

**JURNAL TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL  
KAMPANYE PENGGUNAAN *CLOTH DIAPER*  
SEBAGAI SOLUSI POPOK RAMAH LINGKUNGAN**



**Yayu Rahayu  
NIM. 0911909024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2016**

## **JURNAL TUGAS AKHIR**

# **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENGGUNAAN *CLOTH DIAPER* SEBAGAI SOLUSI POPOK RAMAH LINGKUNGAN**



Yayu Rahayu  
NIM. 0911909024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana S-1 dalam bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2016

Jurnal Tugas Akhir Penciptaan Berjudul :  
PERANCANGANKOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENGGUNAAN *CLOTH  
DIAPER* SEBAGAI SOLUSI POPOK RAMAH LINGKUNGAN diajukan oleh Yuyu  
Rahayu, NIM 0911909024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,  
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di  
depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 19 Januari 2016 dan dinyatakan telah  
memenuhi syarat untuk diterima.



Ketua Program Studi  
Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn  
NIP.196502091995121001

## ABSTRAK

Kebutuhan akan produk popok sekali pakai semakin hari semakin meningkat. Hal tersebut berdampak pada pencemaran lingkungan dengan adanya penumpukan jumlah sampah bekas pakai. Sampah tersebut merupakan jenis sampah produk yang sulit terurai oleh *mikroorganisme* sehingga jika dibiarkan akan semakin menumpuk. Perancangan ini dibuat sebagai solusi untuk mengurangi dampak sampah popok sekali pakai dengan mengarahkan target *audience* beralih menggunakan *cloth diaper* atau *clodi* sebagai solusi popok ramah lingkungan.

Melalui gerakan kampanye “Clodi Yuk” membidik masyarakat dengan lingkup yang terkecil di sebuah desa sebagai *sample* perancangan. *Sample* desa yang menjadi objek penelitian secara geografis dan demografis merupakan desa Tawangbanteng Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya. Melalui penyebaran kuesioner kepada target *audience* menunjukkan bahwa di desa tersebut masih kurangnya kesadaran warga dalam pembuangan sampah bekas pakai terutama sampah popok sekali pakai.

Komunikasi dari gerakan ini menggunakan bahasa keseharian yang ringan agar lebih mudah dipahami dan pesan sampai kepada target sasaran yang dituju. Komunikasi yang disampaikan melalui manfaat yang dapat ditimbulkan dari penggunaan *clodi* ini dari segi lingkungan, segi keuangan, segi *fashion* dan kreasi. Tema utama berawal dari target yang dituju yaitu ibu rumah tangga yang memiliki anak. Komunikasi terdekat antara ibu dan anak pada masa balita yaitu bermain dan belajar. Maka tema utama dari perancangan yaitu “Clodi Multi Kreasi” *clodi* yang hanya berfungsi sebagai popok dapat menjadi sarana bermain anak. “Clodi Multi Kreasi” ini dapat menarik perhatian dan menarik minat para ibu untuk mengenal hingga sampai pada tujuan utama menggunakan. Masalah sampah popok sekali pakai ini merupakan masalah yang tidak hanya bisa terselesaikan hanya dengan gerakan satu daerah saja, akan tetapi dapat menjadi *sample* perancangan yang dapat diaplikasikan secara luas di seluruh daerah di Indonesia.

Kata Kunci : Kampanye, Popok Kain, Ramah Lingkungan

## **ABSTRACT**

The need for diaper products increased day by day. It has a bad impact for environmental pollution by the accumulation amount of litter used. It's difficult types of trash that couldn't decomposed by microorganisms. This design plan was created as a solution to reduce the impact of waste disposable diapers, by directing the audience target switching to use diaper clodi as an environmentally friendly solution.

Through the campaign movement "Clodi Yuk" it would aim a small scope of citizens in a village as a sample plan. Sample village which became the object of research geographically and demographically is the village Tawangbanteng Sukaratu District of Tasikmalaya regency. By distributing questionnaires to the target audience indicates that the village is still a lack of awareness in waste disposal bins used mainly disposable diapers.

