KAJIAN FENOMENOLOGI MANAJEMEN RISIKO BERKAITAN DENGAN PROMOSI KEPADA MASYARAKAT PAPUA DARI PENYEBARAN HIV / AIDS

John Agustinus[1], Anna Triwijayati[2]
Universitas Ma Chung, Malang[1,2]
Email: johnasgustinus@stie-portnumbay.ac.id[1], anna.triwijayati@machung.ac.id[2]

ABSTRAK

Suasana Kota Jayapura serta situasi Provinsi Papua memiliki risiko masyarakat yang terinfeksi HIV / AIDS sangat tinggi. Dimana tingginya masyarakat yang terinfeksi HIV / AIDS memberikan pekerjaan berat kepada Pemerintah Provinsi Papua melalui Komisi Penanggulangan AIDS Provinsi Papua untuk menyampaikan informasi yang massif terkait HIV / AIDS ke seluruh lapisan masyarakat di Provinsi Papua. Penyampaian informasi terkait denganwaspada terinfeksi HIV / AIDS perlu disampaikan denganberbagai metode dan strategi, salah satu bentuk denganmelaksanakan promosi pelayanan kesehatan denganpromosi waspada tertular HIV / AIDS denganmotto sa jaga ko, ko jaga sa. Promosi adalah salah satu strategi media komunikasi untuk menyampaikan sebuah pesan yang menyentuh masarakat, serta mampu dilaksanakan sebagai metode penyampaian sebuah penmampu dan nasihat yang elegan terhadap masyarakat di Provinsi Papua. Pemerintah daerah di Provinsi Papua melalui Komisi Pelayanan Daerah Provinsi Papua melaksanakan Promosi kegiatan pelayanan terhadap Masyarakat yang rentan terinfeksi virus HIV / AIDS denganmenggunakan kondom, dan sebuah motto sa jaga ko, ko jaga sa terhadap virus HIV / AIDS, untuk memberikan informasi terhadap risiko ancaman HIV / AIDS atas masyarakat di Provinsi Papua agar mampu melakukan penangkalan dan pencegahan terhadap penyakit HIV / AIDS denganmemanfaatkan kontrasepsi kondom dengantujuan utama tingkat transmisi virus HIV / AIDS tidak meningkat jumlah penderita yang terinfeksi. Metode peneletian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dimana penelitian ini menggali pemahaman informan penelitian terkait makna-makna dari Promosi pelayanan masyarakat terhadap penangkalan penyebaran virus HIV / AIDS. Informan penelitian antara lain dua puluh orang informan denganlatar belakang dan kondisi budaya yang beragam. Dari pembahasan peneltian ini ditemukan hasil adalah informan yang menangkap makna Promosi tersebut seperti informan Pekerja Seks Komersial, Tenaga Kesehatan, Lembaga Swadaya Masyarakat, Pendeta dan Pekerja social lainnya, Proposisi penelitian adalah Promosi dan atau iklan masyarakat yang tersampaikan kepada masyarakat di provinsi Papua mampu dipahami dan dimengerti denganbaik, Materi promosi mampu terserap denganmenggunakan media audio dan visual. Pesan Promosi mampu dimaknai informan melalui promosi di televise, surat kabar dan media social lainnya.

Kata Kunci: Manajemen Risiko, Promosi, HIV & AIDS.

ABSTRACT

The atmosphere of Jayapura City and the situation of Papua Province have a very high risk of people being infected with HIV/AIDS. The high number of people infected with HIV/AIDS has given the Papua Provincial Government

