

## Perancangan Kampanye Digital Pencegahan Anemia untuk Perempuan Usia 16-19 Tahun di Surabaya

Defina Novita Andini\* ; Aileena Solicitor Costa Rica El Chiddian; Aninditya Daniar  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia  
\*20052010025@student.upnjatim.ac.id

### Abstract

*Anemia occurs due to a condition of lack of red blood cells or hemoglobin. Factors that can affect a person affected by Anemia such as an unhealthy and unbalanced diet to the lack of knowledge of women about Anemia. Prevention can be done by holding an Anemia prevention campaign for women aged 16-19 years who live in Surabaya. The campaign is carried out in a fun and cheerful way that suits the interests of young women aged 16-19 years old today, especially through social media. The media designed uses main media and various supporting media. The design was carried out using qualitative and quantitative research methods. Data acquisition is done through primary and secondary data. Primary data is done by interview and observation. Secondary data is obtained from literature studies and literature studies. The results of the data that have been collected are then analyzed using fishbone analysis. The results of the fishbone analysis are continued to obtain keywords or big ideas that are used as the initial design concept. Keywords are developed to become visual concepts, character concepts, and media concepts. The design concept features design colors that combine the color concepts of health and cheerfulness. The character concepts used are women aged 16-19 years and nutritionists. Visuals are presented with a combination of vectors and illustrations as well as sans serif typography and layouts. The campaign aims to change the behavior and lifestyle patterns of adolescent girls to be healthy and balanced and increase awareness of the importance of preventing Anemia. The overall design of the campaign is an effective strategy in increasing awareness and knowledge about Anemia through the delivery of interesting information and appropriate learning so as to change behavior related to health.*

**Keywords: Anemia; Campaign Identity; Digital Campaign Design**

### Abstrak

Anemia terjadi dikarenakan akibat kondisi kekurangan sel darah merah atau hemoglobin. Faktor yang dapat memengaruhi seseorang terkena Anemia seperti pola makan yang kurang sehat dan tidak seimbang hingga kurangnya pengetahuan perempuan tentang Anemia. Pencegahan yang dapat dilakukan dengan mengadakan kampanye pencegahan Anemia untuk perempuan usia 16-19 tahun yang berdomisili di Surabaya. Kampanye dilakukan dengan cara yang seru dan ceria yang sesuai dengan minat remaja perempuan usia 16-19 tahun di zaman sekarang terutama melalui sosial media. Media yang dirancang menggunakan media utama dan media pendukung yang bervariasi. Perancangan dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Perolehan data dilakukan melalui data primer dan sekunder. Data primer dilakukan dengan wawancara dan observasi. Perolehan data sekunder diperoleh dari studi literatur dan studi pustaka. Hasil data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis *fishbone*. Hasil dari analisis *fishbone* dilanjutkan untuk memperoleh *keyword* atau *big idea* yang di jadikan sebagai konsep awal perancangan.

*Keyword* dikembangkan untuk menjadi konsep visual, konsep karakter, dan konsep media. Konsep perancangan menampilkan warna desain perpaduan konsep warna Kesehatan dan keceriaan. Konsep karakter yang digunakan yaitu perempuan usia 16-19 tahun dan ahli gizi. Visual disajikan dengan perpaduan vektor dan ilustrasi serta tipografi *sans serif* dan layout. Tujuan kampanye untuk mengubah perilaku dan pola gaya hidup remaja perempuan agar sehat dan seimbang serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya melakukan pencegahan Anemia. Keseluruhan dari perancangan kampanye dijadikan strategi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang Anemia melalui penyampaian informasi yang menarik dan pembelajaran yang tepat sehingga dapat mengubah perilaku terkait dengan kesehatan.

**Kata Kunci: Anemia; Identitas Kampanye; Perancangan Kampanye Digital**

## **Pendahuluan**

Anemia merupakan masalah Kesehatan di dunia (Kusnadi, 2021). Anemia adalah suatu keadaan jika jumlah sel darah merah atau kadar Hemoglobin (Hb) yang terdapat dalam darah lebih rendah daripada nilai normal untuk sekelompok orang menurut jenis kelamin dan umur (Muhayati, Ratnawati, 2019). Prevalensi Anemia pada perempuan relative lebih tinggi (23.90%) dibanding laki-laki (18.40%) (Budiarti et al., 2020). Beberapa faktor yang menyebabkan penyakit anemia yaitu kurangnya asupan energi, asupan protein, asupan zat besi, asupan vitamin C, kebiasaan minum teh atau kopi, kurangnya pengetahuan tentang pola menstruasi (Budiarti et al., 2020).