Communication of this movement using daily language that more easily understood for target plan. The benefits that will be submit from the use of this clodi are environmental terms, financial terms, and terms of fashion and creation. Mother with her child is the main target. By communication between mother and child in infancy is playing and learning. The main theme of the design plan is "Clodi Multi Creations". Clodi which only serves as a diaper could be use for children's toy. "Clodi Multi Creation" could be something that more attract attention and interest for mothers to recognize up until knowing the benefit purpose of using.

Keywords: Campaign, Cloth Diapers, Eco-Friendly

## A. Pendahuluan

### 1. Latar Belakang Penciptaan

*Cloth diaper* atau yang dikenal dengan *clodi* adalah popok kain *modern* yang dapat dicuci dan dipakai ulang. Popok kain telah mengalami evolusi sedemikian rupa dari segi bahan maupun desain yang menyerupai popok sekali pakai atau yang sering dikenal sebagai *pospak*. Popok ini lazim disebut sebagai *cloth diaper* atau popok kain *clodi*.

Penggunaan *Clodi* ini bebas limbah popok sekali pakai yang dapat mencemari lingkungan. *Clodi* adalah popok yang dapat dipakai ulang dan ketika *clodi* tidak dipakai lagi dapat diwariskan kepada anak berikutnya dan dapat dipakai bertahun-tahun. Penggunaan *clodi* dapat mengurangi sampah popok sekali pakai yang mencemari lingkungan karena sulitnya terurai oleh mikroorganisme.

Dimulai dari hal yang kecil yang berada di lingkungan rumah akan tetapi berdampak sangat fatal bagi keseimbangan lingkungan. Jika dalam satu rumah memiliki satu bayi atau balita yang masih memakai popok, dalam sehari rata-rata bayi membutuhkan popok sekali pakai 3-6 buah dalam penggunaan popok sekali pakai selama satu tahun :  $6 \text{ buah} \times 365 \text{ hari} = 2.190$  sampah. Dilihat dari segi ekonomi, pemakaian popok sekali pakai pada bayi sangat terasa. Jika satu anak memakai popok dengan harga yang paling murah maka dapat dihitung pengeluaran pertahun untuk pemakaian popok sekali pakai adalah :  $\text{Rp.}1.500,- \times 6 \text{ buah} \times 365 \text{ hari} = \text{Rp } 3.285.000,-$  (Puspitha, 2012:11)

Popok kain *modern* ini sudah ada dan disosialisasikan di luar negeri sejak suami istri Rick dan Erika Froese melalui *Motherease* adalah pelopor popok kain *modern* pada tahun 1991 di Kanada. Popok kain ini masuk ke Indonesia pada tahun 2008 memunculkan pembisnis lokal untuk membuat *clothdiaper* versi lokal. Meminjam istilah *cloth diaper*, popok kain *modern* ini terkenal dengan sebutan *clodi*. (Alimah, 2014:13)

Perkembangan *clodi* ini sangat pesat berkat forum-forum diskusi di media sosial. Sudah ada forum diskusi tentang *cloth diaper* ini yaitu melalui media sosial *facebook* diantaranya dengan nama grup : Komunitas Popok Kain, Penjual Pembeli Pecinta Popok Kain, Pasar Popok Kain dan Buat Popok Kain Yuuk . Akan tetapi *clodi* ini kurang dikenal oleh masyarakat luas, mereka banyak yang tidak mengerti, tidak sempat menggunakan fasilitas media sosial dan tidak bisa menggunakan internet sebagai sarana informasi dan komunikasi.

Seperti yang terdapat di wilayah pedesaan kurangnya sosialisasi dan media yang menjangkau wilayah ini maka keberadaan popok kain *modern* tidak diketahui dan dipergunakan masyarakat pedesaan. Sebagai contoh di desa Tawang banteng, Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya masih banyak perilaku warga yang menggunakan popok sekali pakai dan membuang sampahnya di sembarang tempat seperti di kolam ikan, sungai, dipinggir jalan dan di tempat-tempat yang tidak semestinya. Perilaku masyarakat ini

diperlukan sarana komunikasi yang dapat mengedukasi tentang masalah sampah tersebut.