through the Papua Province AIDS Commission a tough job to convey massive information related to HIV/AIDS to all levels of society in Papua Province. Disseminating information related to being aware of being infected with HIV/AIDS needs to be conveyed using various methods and strategies, one form of which is by carrying out promotion of health services by promoting awareness of being infected with HIV/AIDS with the motto sa guard me, ko guard me. Promotion is one of the communication media strategies for conveying a message that touches the community, and can be implemented as a method of delivering elegant support and advice to the community in Papua Province. The regional government in Papua Province, through the Regional Services Commission of Papua Province, carries out promotion of service activities for people who are vulnerable to being infected with the HIV/AIDS virus by using condoms, and the motto is sajaga ko, kojaga sa against the HIV/AIDS virus, to provide information about the risk of threats HIV / AIDS for the community in Papua Province so that they are able to prevent and prevent HIV / AIDS by using condom contraception with the main aim of preventing the transmission rate of the HIV / AIDS virus from increasing the number of infected sufferers.This research method uses quantitative descriptive where this research explores the understanding of research informants regarding the meanings of promoting community services towards preventing the spread of the HIV / AIDS virus. The research informants included twenty informants with diverse backgrounds and cultural conditions. From the discussion of this research, it was found that the results were informants who captured the meaning of promotion, such as informants from commercial sex workers, health workers, non-governmental organizations, priests and other social workers. properly understood, promotional material can be absorbed using audio and visual media. Promotional messages can be interpreted by informants through promotions on television, newspapers and other social media.
***Keywords**: Risk Management, Promotion, HIV & AIDS.*

A. PENDAHULUAN

Kekhawatiran akan maraknya penyakit AIDS ternyata linier denganadanya perilaku seks bebas yang ada di wilayah Papua. Di beberapa wilayah Papua di ketahui sebagai kantong seks bebas yang layak di waspadai. Daerah tersebut di antaranya Sorong, Timika, Merauke dan Jayapura. Hal ini juga di dukung oleh realita bahwa Propinsi Papua merupakan propinsi denganangka pertumbuhan penyakit HIV - AIDS paling tinggi (Ditjen PPM & PL Depkes RI, 2009). Berdasarkan hal ini maka upaya untuk menyelamatkan Papua dari HIV / AIDS ini menjadi prioritas penting bagi pemerintah daerah Papua. Perkembangan HIV / AIDS di Papua sudah mencapai 5000 kasus pada Maret 2009. Data dari Dinas Kesehatan Propinsi Papua juga menyebutkan data Kumulatif HIV dan AIDS pada masyarakat etnis Papua sampai Maret 2008 lebih tinggi ditaksir sejumlah 70 % jika di bandingkan denganmasyarakat non Papua hanya 8 %, dan masyarakat lainnya 22 %. Menurut STHP (Surveilans Terpadu HIV dan Perilaku)

Papua pada tahun 2022, Jumlah risiko tertular HIV / AIDS pada Masyarakat di Provinsi Papua lebih tinggi (2,8 %) di bandingkan Masyarakat non Papua (1,5 %). Di perparah kumulatif kasus HIV dan AIDS berdasarkan golongan pekerjaan (Ibu Rumah Tangga/IRT dan PSK) dari 2019 – Juni 2022 selalu meningkat.

Upaya – upaya untuk mencegah penyebaran penyakit AIDS terus di galakkan denganberbagai cara. Salah satunya denganmenghadirkan Promosi. Dewasa ini, dunia perPromosian terus berkembang. Pada dasarnya Promosi merupakan bentuk komunikasi. Sedangkan komunikasi menurut Effendi (2004) adalah mekanisme komunikasi isi materi dari satu pihak kepada kepada pihak atau orang lain guna menyampaikan makna pesan atau dalam rangka mengubah sikap, ide atau attitude, denganalat maupun lisan, atau tidak langsung melalui sarana media informasi. Definisi komunikasi yang dijelaskan oleh Lee, Monle & Johnson (2005), Selanjutnya Carla menjelaskan terkait Promosi adalah sebuah bentuk arus komunikasi secara tidak langsung di sampaikan melalui media, hal ini sesuai dengandefinisi Promosi, yaitu komunikasi komersial dan bukan perorangan terkait organisasi serta produk-produk yang dihasilkan kepada khalayak dengantarget melalui media adalah bersifat untuk orang banyak melalui televisi, radio, koran, majalah, papn reklame, dan melakui suara informasi denganmenggunkan kendaraan umum. Karena khalayak penerima pesan bersifat massal maka komunikasi yang di gunakan untuk menyampaikan Promosi adalah komunikasi massa.