Masa remaja antara usia 10-19 tahun adalah masa transisi yang dialami dengan adanya perubahan fisik maupun psikis (Indrawatiningsih, Hamid, Sari, & Listiono, 2021). Remaja perempuan tergolong kelompok rawan terkena Anemia, karena mereka mengalami masa menstruasi dan mereka memiliki pengetahuan yang kurang terhadap Anemia (Indrawatiningsih et al., 2021). Siklus menstruasi normal dialami satu kali dalam sebulan. Menstruasi yang abnormal akan mengakibatkan meningkatnya kehilangan banyak sel darah merah karena adanya pendarahan (Budiarti et al., 2020).

Anemia pada remaja perempuan tergolong usia yang sangat beresiko karena remaja perempuan kehilangan besi sebesar 1,3 mg/hari setiap menstruasi, ditambah lagi dengan asupan besi yang dikonsumsi belum mencukupi (Hurulaini et al., 2020). Prevalensi Anemia yang tinggi apabila tidak tertangani dengan baik, maka berlanjut hingga dewasa dan akan berkontribusi besar terhadap angka kematian ibu, bayi lahir premature dan bayi dengan berat lahir rendah ((Desak et al., 2019) dalam (Aulya et al., 2022)).

Perempuan mengalami kehilangan darah setiap bulan melalui menstruasi sedangkan laki-laki tidak mengalami (Az-Zahra & Kurniasari, 2022). Adapun perbedaan kadar hemoglobin pria yang lebih tinggi daripada perempuan. Kadar hemoglobin pria yaitu 13.8 g/dl – 17.3 g/dl, sedangkan wanita 12.1 g/dl – 15.1 g/dl. Kadar hemoglobin sangat menentukan dalam proses pembentukan darah dalam tubuh agar tidak terkena Anemia. Selain itu, asupan zat gizi yang tidak seimbang juga menjadi penyebab Anemia pada remaja (Astuti & Kulsum, 2020). Hemoglobin dalam darah dapat meningkat tergantung dengan jumlah zat besi yang dikonsumsi, sehingga semakin banyak zat besi maka semakin berkurang juga resiko Anemia yang diderita. Hemoglobin terkandung dalam sel darah merah yang membawa oksigen ke seluruh jaringan tubuh (Agustin, 2020). Pola konsumsi yang tidak baik juga dapat mempengaruhi Tingkat stress (Zaddana, Indriani, Nurdin, & Sembiring, 2019).

Zat besi merupakan salah satu unsur penting dalam proses pembentukan sel darah merah. Asupan zat besi yang defisit adalah faktor yang sangat menentukan bagi

kelangsungan timbulnya Anemia. Kebiasaan makan yang salah pada remaja juga berpengaruh terhadap pemenuhan zat besi. Remaja putri yang jarang mengonsumsi produk hewani lebih rentan mengalami Anemia (Permatasari & Soviana, 2022). Intervensi gizi dan kesehatan remaja perempuan sangat penting dilakukan karena untuk menentukan kualitas sumber daya manusia generasi berikutnya. Salah satu cara untuk mencegah Anemia yaitu memenuhi asupan zat besi. Di Indonesia sebagian besar anemia terjadi karena kekurangan zat besi sebagai akibat dari kurangnya mengonsumsi makanan yang kaya akan sumber zat besi khususnya sumber pangan hewani. Kekurangan folat, vitamin B12, vitamin A juga dapat menyebabkan anemia karena peran spesifik mereka dalam hemoglobin dan produk eritrosit. Sumber utama zat besi adalah pangan hewani seperti hati, daging (sapi, kambing), unggas (ayam, bebek, burung) dan ikan. Sumber zat besi dalam pangan hewani dapat diserap tubuh antara 20-30%.

Rajin mengonsumsi Tablet Tambah Darah (TTD) dengan dosis yang tepat dapat digunakan dalam pencegahan Anemia dan meningkatkan cadangan zat besi dalam tubuh. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya melalui pendidikan gizi seimbang, fortifikasi pangan dan suplementasi Tablet Tambah Darah (TTD). Suplementasi TTD mulai dilaksanakan pada tahun 2015 dengan minum TTD 1 tablet per minggu sepanjang tahun bagi remaja perempuan usia 12-18 tahun. Walaupun pemberian TTD pada remaja perempuan sudah dilakukan, prevalensi anemia masih cukup tinggi. Banyak faktor yang mempengaruhi, salah satunya kurangnya kepatuhan remaja perempuan dalam mengonsumsi TTD. Dosis mengonsumsi Tablet Tambah Darah (TTD) untuk pencegahan Anemia remaja perempuan yaitu setiap minggu selama 52 minggu (Kementerian Kesehatan, 2020). Dari hasil pembagian kuisioner yang dibagikan oleh remaja perempuan usia 16-19 tahun di Surabaya sebanyak 60% responden bahwa mereka belum memahami tentang Anemia baik penanganan, pencegahan, dampak, dan gejala sehingga hal tersebut yang dapat mengganggu aktifitas sehari-hari. Berdasarkan fenomena tersebut, penting dilakukan edukasi untuk menyadarkan perilaku buruk remaja terkait dengan menjaga pola makan yang benar.

Kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi terencana yang bertujuan untuk menciptakan efek tertentu kepada sejumlah khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan dan pada kurun waktu tertentu ((Rogers dan Storey, 1987) dalam (Antar Venus, 2019)). Upaya yang dilakukan ialah dengan membuat sebuah kampanye untuk meningkatkan tingkat kesehatan masyarakat (Agustin, 2020). Dalam melaksanakan kegiatannya setiap penyelenggara kampanye memiliki tujuan yang berbeda tergantung pada organisasi, lembaga, maupun instansi yang dinaungi (Kurnia, Indahsari, & Butar-Butar, 2022). Pemberian informasi melalui edukasi mengenai Anemia sangat penting dilakukan (Jayanti et al., 2023).

Tujuan perancangan ini diarahkan sebagai upaya penurunan prevalensi Anemia di wilayah Surabaya. Berdasarkan data yang telah perancang paparkan, perancang berpendapat bahwa perlunya dilakukan kampanye sebagai bentuk edukasi tentang pencegahan anemia untuk remaja perempuan terutama di wilayah Surabaya. Kegiatan ini menyampaikan informasi seputar Anemia bertujuan untuk mengubah pola pikir, perilaku, dan kebiasaan dengan cara yang menyenangkan. Pemberian edukasi yang diberikan kepada remaja haruslah menarik agar penyampaian informasi dapat diterima dengan baik, dengan begitu pemberian edukasi membutuhkan media pembelajaran yang tepat sebagai perantara (Az-Zahra & Kurniasari, 2022). Pemberian edukasi yang diberikan haruslah yang menarik agar penyampaian informasi dapat diterima dengan baik, sehingga edukasi yang diberikan membutuhkan media perantara yang tepat (Hermita, Loravianti, & Safwandi, 2018).

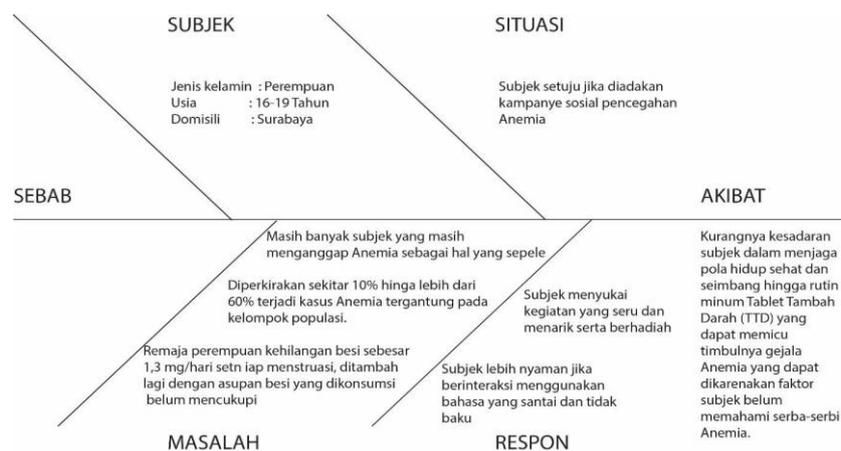
## Metode

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif dalam upaya mencari informasi, menganalisa data dan memecahkan masalah. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu primer dan sekunder. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi dan wawancara, serta pengumpulan data sekunder yaitu kajian sumber referensi dan studi literatur. Observasi dilakukan dengan mengamati lokasi yang memiliki peluang untuk membandingkan tingkat pola makan kurang sehat antara laki-laki dan perempuan yaitu dengan mendatangi tempat makan Cuanki Cap Bewok. Wawancara dilakukan dengan 3 narasumber yaitu ahli gizi, psikolog, dan ahli desain kampanye. Wawancara dengan ahli gizi bertujuan untuk mendapatkan data lebih dalam tentang Anemia, wawancara dengan psikolog bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang proses pembelajaran atau penyampaian informasi yang cocok diberikan kepada perempuan usia 16-19 tahun, wawancara dengan ahli desain kampanye bertujuan untuk mengetahui strategi jitu dalam menjalankan kampanye. Kajian sumber dari referensi perancang terdahulu yaitu jurnal tentang kampanye pencegahan Anemia untuk perempuan di Surabaya. Studi literatur seperti buku, jurnal, dan web resmi dalam perancangan kampanye sosial yaitu yang berkaitan dengan media kampanye, desain, ilustrasi, tipografi, *layout*, budaya visual, dan logo. Pengumpulan dari hasil data kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis data *fishbone*. Analisis *fishbone* merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi serta menganalisis suatu masalah atau situasi dari akar penyebab. Dari hasil analisis *fishbone* yang kemudian diteruskan untuk mendapatkan ide pokok perancangan dengan menentukan *keyword*.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Konsep Perancangan