Menurut data yang berupa kuisisioner rata-rata ibu-ibu di desa belum mengetahui keberadaan popok kain *modern* ini dan lebih memilih popok sekali pakai dari segi kepraktisannya. Para ibu lebih memilih membuang sampah ke sungai dan ke kolam ikan dan ada sebagian yang membakarnya.

Salah satu kendala penggunaan popok kain *modern* ini yaitu banyak yang berpendapat bahwa harga yang relatif mahal dan selalu berpikir jangka pendek. Penggunaan *cloth diaper* ini sangat menghemat pengeluaran karena dapat dipakai berulang-ulang dan dapat diwariskan ke anak berikutnya sehingga selain menghemat pengeluaran juga meminimalisir sampah popok sekali pakai.

Perilaku masyarakat yang kurang memperhatikan lingkungan terutama konsumen popok sekali pakai diperlukan sarana komunikasi melalui kampanye untuk menghimbau, mengarahkan dan mengedukasi masyarakat agar lebih mencintai lingkungan dengan memberikan solusi terhadap kebutuhan produk-produk yang menghasilkan sampah yang sulit terurai.

## 2. Rumusan/Tujuan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah;

- a. Bagaimana merancang desain komunikasi visual melalui kampanye penggunaan sebagai solusi popok yang ramah lingkungan?
- b. Bagaimana merancang media komunikasi yang menarik, efektif dan komunikatif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat?

## 3. Tujuan Perancangan

### a. Tujuan Umum

Tujuan dari perancangan kampanye ini yaitu sebagai sarana informasi kepada masyarakat tentang *cloth diaper*, menjawab permasalahan tentang cara mengatasi ketergantungan popok sekali pakai agar menjadikan ibu-ibu ataupun calon ibu lebih cerdas memilih popok untuk mengurangi sampah yang mencemari lingkungan.

### b. Tujuan Khusus

- 1) Sebagai himbuan kepada orang tua khususnya ibu dan calon ibu agar bersikap bijak dalam memilih popok yang tidak mencemari lingkungan.
- 2) Memberikan informasi kepada orang tua tentang manfaat *clodi* agar dapat mengerti dan memahami bahaya popok sekali pakai sehingga dapat beralih ke popok kain *modern*.
- 3) Mengajak para ibu dan calon ibu untuk berpikir manfaat jangka panjang penggunaan popok kain *modern* dari segi keuangan dan segi kebersihan lingkungan.
- 4) Meyakinkan para ibu bahwa popok kain *modern* lebih aman, nyaman dan higienis.

#### 4. Teori dan Metode Penciptaan

##### a. Sejarah Cloth Diaper

Jauh sebelum manusia mengenal *clodi* (*cloth diaper*), mekanisme membuat popok dapat dikatakan merupakan sebuah mekanisme paling purba di dunia ini. Kebutuhan mendasar akan penampungan sementara cairan *urine* atau *poop* bayi rupanya telah ada sejak zaman prasejarah.

Menurut buku Ensiklopedia clodi, Niken TF Alimah menjelaskan bahwa keberadaan *clodi* berawal dari sebelum abad ke-18 Masehi. Beberapa suku bangsa di Eropa dengan teknik bedong menggunakan bahan alami seperti dedaunan, lumut maupun kulit binatang. Penggunaan Lumut spaghnum sebagai penyerap oleh suku Indian di Amerika, salah satunya suku Indian Cree.

Cara yang berbeda digunakan oleh masyarakat Jepang pada masa era edo (1603-1868). Mereka menggunakan ejiko ayunan unik dari rotan yang dilapisi dengan bahan-bahan penyerap cairan dengan lubang khusus dibagian belakang bayi. Sedangkan popok tradisional yang ada di China bisa dikenal dengan sebutan kai-dang-ku- pun berbeda, Popok ini yang lebih diarahkan untuk latihan pergi ke toilet (*toilet training*) berbentuk celana dalam dengan lubang di bagian pantat bayi.

