Penulis menggunakan poster sebagai media utama karena poster dapat menarik perhatian dan mengambil simpati target *audiences* mengenai suatu isu atau masalah yang ada.

5.2. Saran

Kampanye sosial ini merupakan salah satu cara untuk meningkatkan suatu *awareness* masyarakat atas permasalahan yang ada. Untuk itu, dalam melakukan perancangan dibutuhkan urgensi kemudian sumber data yang valid dan dapat dipercaya. Memiliki konsep dan ide visual yang menarik sangat diperlukan, hal ini juga dapat membantu untuk menarik minat dan perhatian masyarakat terhadap suatu kampanye yang akan dilakukan.

Untuk dapat memperluas target dari perancangan ini, dibutuhkan juga strategi baru seperti sosialisasi mengenai *menstrual cup* ini tidak hanya dilakukan di sekolah atau kampus, tetapi dapat terbuka untuk umum di mana bagi wanita yang sudah mengalami masa menstruasi juga mendapatkan informasi mengenai *menstrual cup*. Selain itu, dapat ditambahkan media promosi untuk media sosial Instagram, Facebook, ataupun Website sehingga juga dapat membantu memperluas target *audiences*. Jangka waktu dari kampanye dapat diperpanjang dengan menambahkan suatu kegiatan atau *work shop* yang berkaitan dengan *menstrual cup* dan lingkungan.