#### a. Analisis *Fishbone*



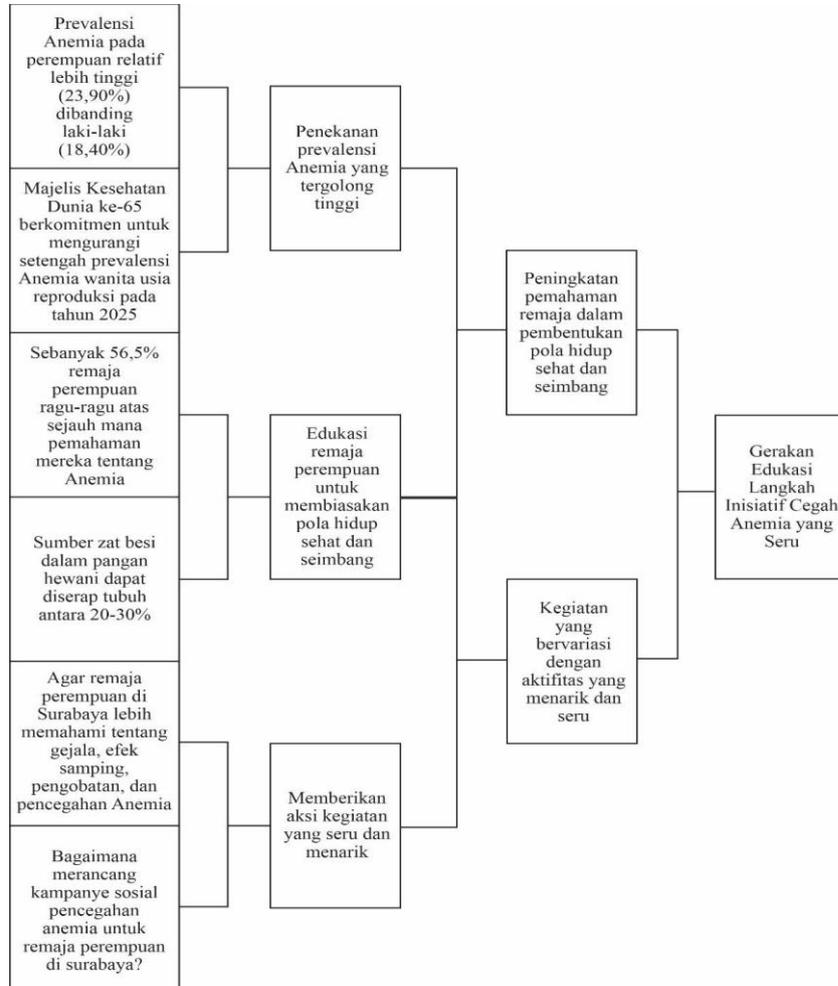
Gambar 1. Analisis *Fishbone*  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Diagram *fishbone* merupakan gabungan sebuah garis dan *symbol* yang menunjukkan hubungan sebab dan akibat ((Besterfield, 2004) dalam (Eviyanti, 2021)). Berdasarkan hasil analisis *fishbone*, selanjutnya ditemukan solusi kreatif untuk perancangan kampanye sosial pencegahan Anemia untuk remaja perempuan di Surabaya. Berikut solusi kreatif yang diperoleh, yaitu :

- 1) Kegiatan kampanye dirancang dengan menarik dan seru agar dapat dilaksanakan dengan baik dan pesan yang disampaikan dapat tersalurkan dengan benar.

- 2) Kegiatan kampanye pencegahan Anemia untuk remaja perempuan di Surabaya berfokus untuk merubah pola pikir dan perilaku yang nantinya dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari bahkan saat setelah kegiatan selesai sehingga pesan yang disampaikan dibuat dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami.