Dari beberapa jenis Promosi termampu Promosi layanan masyarakat. Promosi layanan masyarakat yang di buat dengantujuan mencegah penyebaran HIV / AIDS yaitu Promosi dengantagline "Jaga diri pakai kondom, jaga Papua dari HIV / AIDS" yang di tayangkan oleh Televisi Mandiri Papua (Televisi MP). Televisi MP merupakan stasiun televisi daerah yang secara murni memakai konten dengannuansa kedaerahan dan di program secara khusus untuk mengisi kehampaan di daerah. Jangkauan siaran sampai ke pelosok Papua, denganjam mengudara dari pukul 17.00 sampai dengan23.00. Waktu tersebut merupakan waktu santai penonton. Banyak warga masyarakat mampu merasakan manfaat melalui iklan di televisi adalah sebuah media informasi sangat efektif disebabkan bukan hanya mampu menikmati audio tetapimasyarakat juga mampu melihat secar langsung secara kasat mata. Melalui televisi, pesan yang di sampaikan oleh produsen mampu tersampaikan dengancepat dan baik.

Promosi layanan masyarakat menjadi obyek kajian menarik untuk di teliti karena menurut Widyatama (2007) Promosi jenis ini tidak memiliki tujuan komersial yaitu sebuah social benefits yaitu nilai tambah selain pengetahuan, kemampuan bersikap dan dampak

perubahan masyarakat terhadap masalah yang disampaikan. Selanjutnya mampu dijelaskan definisi promosi layanan informasi masyarakat umum melalui Crompton and Lamb (1993) adalah sebagai berikut:

An announcement for which no charge is made and which promoted program, activities or service of federal, statel; or local goverment or the programs, activities; or service non profit organizations and other announcements regarded as serving community, and promotional announcement.

Tujuan utama Promosi layanan masyarakat adalah pensosialisasian informasi. Promosi layanan warga masyarakat bertujuan kepada suatu masalah tingkat kesejahteraan warga masyarakat dan bukan berhubungan kepada produk pemasaran melainkan berfokus kepada arah tujuan sosial yang didukung oleh sebuah organisasi religius, kesatuan politik, organisasi non profit oriented dan asosiasi-asosiasi sosial lainnya (Rosenberg, 1995). Meskipun Promosi layanan masyarakat berfungsi untuk tujuan social namun pesan yang di sampaikan harus tetap efektif.

Jensen (2003) memberikan definisi Promosi layanan kepada masyarakat sebagai Promosi sering di gunakan untuk tujuan-tujuan sosial, adapun penmampu lain yang dikemukakan oleh Kotler dan Roberto (1989 : 6) bahwa;

"...promosi adalah selain bermanfaat untuk menggerakan kerjasama masyarakat ketika menghadapi suatu masalah sosial, juga menyajikan pesan-pesan sosial yang dimaksud untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi seperti kondisi yang mampu mengancam keserasian dan kehidupan umum...."

Menurut Cristie (2005) Promosi efektif akan tercapai apabila perusahaan memiliki pernyataan misi yang jelas dan memfokuskan energinya untuk menciptakan barang dan jasa atau gagasan yang di butuhkan. Promosi yang dikirim kepada masyarakat lebih baik diproses dengananalisis yang sangat mendalam hingga makna pesan yang diberikan mampu mudah dipahami dan dihayati denganbaik oleh warga masyarakat dan memiliki makna informasi yang valid. Pesan yang mampu diterima dengam baik dan mendalam pada pikiran pemirsa adalah sebuah bentuk pemahaman denganpengetahuan mudah dicerna pada pikiran sehingga mampu diartikan pesan promosi tersebut efektif.

Menurut Shimp (2003) promosi yang sangat baik dengankategori efektif dan mampu memberikan dampak kepuasan kepada masyarakat denganmempertimbangkan bahwa promosi mampu melibatkan konsumen dan promosi wajib aktif berperan serta kepada warga masyarakat dan mampu membuat penonton terpikat untuk mampu melakukan apa yang

disampaikan melalui Promosi tersebut. Termampu berbagai teknik dan pendekatan yang di gunakan dalam upaya meningkatkan efektifitas pesan promosi kepada warga masyarakat, denganisi pesan promosi dengankreatif dan tepat guna, kualitas perencanaan yang bagus seperti penempatan pada waktu dan tempat promosi yang benar, serta penetapan volume frekuensi penyiaran yang valid. Promosi memberikan informasi pengetahuan kepada warga masyarakat bahwa pemanfaat kondom yang baik mampu mencegah penyebarab virus HIV / AIDS. Memahami dan memahami pesan promosi yang benar dan baik sangat universal karena tidak gampang dalam meneruskan pesan informasi melalui promosi untuk mampu dipahami denganbaik oleh warga masyarakat. Sebagai seseorang yang beragam, seseorang memiliki keinginan yang kuat untuk mampu menyaksikan permasalahan menurut cara pandang sendiri-sendiri. Kenyataan bagi seorang manusia untuk mampu memahami pesan adalah bagaimana seseorang mampu mengenai serta memahami banyak informasi disekitarnya dan seseorang tersebut mampu beraksi berdasarkan pengalamannya dan konteks masing-masing.