Sekitar tahun 1800, popok kain mulai digunakan dengan berbahan dasar kain katun atau linen yang dilipat membentuk segi tiga, atau segi empat yang dibebatkan di pinggang bayi menutupi alat kelaminnya. Popok ini dikunci dengan peniti besar di bagian depan perut bayi. Istilah diaper atau popok mulai digunakan untuk kain kecil dengan pola geometris. Pada periode ini bayi di Amerika utara maupun Eropa biasa dipakaikan celana penutup popok berbahan wool yang disebut *soaker* atau *pilch* sehingga lebih bersifat anti tembus saat buang air kecil.

Pada tahun 1887 popok kain mencapai keemasan, bahkan diproduksi secara massal dengan dipelopori oleh Maria Allen dari Amerika pada tahun 1887. Bahan yang digunakan mulai bergeser dari katun ke handuk terry dan kain muslin yang lembut. Meski demikian, kebutuhan akan kepraktisan rupanya membuat popok kain buatan pabrik dirasa kurang memuaskan. Pada tahun 1947 Marion Donovan dari Amerika dan Paddy oleh Valerie Hunter menemukan popok sekali pakai bernama "booter".

Suami Istri Rick dan Erika Force melalui *Motherease* adalah pelopor popok kain *modern* (*modern cloth diapers*) dengan desain unik yang kemudian dikenal dengan sebutan AIO (*All in one*) pada tahun 1991 di Kanada. Kesadaran akan besarnya anggaran untuk popok sekali pakai adalah motivator utama pasangan ini untuk bergerak menciptakan desain popok ekonomis yang tetap nyaman dipakai bayi. (Alimah, 20014:5)



b. Cloth Diaper di Indonesia

*Cloth diaper* atau *clodi* di Indonesia berkembang pesat berkat media-media sosial. Seperti yang terdapat pada media sosial *facebook* terdapat komunitas para ibu yang aktif bersosialisasi di dunia maya untuk sharing, mengenalkan produk, mencari produk, membuat produk, maupun aktif berjualan. Mereka tergabung dalam beberapa grup *facebook* yang aktif sehingga *clodi* merupakan sesuatu yang sudah mereka gunakan atau mereka kenali.

Beberapa grup media sosial *facebook* tersebut diantaranya: Komunitas Popok Kain, Penjual Pembeli Pecinta Popok Kain, Pasar Popok Kain dan Buat Popok Kain Yuuuk. Akan tetapi *clodi* ini kurang dikenal oleh masyarakat luas, mereka banyak yang tidak mengerti, tidak sempat menggunakan fasilitas media sosial dan tidak bisa menggunakan internet sebagai sarana informasi dan komunikasi.

c. Alasan Penggunaan

a) Segi lingkungan

Salah satu dampak yang ditimbulkan dari pemakaian popok sekali pakai yaitu mempengaruhi keseimbangan ekologis. Salah satu bahan yang terkandung dalam popok sekali pakai yaitu plastik. Plastik memiliki karakteristik sukar terurai, tidak menyerap, bahkan kedap air serta tidak berkarat. Karena sifatnya yang kedap air maka mikroorganisme pun enggan menyentuhnya sehingga tidak adanya proses pembusukan. Akibatnya, tidak dapat dihancurkan oleh mikroorganisme. Apabila sampah plastik tidak terurai, tidak membusuk, tidak berkarat berarti bersifat kumulatif. Maka keberadaan sampah plastik akan menggunung.

Kehadiran sampah plastik di suatu perairan, apabila dalam jumlah banyak akan menyita ruang. Plastik juga akan mengurangi tata guna air, akibatnya hantaran panas air tidak sama dan lebih jauh mengganggu keseimbangan cairan (homeostasis). Keberadaan plastik pada tanah akan menimbulkan keterbatasan penggunaan tanah. (Anies, 2015:75)

Jika dihitung dalam satu hari pada satu anak memerlukan popok sekali pakai 6 buah, maka dalam setahun sampah popok yang dihasilkan mencapai  $6 \times 365 = 2190$  buah. Sementara itu, satu sampah popok diperkirakan terurai dalam kurun waktu 250 s/d 500 tahun (Sumber : Real Diaper Association, Amerika). Dengan menggunakan popok kain *modern (Clodi)* akan mengurangi jumlah sampah popok sekali pakai.

