

ABSTRAK

Minimnya edukasi tentang kesehatan organ intim wanita di kalangan remaja putri menyebabkan tingginya risiko infeksi serta berkembangnya stigma negatif terhadap topik tersebut. Padahal, berdasarkan data POGI dan WHO, mayoritas perempuan akan mengalami gangguan kesehatan area kewanitaan setidaknya sekali dalam hidupnya. Meski demikian, riset menunjukkan bahwa remaja putri memiliki minat tinggi untuk belajar mengenai kesehatan reproduksi, terutama jika disampaikan melalui pendekatan yang ringan, visual, dan tidak menggurui. Filmora Pharma, sebagai brand yang berfokus pada kesehatan organ intim wanita, merancang kampanye iklan visual bertajuk “Sekali Swipe, Langsung Bye” untuk menyasar remaja SMP di Kabupaten Bandung Selatan.

Penelitian ini menggunakan metode survei, observasi, dan analisis strategi komunikasi visual untuk merancang kampanye sosial yang tepat sasaran. Hasilnya adalah kampanye yang memadukan komunikasi interpersonal melalui figur ibu, media digital seperti TikTok dan Instagram, serta media cetak edukatif seperti leaflet, poster, dan ambient media. Kampanye ini tidak hanya meningkatkan literasi kesehatan remaja, tetapi juga membuka ruang dialog antara ibu dan anak perempuan tentang pentingnya perawatan diri sejak usia dini. Diharapkan, strategi ini mampu menghilangkan rasa malu yang selama ini menjadi penghalang utama dalam edukasi kesehatan reproduksi remaja.

Kata kunci: kampanye sosial, edukasi remaja, kesehatan organ intim, desain komunikasi visual.