Melihat Promosi layanan masyarakat versi "Sa jaga ko Pakai Kondom ko Jaga Papua dari HIV/AIDS" yang lebih banyak bercerita terkait ke indahan alam Papua dan adanya persepsi masyarakat yang berpandangan bahwa bumi Papua hendak di musnahkan secara pelan – pelan melalui HIV - AIDS maka hal ini menjadi topik kajian yang menarik studi budaya dan kaitannya dalam Promosi. Untuk menggali hal tersebut maka penelitian ini menggunakan metode *reception analysis* denganmenggunakan metode *indept interview* denganmetode semi terstruktur pada berbagai partisipan dari berbagai latar belakang sosial akan membuat pengkajian akan Promosi ini tidak hanya dilihat dari bagaimana pemirsa memaknai namun juga menggali mengapa pemirsa memaknai Promosi tersebut denganmakna tertentu.

Mendasari latar belakang yang dijelaskan diatas, mampu disusun rumusan masalah pada kajian penelitian adalah, Apakah warga masyarakat mampu menriman promosi layanan masyarakat terhadap penyebaran virus HIV / AIDS denganslogan atau motto " Sa Jaga ko dan Ko pakai kondom jaga Papua dari virus HIV / AIDS" pada seluruh televisi di Papua, dan Bagaimana perkembangan promosi layanan warga masyarakat terhadap penyebaran virus HIV / AIDS denganmotto " Sa Jaga ko dan Ko Pakai Kondom Jaga Papua dari virus HIV/AIDS" untuk menghindari perilaku seks yang tidak baik.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian mengenai penerimaan khalayak terkait denganPromosi di media sudah pernah

dilakukan oleh Sri Sedyastuti (1999), denganjudul penerimaan khalayak terhadap Promosi *Culture Jamming* Nike. Persamaan penelitian ini denganpenelitian tersebut adalah sama – sama berkaitan denganstudi penerimaan khalayak dan pada obyek penelitian Promosi. Sedangkan perbedaan penelitian ini denganpenelitian tersebut, Promosi yang menjadi obyek pada penelitian sebelumnya adalah Promosi yang termampu dalam media internet. Sedangkan pada penelitian ini adalah Promosi layanan masyarakat. Subyek yang menjadi informan penelitian pada penelitan terdahulu berlokasi di Surabaya sedangkan pada penelitian ini dilakukan di Kota Jayapura Propinsi Papua.

Penelitian kedua terkait terkait topik HIV/AIDS untuk bidang Komunikasi belum pernah dilakukan. Selama ini penelitian atau tesis terkait HIV/AIDS dilakukan di jurusan Kesehatan Masyarakat mengenai ”Membandingkan efektifitas *booklet* dan juga *leaflet* dalam rangka penyempurnaan guna menambah wawasan dan perilaku terhadap penyebaran virus HIV/AIDS (Studi di Sekolah Menengah Atas PGRI 1 juga Sekolah Menengah Atas Psemda Awispun Provinsi Bali) oleh I Wayan Sutama (2009). Penelitian ini lebih menekankan pada peran booklet dan leaflet sebagai sarana penyuluhan pada remaja denganmengukur pengetahuan dan sikap yang dihasilkan dari adanya dua media penyuluhan tersebut. Penekanan pada penelitian lebih pada aspek kesehatan.

Sulaksana (2003), Promosi merupakan segala bentuk penjelasan bukan perorangan yang menampilkan serta mempresentasikan ide, produk barang dan jasa yang didanai pihak donatur. Selanjutnya dalam Sedyastuti (Makalah 1999) menjelaskan komunikasi yang mengunggulkan gabungan antara visual dan audio mempunyai kelebihan apabila disandingkan denganmengunggulkan visual atau audio. Selanjutnya media sosial yang memanfaatkan film disertai denganaudio yang berkualitas adalah sebuah alat penyampaian pesan yang efektif.