b) Segi Ekonomi

Seperti yang dijelaskan didalam buku Sitha Puspita bahwa perbandingan penggunaan popok sekali pakai dengan pemakaian popok kain *modern* yaitu;

Penggunaan popok sekali pakai selama satu tahun :

Rp.1.500,-x6 buahx365 hari = Rp 3.285.000,-

Penggunaan tersebut dikalikan dua jika menggunakan popok selama setahun. Sedangkan harga popok kain *modern* di Indonesia cukup bervariasi, dengan menggunakan produk lokal seharga Rp.100.000,-/buah maka perhitungan awal untuk 12 popok kain *modern* : Rp. 100.000,-x12= Rp. 1.200.000,-

Dari perbandingan biaya penggunaan popok kain *modern* sudah terlihat bahwa penggunaan popok kain *modern* lebih hemat. Secara jangka panjang pemakaian *cloth diaper/ clodi* ini dapat diwariskan kepada anak berikutnya sehingga lebih terasa manfaatnya.

Bila alasan orang tua memilih popok kain adalah dengan alasan pertimbangan anggaran rumah tangga, atau pertimbangan lingkungan hidup maka popok kain lokal adalah pilihan yang tepat karena :

- 1) Rata-rata harga popok kain lokal dibawah harga popok kain *import*.
- 2) Faktor transportasi popok kain *import* membutuhkan bahan bakar yang meninggalkan jejak karbon (polusi udara)

Saat ini sudah banyak produsen lokal yang menghasilkan popok kain *modern* berkualitas yang disukai oleh sebagian orang tua di Indonesia. Sedangkan sebagian orang tua lainnya tetap memilih popok kain *import* atau mengkombinasikan antara keduanya untuk kondisi penggunaan yang berbeda, misalnya popok kain *import* untuk bepergian atau tidur malam sedangkan popok kain lokal untuk siang hari di rumah.

#### d. Kampanye Sosial

Venus, dalam Ruslan secara umum tentang istilah kampanye yang dikenal sejak 1940-an *campaign is generally exemply persuasion in action* (Kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk), dan telah banyak dikemukakan beberapa ilmuwan, ahli dan praktisi komunikasi, yaitu definisinya sebagai berikut;

##### i. Leslie B. Snyder (2002)

*A communication campaign is an organized communication activity, directed at a particular audience, for a particular periode of time to achieve a particular goal.* Secara garis besar bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. (Ruslan, 1997:22-24)

##### ii. Pfau dan parrot (1993)

*A campaign is conscious, sustained and incremental process designed to be implemented over a specified periode of time for the purpose of influencing a specified audience.* Artinya, bahwa suatu kampanye yang secara sadar, menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu untuk bertujuan mempengaruhi khalayak sasaran tertentu.

##### iii. Rogers and Storey (1987)

Mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu

terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu.

iv. Rajasundaram (1981)

*A campaign is a coordinated used of different methods of communication aimed at focusing attention on a particular problem and its solution over a periode of time.*

Dari berbagai definisi para pakar mengenai arti kampanye dapat ditarik kesimpulan, yaitu terdapat kegiatan-kegiatan 1). Adanya aktivitas proses komunikasi kampanye untuk mempengaruhi khalayak tertentu, 2). Untuk membujuk dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi, 3). Ingin menciptakan efek atau dampak tertentu seperti yang direncanakan, 4). Dilaksanakan dengan tema spesifik dan narasumber yang jelas, 5). Dalam waktu tertentu atau telah ditetapkan, dilaksanakan, secara terorganisasi dan terencana baik untuk kepentingan kedua belah pihak atau sepihak. (Ruslan, 1997:22-24)

### Metode Penciptaan

a. Pengamatan atau observasi

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung respon masyarakat sejauh mana mengenal *clodi* ini, data visual seperti jenis-jenis *clodi*, pendapat tentang pemakaian *clodi*, perilaku konsumen dan sebagainya.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan melalui narasumber target *Audience* ibu rumah tangga usia 24-45 tahun.

c. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan metode yang digunakan untuk mencari data para ibu dalam hal penggunaan popok. Kuesioner ini disebar ke tempat yang sering dikunjungi target *audience* seperti sekolah-taman kanak-kanak, posyandu dan praktek bidan.