**b. Keyword**



Gambar 2. *Keyword*  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

**c. Konsep Verbal**

- 1) Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan kampanye menggunakan bahasa yang tidak baku agar terkesan *friendly*. Sesuai dengan hasil wawancara yang menyebutkan bahwa remaja perempuan tergolong menyukai berkomunikasi seperti konseling sehingga *audience* merasa nyaman dan tidak tertekan.

- 2) Strategi Pendekatan

Strategi pendekatan yang digunakan dalam perancangan yaitu mengajak remaja perempuan untuk bersama-sama melakukan rangkaian aktifitas yang dapat mengurangi resiko Anemia dikarenakan remaja perempuan lebih menyukai untuk melakukan aktifitas bersama dibanding dengan melakukan kegiatan sendirian. Selanjutnya dengan pendekatan mengajak remaja perempuan untuk memberikan dukungan, apresiasi, pesan, dan kesan kepada sesama remaja perempuan.

## 2. Strategi Visual

Visual yang digunakan dalam perancangan ini yaitu dengan menerapkan gaya visual berupa *vector* yang dipadukan dengan ilustrasi.

### a. Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang menarik, gambar tersebut dapat menolong dalam bercerita, tanpa harus khawatir terhadap waktu dan perhatian. Ilustrasi berguna mengomunikasikan secara cepat ide relevan yang sering diungkapkan dengan kata kata (Soewardikoen, 2021). Ilustrasi dalam perancangan ini berupa gabungan dari *vector* dan ilustrasi yang senada dengan target *audience*.

### b. Tipografi

Tipografi adalah suatu ilmu atau seni dalam teknik menyusun elemen teks dan huruf agar makna dapat tersampaikan dengan jelas dan dapat dibaca dengan memiliki nilai estetika (Iswanto, 2023). Tipografi merupakan seni dan teknik dalam menyeleksi dan mengatur font type, point size, line lengths, line leading, character spacing, dan word spacing untuk ditampilkan dalam suatu aplikasi media. Tipografi utama (judul) yang digunakan yaitu *Monster Doodles Demo* dan tipografi untuk tipografi sub judul yaitu *chicken pie*. Kedua jenis font tersebut tidak baku dan sesuai dengan karakter *audience*.



Gambar 3. *Font Monster Doodle* dan *Font Chicken Pie*  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)



Gambar 4. *Font Monster Doodle* dan *Font Chicken Pie*  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

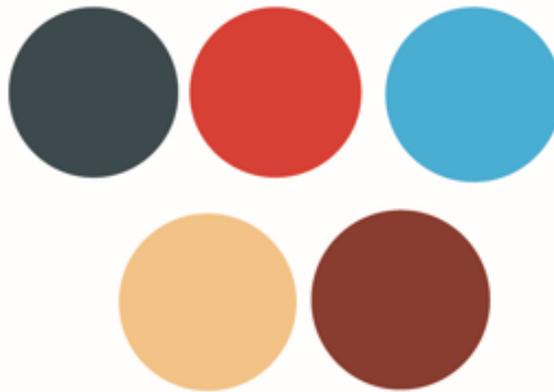
### c. Layout

Layout merupakan tampilan visual iklan yang terdiri dari beberapa unsur seperti gambar (fotografi maupun ilustrasi manual) yang digabungkan dengan unsur tertulis (huruf-huruf, kata-kata, kalimat) dengan tujuan untuk menarik atau memikat pembaca

yang letaknya ditata sedemikian rupa (Soewardikoen, 2021). *Layout* dalam perancangan ini dibuat dengan seruntut mungkin agar memudahkan *audience* dalam menyerap semua penyampaian informasi. Pembuatan *layout* yang kurang baik dapat menghasilkan hasil yang kurang baik (Hermawan, 2018).

#### d. Warna

Warna adalah suatu fenomena alam yang terjadi karena adanya unsur cahaya, objek, dan observer (mata atau alat ukur) yang kemudian menjadi kesan dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda sehingga menampilkan spektrum warna berdasarkan pengalaman dari indra penglihatan (Putra, 2021). Warna yang digunakan dalam perancangan ini diambil dari warna biru yang artinya warna kesehatan dan kuning melambangkan keceriaan.



Gambar 5. Warna Palet  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

### 3. Strategi Media

#### a. Media Utama

##### 1) *Feeds Instagram*

Instagram memiliki banyak *fitur* yang dapat digunakan sebagai media untuk menyebarkan seputar aksi kegiatan kampanye yang langsung dilakukan di lapangan dan sumber informasi terkait Anemia. Pemanfaatan media sosial Instagram yang digunakan sebagai media kampanye Kesehatan dinilai dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat dan dinilai efektif (Syahidah & Devriany, 2024) .