Dengankeunggulan tersebut, banyak lembaga profit, non profit, maupun pemerintahan yang melihat bahwa media televisi memiliki potensi besar untuk mencapai tujuan pesan yang dimuat dalam Promosi. Selain itu, biaya penayangannya terhitung lebih murah dibandingkan media cetak, koran atau majalah, bahkan jika dibandingkan mediaa elektronik lain seperti radio.

Selanjutnya O’Guinn, Allen dan Semenik (2007), memberikan penjelasan “keunggulan komunikasi: suatu seni komunikasi kepada masyarakat umum, yang menjelaskan bahwa promosi sebagai media penyampaian pesan yang yang didanai oleh sebuah organisasi dengantujuan informasi mampu disampaikan kepada masyarakat luas melalui media. Dalam bahasa Promosi, sebuah organisasi baik sosial maupun profit oriented yang mendanai kegiatan

Promosi itu biasa disebut klien.

Menurut Kotler (2003: 598), Promosi yang di lakukan oleh perusahaan atau lembaga tertentu memiliki fungsi, antara lain :

a. *Informative Promotion*, dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan atau mengenalkan sebuah informasi dengantujuan sebagai komunikator yang menyampaikan sebuah ide atau pesan, untuk mempengaruhi serta memperbaiki pemikiran yang kurang benar dan menciptakan imaji kepada masyarakat umum sebagai stimulus guna mengambil keputusan.
b. *Persuasive Promotion*, kegiatan yang bertujuan mengajak, mempengaruhi juga memajukan masyarakat untuk mampu melakukan apa yang menjadi tujuan dari pesan promosi dan mampu mengubah pandangan masyarakat.
c. *Comparison Promotion*, adalah kegiatan promosi yang menganalogikan antara merek sebuah produk denganmerek lainnya. Promosi seperti ini secara tidak langsung akan memunculkan reputasi merek denganmerek lain.
d. *Reminder promotion*, kegiatan berfungsi untuk mencelikkan apa yang dilaksanakan oleh seorang komunikator denganmempertahankan pesan atau informasi yang sudah melekat pada masyarakat. Seorang manusia akan mempunya anggapan terkait apa yang dipromosikan.
e. *Reinforcement promotion*, Tujuannya berkaitan denganpenegasan kembali terhadap pengambilan keputusan yang sudah dilakukan oleh si penyampai pesan sehingga masyarakat menjadi teguh terhadap keputusan walaupun dia menemukan pesan lainnya yang berusaha mempengaruhi.

Dari penjelasan di atas, promosi layanan kepada masyarakat terkait penyebaran virus HIV/AIDS Versi “Sa Jaga Ko dan Ko Pakai Kondom Jaga Papua dari penyebaran HIV” mampu dikategorikan sebagai *informative promotion*. Mampu dijelaskan bahwa promosi layanan kepada masyarakat ini mentransformasikan gagasan yaitu penggunaan alat kondom mampu sebagai tindakan preventive terhadap penyebaran virus HIV. Pesan ini sangat penting diketahui masyarakat luas agar mampu diingat bahwa penyebaran penyakit HIV terlalu tinggi di provinsi Papua setiap tahun.

Difinisi HIV

HIV adalah *Human Immunodeficiency Virus*. Virus HIV secara khusus hanya tertular

dari satu orang ke orang lainnya. Termampu beberapa jenis virus yang mirip tetapi menjangkit pada hewan, pengecualian pada jenis atau varian virus pada hewan tidak menjangkit pada orang, selanjutnya virus HIV tidak menjangkit hewan. Virus HIV berdampak kepada tatanan daya tahan tubuh seseorang, dengan arti tatanan tubuh seseorang yang membentengi tubuh terhadap penyakit. Tahun-tahun awal pada saat terinfeksi virus HIV seseorang tidak tampak gejala infeksi virus HIV, Pada umumnya manusia yang terjangkit virus HIV belum memahami tubuhnya telah terjangkit virus HIV. Pada saat seseorang memahami terjangkit Virus HIV, Mearasakan dampak yang serupa seperti sakit influensa untuk waktu yang cukup lama. Dampak dari sakit seperti itu mampu dianalisis terjangkit Virus HIV primer. Tetapi, keadaan tubuh seseorang yang sudah terdampak virus HIV, Virus ini tetap bersarang pada tubuh seseorang dan mampu menjangkiti pada tubuh orang lain.