Gambar 1 Kuesioner Penggunaan Popok (Dokumentasi Yuyu Rahayu)

Dari kuesioner yang disebar, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kebanyakan para ibu belum mengetahui keberadaan popok kain modern dan selalu menggunakan popok sekali pakai untuk memenuhi kebutuhan harian anak. Belum ada kesadaran bagi para ibu dalam hal pembuangan sampah popok sekali pakai. Para ibu membuang sampah ke kolam ikan, sungai maupun dibuang begitu saja.

- d. Teknik Tinjauan Pustaka  
Tinjauan Pustaka dapat diperoleh dari buku-buku atau bersumber dari internet.

## 5. Hasil dan Pembahasan

### 1. Analisis Target Audience

#### a. Identifikasi Target Audience

- 1) Demografis
  - a) Ibu Rumah Tangga.
  - b) Usia 24-45 tahun.
  - c) Pendidikan sampai dengan perguruan tinggi.
  - d) Kelas sosial menengah ke bawah.
  - e) Tinggal di pedesaan.
- 2) Geografis  
Ibu Rumah tangga yang tinggal di desa Tawangbanteng meliputi kampung Tawang Banteng, Kp. Ciadas, Kp. Gunung Jeruk, Kp. Banjar Sari kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya warga asli maupun pendatang.
- 3) Psikografis
  - a) Ibu ataupun calon ibu
  - b) Sibuk dengan pekerjaan rumah
  - c) Menyukai hal baru
  - d) Gemar bersosialisasi di masyarakat
  - e) Kurang menggali informasi di media sosial
  - f) Kurang memperhatikan lingkungan
- 4) Behavioristis
  - a) Mengikuti kegiatan di masyarakat
  - b) Antusias dengan hal baru di masyarakat
  - c) Mengikuti kegiatan program pemerintah yang ada di desa

### 2. Personifikasi Target audience

Menurut buku Komunikasi Cinta, Djito Kasilo (2008:18) setelah melalui proses analisis target *audience* maka selanjutnya melalui tahap personifikasi target *audience*. Personifikasi target *audience* ini melalui proses riset praktis langsung kepada target *audience* yang dituju. Dalam hal ini melakukan proses pengamatan dan wawancara. Setelah melakukan proses pengamatan dan wawancara, selanjutnya melalui tahap consumer journey. Kegiatan yang dilakukan oleh target *audience* dari mulai bangun tidur sampai tidur lagi bersinggungan dengan media

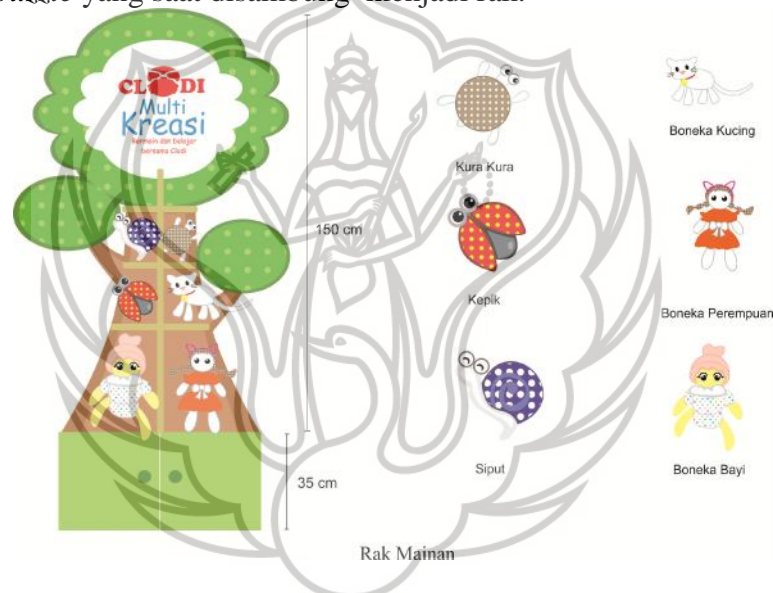
Kegiatan yang banyak bersinggungan dengan media dapat disimpulkan bahwa ibu rumah tangga yang melakukan tugas-tugas keseharian, sayang terhadap keluarga, melakukan tugas-tugasnya dengan penuh semangat dan memperhatikan

tumbuh kembang anak. Lingkup kegiatan ibu rumah tangga berada di lingkungan rumah, sekolah, pasar dan kegiatan yang banyak diikuti di masyarakat seperti Posyandu dan KB. Hal yang disenangi oleh para ibu adalah berbelanja dan bersosialisasi. Hal yang paling ditakuti oleh TA adalah keluarga tidak sejahtera.

