

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perempuan yang sudah memasuki fase pubertas akan mengalami menstruasi setiap bulannya. Menstruasi adalah proses alamiah yang dialami perempuan. Prosesnya merupakan pendarahan yang teratur dari uterus sebagai tanda bahwa organ kandungannya telah berfungsi dengan matang (Rosyida, 2019, hlm. 32). Untuk menjaga kenyamanan perempuan selama masa menstruasi diperlukan produk yang mampu menampung darah menstruasi. Di Indonesia, produk menstruasi yang paling umum digunakan adalah pembalut sekali pakai. Berdasarkan hasil kuesioner yang penulis lakukan, terdapat 3 alasan perempuan di Indonesia menggunakan pembalut sekali pakai, yaitu karena mudah dicari, saran dari orang tua, dan cara pakainya yang praktis.

Selain memiliki kelebihan tersebut, pembalut sekali pakai juga memiliki kekurangan dari segi kesehatan dan lingkungan. Puspita (2019) menjelaskan bahwa penggunaan pembalut dalam jangka panjang dapat membahayakan organ reproduksi karena pembalut mengandung plastik, dioksin, pestisida, herbisida, pewangi, dan aseton sehingga dapat memicu iritasi, gatal-gatal, keputihan, bahkan memicu kanker serviks dan kanker mulut rahim. Menurut WHO (dalam Arini dan Harsiwi, 2018, hlm. 28) Indonesia merupakan negara dengan penderita kanker mulut rahim nomor 1 di dunia dan 62% diakibatkan oleh penggunaan pembalut sekali pakai yang tidak berkualitas. Penggunaan pembalut membuat organ intim

lembab dan tanpa oksigen sehingga memberi rasa tidak nyaman dan menimbulkan bakteri. Selain itu, sampah pembalut sekali pakai juga berdampak buruk bagi lingkungan. Menurut Puspitasari (2019), dalam sehari, seorang perempuan menggunakan minimal 3 pembalut, maka dalam satu tahun seorang perempuan dapat menyumbang 252 sampah pembalut sekali pakai, sedangkan dibutuhkan waktu 500-800 tahun untuk sebuah sampah pembalut dapat 100% terurai.

Produk alternatif pengganti pembalut sekali pakai yang lebih aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan adalah *menstrual cup*. Menurut Puspita (2019) *menstrual cup* adalah sebuah cawan fleksibel berbentuk corong kecil dan terbuat dari silikon yang berfungsi untuk menampung darah menstruasi sehingga dapat mencegah iritasi, kebocoran, dan mengurangi bau. *Menstrual cup* digunakan dengan cara memasukkannya ke dalam vagina. Daya tampung *menstrual cup* mencapai 30 ml, lebih besar dibanding pembalut sekali pakai yang hanya 15-25 ml (hlm. 3-4). Penggunaan *menstrual cup* juga lebih tahan lama karena dapat dipakai berulang kali hingga 10 tahun (Peberdy, Jones, & Green, 2019, hlm. 2).

Dari hasil survei yang dilakukan oleh Davis et al. (2018) menyatakan tingkat pengetahuan perempuan di Indonesia mengenai produk menstruasi selain pembalut sekali pakai, terutama *menstrual cup*, masih sangat minim. Namun, berdasarkan kuesioner yang telah penulis lakukan pada tanggal 8 September 2020 kepada 102 perempuan yang berusia 17-35 tahun di Jabodetabek, terdapat 67% perempuan mengetahui *menstrual cup*, sedangkan sebanyak 68,7% perempuan memiliki persepsi takut terhadap *menstrual cup*. Rasa takut tersebut terbagi menjadi tiga, yaitu takut *menstrual cup* dapat melukai vagina (30,4%), takut tidak

higienis (21,6%), dan takut dapat merusak keperawanan (16,7%). Hal tersebut dikarenakan minimnya pemahaman perempuan di Indonesia mengenai *menstrual cup* sehingga timbul ketakutan yang didasari dari persepsi negatif mereka. Oleh karena itu, penulis merancang solusi berupa kampanye sosial yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman perempuan mengenai *menstrual cup* karena dengan peningkatan pemahaman dapat mengubah persepsi negatif dan meningkatkan kepercayaan perempuan untuk mencoba *menstrual cup*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang ditentukan adalah bagaimana merancang kampanye sosial untuk meningkatkan pemahaman perempuan mengenai *menstrual cup*?

1.3. Batasan Masalah

Untuk melakukan penelitian yang fokus agar terhindar dari pembahasan yang melebar, maka penulis membatasi lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Demografis

a. Usia

- Primer : Remaja akhir usia 17-25 tahun (DEPKES RI, 2009)
- Sekunder : Dewasa awal usia 26-35 tahun (DEPKES RI, 2009)

b. Jenis kelamin : Perempuan

c. Pendidikan : Minimal SMA

d. Tingkat ekonomi : SES A-B

2. Geografis

Lingkup utama dalam perancangan kampanye ini adalah kota besar di Indonesia yang jumlah penduduknya tinggi, yaitu Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi).

3. Psikografis

Kampanye ini ditargetkan bagi perempuan yang mengutamakan kesehatan dan kenyamanan, peduli lingkungan, memiliki pemikiran yang panjang, memiliki persepsi yang salah tentang *menstrual cup*, dan memiliki keraguan terhadap *menstrual cup*.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang sebuah kampanye sosial untuk meningkatkan pemahaman perempuan mengenai *menstrual cup* agar dapat menghilangkan persepsi negatif dan meningkatkan kepercayaan mereka untuk mencoba *menstrual cup*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari perancangan kampanye sosial ini sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat bagi Penulis

Melalui perancangan ini, penulis mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai *menstrual cup* sebagai produk pengganti pembalut sekali pakai yang lebih aman bagi kesehatan dan lingkungan serta penulis mendapat kesempatan untuk membuat kampanye sosial mengenai *menstrual cup*.

1.5.2. Manfaat bagi Masyarakat

Berikut merupakan manfaat perancangan kampanye ini bagi masyarakat sesuai dengan batasan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya:

1. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai *menstrual cup*.
2. Mengubah persepsi negatif masyarakat terhadap *menstrual cup*.
3. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap *menstrual cup* bahwa produk ini sudah teruji aman bagi kesehatan dan lingkungan.
4. Mempersuasi masyarakat untuk mencoba *menstrual cup*.

1.5.3. Manfaat bagi Universitas

Perancangan ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa angkatan selanjutnya yang akan membuat tugas akhir, terutama yang memiliki topik serupa, yaitu kampanye sosial.