##### 2) Buku Saku

Buku saku dengan ukuran kertas A7 yang menyesuaikan ukuran saku yang praktis dan mudah dibawa kemana-mana yang berbahan kertas HVS.

##### 3) *Pouch Kit*

*Pouch* biasanya digunakan remaja perempuan yang pemakaiannya dapat setiap hari, mudah dibawa kemana-mana dan praktis. Sangat cocok digunakan untuk perempuan dalam menaikkan *mood* nya.

#### b. Media Pendukung

##### 1) *Stand Banner*

*Stand banner* digunakan sebagai bentuk identitas dari keberlangsungan kampanye. Memiliki ukuran 160x80cm.

##### 2) *Backdrop*

*Backdrop* diletakan sebagai *background* saat proses pemberian materi untuk memberikan kesan professional dalam menyelenggarakan sebuah kampanye.

#### 4. Visualisasi Desain

Visualisasi desain dalam perancangan kampanye diambil dari beberapa referensi yang akhirnya dijadikan sebagai inspirasi dalam proses perancangan desain .

##### a. Logo

Hasil observasi dan analisis data yang telah dilakukan, terciptalah beberapa alternatif logo yang digunakan sebagai identitas kampanye. Logo dapat mempresentasikan nilai dan visi dari yang menggunakannya (Januariyansah, 2018). Logo kampanye yang didesain fleksibel dan santai dengan tambahan elemen visual. Berikut merupakan beberapa alternatif logo yang akan digunakan dalam kampanye.



Gambar 6. Alternatif Desain Logo  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Alternatif ketiga logo tersebut dianalisis kembali dan dipilih salah satu melalui hasil observasi dan survei yang dilakukan oleh perempuan usia 16-19 tahun di Surabaya.



Gambar 7. Final Desain Logo  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

##### b. Desain Karakter

Karakter tenaga kesehatan ahli gizi dibuat bertujuan sebagai karakter kesehatan dalam pemberian informasi seputar Anemia yang akan disampaikan kepada *audience* agar terasa lebih dekat dan akrab seperti berinteraksi dengan tenaga kesehatan yang sesungguhnya.



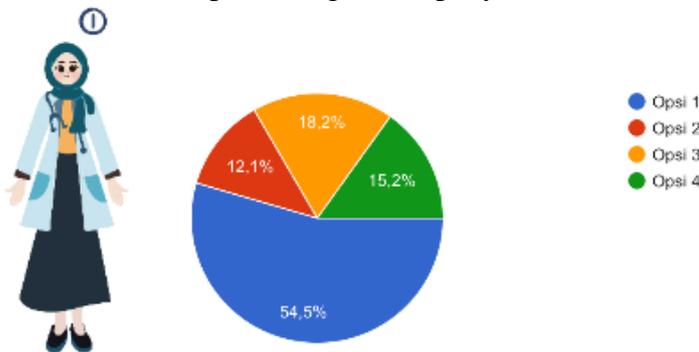
Gambar 8. Alternatif Desain Karakter Ahli Gizi  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Karakter perempuan usia 16-19 tahun diambil sebagai perwakilan visual dari *audience* kampanye pencegahan Anemia. Pilihan *outfit* yang disajikan sesuai dengan ciri khas perempuan yang ceria, semangat, gembira, cerdas, dan patuh.

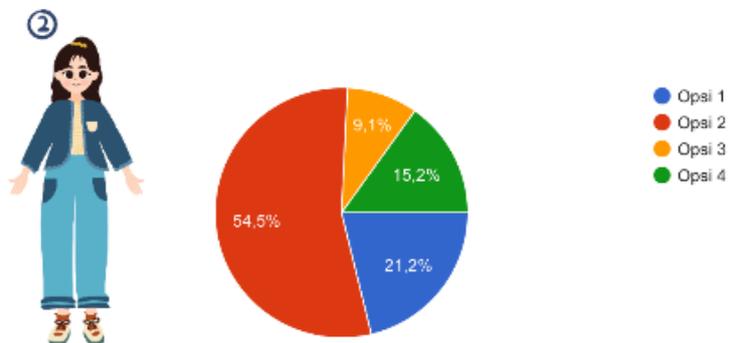


Gambar 9. Alternatif Desain Karakter Perempuan Usia 16-19 Tahun  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Hasil pemilihan survei dari beberapa alternatif karakter selanjutnya akan menjadi final desain karakter dari perancangan kampanye.