Dari analisis *consumer journey* dan *consumer insight* dapat disimpulkan bahwa media yang sering bersinggungan yaitu *ambience* media, mural, *transit ad*, *tote bag*, payung, sapu tangan, topi bayi. KMS, dan *postcard*.

### 1. *Ambience* Media

Setelah melalui proses personifikasi target *audience* dan mendapatkan *point of contact* media utama pada kampanye ini adalah *ambient* media. media ini berupa rak yang digunakan sebagai tempat mainan edukasi dan kerajinan tangan. Rak terbuat dari kayu bahan daur ulang (MDF) dengan konsep *puzzle* yang saat disambung menjadi rak.



Gambar 2 Desain *Ambience* Media

Karya kerajinan tangan yang terdapat didalam rak merupakan popok kain *modern* yang dibentuk sedemikian rupa sehingga berbentuk boneka. Boneka *clodi* ini dibuat dengan teknik *origami* yang diaplikasikan melalui *cover* dan *insert clodi* yang dibentuk menggunakan karet sebagai alat untuk menggabungkannya. Mainan berbahan dasar *clodi* ini tidak dibuat secara permanen akan tetapi boneka ini masih bisa berfungsi sebagai cloth diapers tanpa merusak bahan. Alat yang digunakan yaitu karet warna warni, pita, kawat dan kertas stiker. media ini ditempatkan di PAUD sehingga selain memberi informasi tentang popok kain bagi ibu juga bisa menjadi ajang kreativitas dan media pembelajaran untuk anak. media ini berfungsi sebagai media inspiratif bagi para ibu selain dapat mengkomunikasikan pesan juga memberikan gambaran tentang cloth diapers sehingga para ibu dapat tertarik untuk

menggunakannya sebagai pengganti popok sekali pakai yang digunakan sehari-hari.

Karya ini menginformasikan bahwa popok kain *modern* dapat berubah fungsi ketika anak sudah tidak menggunakan popok yaitu menjadi mainan anak dan berfungsi sebagai perangsang motorik anak.

## 2. Desain Mural

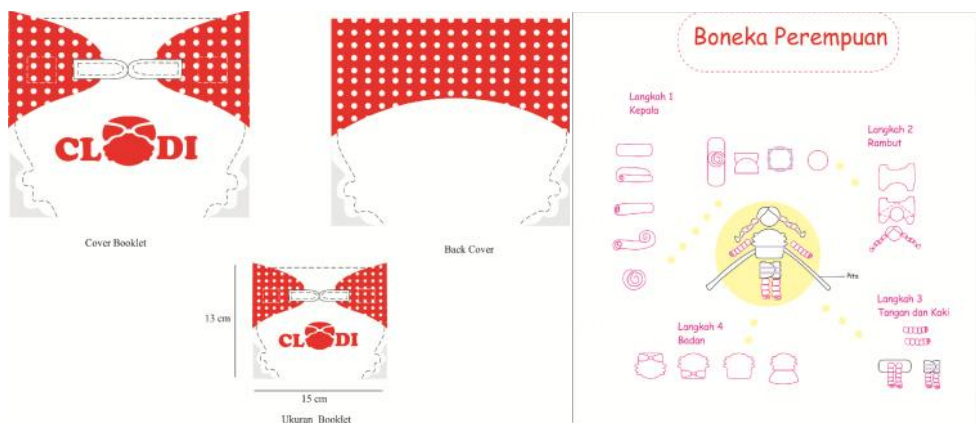
Desain Mural dalam kampanye ini memuat ilustrasi tentang tema kampanye tentang popok kain *modern* sehingga dapat terlihat dari jarak kejauhan karena ukuran yang besar dan bisa menjadi *point of interest* bagi masyarakat terutama *target audience*. Mural ini ditempatkan di dinding PAUD pada waktu pelaksanaan kampanye ini.