Gambar 10. Final Desain Karakter Ahli Gizi  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)



Gambar 11. Final Desain Karakter Perempuan Usia 16-19 Tahun  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

### c. Feeds Instagram

*Feeds instagram* diawali dengan pembuka selamat datang yang mengisyaratkan penyambutan bagi *audience* agar lebih tertarik mencari tahu tentang berbagai informasi yang disediakan pada media sosial.



Gambar 12. Sketsa *Feeds Instagram* (Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)



Gambar 13. Final Desain *Feeds Instagram* (Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

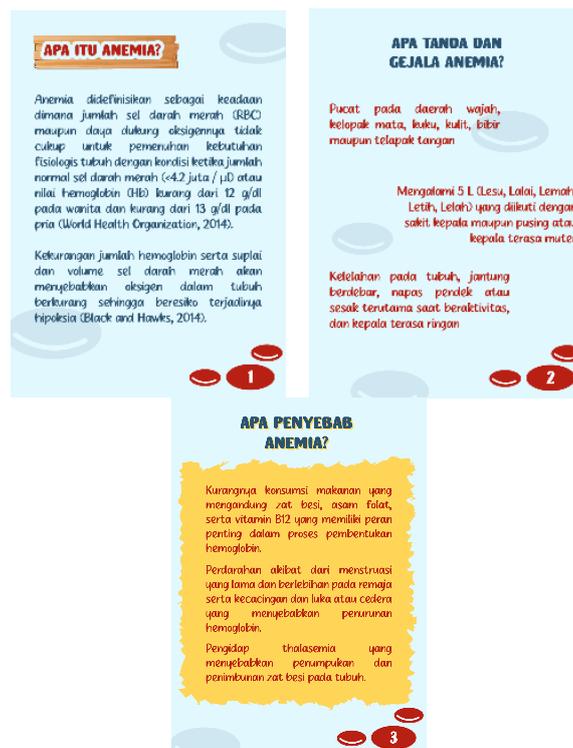
**d. Buku Saku**

Buku saku menjelaskan informasi singkat terkait Anemia. Ukuran A7 yang menggunakan kertas bahan *art paper* 120gsm. Ukuran tersebut mudah digenggam dan praktis dibawa kemana-mana. Pada halaman buku nantinya juga ditambahkan *qr code* yang berfungsi untuk menghubungkan dengan instagram jika dipindai.



Gambar 14. Cover Buku Saku  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Terdapat total 5 halaman yang berisi informasi singkat tentang Anemia. Jika *audience* tertarik untuk mencari informasi lainnya, maka dapat memindai *qr code* yang tertera.





Gambar 15. Final Desain Isi Buku Saku  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

**e. Pouch Kit**

*Pouch kit* diberikan kepada *audience* yang telah berpartisipasi dalam kampanye, berisi peralatan menulis seperti bolpoin dan pensil. Kemasan terbuat dari kain yang terdapat tali untuk merekatkan.



Gambar 16. Final Desain *Pouch Kit*  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

**f. Stand Banner**

*Stand banner* berukuran 80 x 160 cm yang dipasang sebagai media pendukung kegiatan kampanye.



Gambar 17. Final Desain *Stand Banner*  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

**g. Backdrop**

*Backdrop* berukuran 3 x 4m yang digunakan sebagai latar penyajian materi dalam kampanye. Dicitak pada ukuran yang cukup besar agar dapat menarik perhatian orang lain yang melihatnya sehingga informasi kampanye dapat tersebar luaskan.



Gambar 18. Final Desain *Backdrop*  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

## Kesimpulan

Dari hasil perancangan, didapatkan kesimpulan yaitu penting untuk menangani prevalensi Anemia, diperlukan langkah-langkah seperti suplementasi zat besi dan kampanye edukasi tentang Anemia untuk perempuan. Melalui kampanye ini, perempuan dapat diberikan pemahaman yang lebih baik dan lebih luas tentang pentingnya menjaga pola makan yang seimbang dan asupan cukup dari zat besi untuk mencegah Anemia. Menggunakan media utama *instagram*, *pouch kit*, buku saku. Langkah-langkah ini perlu didukung secara berkelanjutan oleh pemerintah dan lembaga kesehatan untuk mencapai tujuan penurunan Anemia agar kesehatan dan kesejahteraan remaja perempuan dapat terjamin lebih baik bagi masa depan.