Gambar 3. Desain Mural dan Penerapan

## 3. Booklet

*Booklet* memuat informasi tentang *clodi* atau popok kain *modern* dari segi jenis, bahan serta manfaatnya. *Booklet* ini menjadi sumber informasi bagi ibu-ibu ditempatkan di PAUD, puskesmas atau di tempat praktek bidan. Yang berisi informasi seputar popok kain bagaimana cara memakai popok kain *modern* ini pada bayi, memuat informasi seputar dan keuntungan penggunaan pada jangka panjang bagi lingkungan dan ekonomi keluarga. Terdapat cara untuk membuat boneka *clodi* yang dikemas dalam infografis yang sederhana tetapi akan mudah dipahami oleh *target audience*.



Gambar 4 Booklet

## 6. Kesimpulan

Proses perancangan Komunikasi Visual Kampanye Penggunaan *Cloth Diaper* sebagai Solusi Popok Ramah Lingkungan ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa perancangan ini memiliki beberapa kendala. Kendala selama proses perancangan diantaranya dari segi target *audience*. Rata-rata ibu rumah tangga enggan untuk diwawancarai mengenai kegiatan keseharian karena merupakan privasi, terkadang para ibu tidak mau dipotret karena takut akan dipublikasikan. Ketika dihadapkan dengan kuesioner para ibu malas mengisi sehingga penulis harus mengisikan satu persatu sesuai pendapat para ibu.

Ibu rumah tangga yang menggunakan popok sekali pakai untuk anaknya, selalu merasa bangga karena dirasa praktis dan sehat. Tidak mudah untuk memperkenalkan *cloth diaper* kepada para ibu, karena sudah terbentuk dengan pola pikir yang terbiasa dengan hal-hal praktis. Perancangan ini merupakan tantangan tersendiri bagi penulis untuk menyampaikan pesan kepada target *audience* dengan karakteristik umum ibu rumah tangga dengan segala kesibukannya.

Pemilihan media komunikasi merupakan ambient media yang merupakan rak mainan berbahan dasar MDF, pemilihan media tersebut sesuai konsep bahan yang ramah lingkungan akan tetapi memiliki bobot yang berat sehingga susah untuk memindahkan dari satu tempat ke tempat lain. Dari segi penciptaan ide dan desain rak mainan ini dibuat dengan konstruksi yang harus diperhitungkan secara sistematis sehingga dari segi ergonomisnya tetap mengutamakan keamanan anak. Perancangan boneka *cloth diaper* sendiri memerlukan banyak referensi dan ide yang original dengan teknik melipat dan menggulung tanpa menjahit dan merusak bahan. Perancangan boneka memerlukan waktu yang banyak karena harus sesuai dengan target yang dituju dapat dipraktikkan oleh ibu rumah tangga. Membuat sesederhana mungkin agar dapat dipraktikkan di rumah masing-masing tetapi harus berbentuk mainan unik tetapi clodi sendiri tetap dapat dipakai ke bentuk semula tanpa merubah fungsi utama sebagai popok kain modern.

*Cloth diaper* adalah sesuatu yang baru dimata masyarakat sehingga belum banyak yang mengetahui dan menggunakannya. Perancangan ini sebagai upaya pemecahan masalah, melalui kampanye popok kain modern dapat menjadi solusi untuk mengurangi penumpukan sampah bekas pakai yang mencemari lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

Kasilo, Djito (2008), *Komunikasi Cinta*, KPG, Jakarta

Prof. Dr. dr. Anies M.Kes.,PKK.(2015), *Penyakit Berbasis Lingkungan*, AR-RUZZ Media, Yogyakarta.

Puspita, Sitha. (2012), *Popok Kain Modern*, Halamanmoeka, Jakarta.

Ruslan, Rosady. (1997), *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

T.F.Alimah, Niken. (2014), *Ensiklopedia Clodi*, Leutikaprio, Yogyakarta.