## Daftar Pustaka

- Agustin, R. (2020). Perancangan Kampanye Kesehatan “Fitformation” Dalam Gerak Aktif Dan Hidup Sehat. *Journal Komunikasi*, 11(2).
- Astuti, D., & Kulsum, U. (2020). Pola Menstruasi Dengan Terjadinya Anemia Pada Remaja Putri. *Jurnal Ilmu Keperawatan Dan Kebidanan*, 11(2), 314–327.
- Aulya, Y., Siauta, J. A., & Nizmadilla, Y. (2022). Analisis Anemia Pada Remaja Putri. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 4(4), 1377–1386.
- Az-Zahra, K., & Kurniasari, R. (2022). The Indonesian Journal of Health Promotion MPPKI Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia. *The Indonesian Journal of Health Promotion*, 5(6), 618–627.
- Budiarti, A., Anik, S., Putu, N., Wirani, G., Tinggi, S., Kesehatan, I., & Surabaya, H. T. (2020). Studi Fenomenologi Penyebab Anemia Pada Remaja Di Surabaya 1. *Jurnal Kesehatan Mesencephalon*, 6(2), 137–141.
- Antar Venus, M. A. (2019). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik* (R. Soenendar, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Eviyanti, N. (2021). Analisis Fishbone Diagram Untuk Mengevaluasi Pembuatan Peralatan Aluminium Studi Kasus Pada SP Aluminium Yogyakarta. *Jaakfe Untan (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 10(1), 10.
- Hermawan, D. J. (2018). *Peran Desain Layout Dan Pemeliharaan Fasilitas Produksi Dalam Menunjang Kelancaran Proses Produksi Pada Raja Mie Cokro Kota Probolinggo*. 2(1), 14.
- Hermita, R., Loravianti, S. R., & Safwandi. (2018). *Kampanye Sosial Kembali Kemakanan Sehat*. Padang
- Hurulaini Nurrahman, N., Satria Anugrah, D., Putri Adelita, A., Nurpitri Sutisna, A., Ovtapia, D., Maisaan, F., ... Fajar Arfah, C. (2020). Faktor dan Dampak Anemia pada Anak-Anak, Remaja, dan Ibu Hamil serta Penyakit yang Berkaitan dengan Anemia. *Journal of Science, Technology, and Entrepreneurship*, 2(2), 46–50.
- Indrawatiningsih, Y., Hamid, S. A., Sari, E. P., & Listiono, H. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Anemia pada Remaja Putri. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(1), 331.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129.
- Januariyansah, S. (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien. *ResearchGate*.

- Jayanti, K., Petricka, G., Ekawaty, R., Hayuningsih, S., Mulyati, H., Lovita Pembayun, E., ... Prima, S. (2023). Edukasi Pencegahan Anemia dan Pemberian Tablet Tambah Darah (TTD) Sebagai Upaya Meningkatkan Kesehatan Remaja Putri Di Kampung Tematik Budaya Depok. *Journal of Community Service*, 5(1).
- Kurnia, E., Indahsari, S. R., & Butar-Butar, B. (2022). Analisis Kampanye Sosial Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Pangan Inovatif Yang Diselenggarakan Pt Kpi Ru Iii Plaju Kota Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 6(2), 9–19.
- Kusnadi, F. N. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Anemia Dengan Kejadian Anemia Pada Remaja Putri. *Jurnal Medika Hutama*, 3(1), 1294. Retrieved from <http://jurnalmedikahutama.com>
- Muhayati, A., Ratnawati, D., Ilmu Kesehatan, F., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Jalan Limo Raya Kelurahan Limo Kecamatan Limo Kota, U. (2019). *Hubungan Antara Status Gizi dan Pola Makan dengan Kejadian Anemia Pada Remaja Putri*. 563–570.
- Permatasari, D., Soviana, E., Studi Ilmu Gizi, P., Kesehatan, F., & Muhammadiyah Surakarta, U. (2022). Literature Review: Hubungan Asupan Protein Terhadap Kejadian Anemia Pada Remaja Putri. *Indonesian Journal of Nutrition Science and Food*, 8.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta.
- Soewardikoen, D. (2021). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual* (cet. 1; B. Anangga, Ed.). Yogyakarta: PT Kanisius.
- Syahidah, A., & Devriany, A. (2024). Citra Delima Scientific journal of Citra Internasional Institute Pengaruh Edukasi Gizi Melalui Akun Instagram Dalam Meningkatkan Pengetahuan Anemia. *Citra Delima Scientific Journal of Citra Internasional Institute*, 7(2), 98–104.
- Zaddana, C., Indriani, L., Nurdin, N. M., & Sembiring, M. O. (2019). Pengaruh Edukasi Gizi Dan Pemberian Tablet Tambah Darah (TTD) Terhadap Kenaikan Kadar Hemoglobin Remaja Putri. *FITOFARMAKA: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 9(2), 131–137.