Tatanan sistem imun tubuh seseorang bekerja mengamankan atau membela tubuh seseorang dari serangan virus-virus penyakit mengancam tubuh seseorang. Elemen-elemen tubuh sangat penting pada tatanan kekuatan tubuh seseorang disebut sel-sel CD4, yaitu unsur-unsur sel darah putih. Tertapi sel-sel CD4 dimatikan virus HIV pada darah ditubuh seseorang. Dengansemakin lama terjangkit Virus HIV, bertambah banyak sel-sel CD4 dimatikan oleh virus HIV, Maka jumlah sel-sel CD4 semakin berkurang. Dengansemakin berkurang sel-sel CD4, maka tatanan kekebalan tubuh seseorang semakin lemah daya tahan tubuh dari semakin lemah.

Kesehatan pada tatanan kekuatan tubuh seseorang mampu analisis denganmentakar jumlah sel-sel CD4. Seseorang yang tidak terjangkit virus HIV, Akumulasi sel-sel CD4 diantara 500 sampai dengan1.500. Pada saat seseorang terjangkit virus HIV, jumlah sel-sel CD4 sudah berkurang drastis.

Virus HIV ada pada darah tubuh manusia yang terjangkit (termasuk darah haid), ASI, sperma dan cairan vagina.

1. Seseorang melakukan seks tanpa alat kondom, virus HIV mampu menular dengancepat pada darah, sperma atau cairan vagina sesorang yang terjangkit dengancepat masuk ke dalam darah orang lain, denganperantaraan selaput lendir (mukosa) yang termampu pada vagina, penis, dubur atau mulut.
2. Virus HIV mampu menjangkiti orang lain lewat transfusi darah yang mengandung Virus HIV; pada darah donor harus melewati skrining pihak Palang Merah Indonesia, denganmetode ini risiko terjangkit virus HIV lewat transfusi darah menjadi berkurang, meskipun tidak 100% akurat.

3. Virus HIV mampu menjangkti orang lain lewat jarum suntik (bila dilakukan berulang-ulang dan bekas dipakai orang yang mengidap virus HIV), juga penyebaran virus HIV melalui jarum tindik alat tato, jika jarum tato terjangkit dengandarah orang yang terinfeksi virus HIV.
4. Virus HIV mampu menjangkiti bayi ibu hamil dan ibu menyusui. apabila kurang pengetahuan serta pemahaman yang baik, bayi lahir denganibu yang terjangkit virus HIV akan tertular virus HIV juga.

Dengan pemahaman risiko virus HIV yang baik dan benar maka penyebaran virus HIV akan terhindari, dan risiko terjangkiti Virus HIV akan kecil. Risiko terjangkitnya virus HIV lewat seks adalah lebih tinggi, dan penyebaran virus HIV lewat pemakaian jarum suntik denganberganti-gantian berisiko sangat tinggi.

Difinisi Aids

AIDS adalah *Acquired Immune Deficiency Syndrome.* Dengan terjangkitnya virus HIV mengakibatkan tatanan kekebalan tubuh seseorang semakin tidak kuat. Kondisi ini menjadikan seseorang sangat mudah terjangkit penyakit (sindrom), Penyakit seperti itu adalah infeksi oportunistik. Kontaminasi oportunistik termasuk jamur dimulut, penyakit kanker yang langka, dan beberapa penyakit dimata, kulit juga sistem saraf.

Seseorang yang terkontaminasi virus HIV mampu sehat bertahun-tahun dengantidak ada tanda-tanda atau gejala pada fisik. Beberapa orang terkontaminasi virus HIV tetapi Tidak ada gejala disebut HIV positif atau disebut juga penyakit HIV non gejala.

Jika tanda-tanda sakit muncul, seseorang disebut terinfeksi HIV bergejala atau disebutjuga denganpenyakit HIV lanjutan. Pada fase ini seseorang virus HIV mulai meningkatkan kearah infeksi oportunistik. Definisi AIDS yang disematkan pada seseorang terjangkit HIV masuk pada fase infeksi berat.

AIDS sebagai:

1. Jumlah sel CD4 di bawah 200;
2. Terdampak satu atau lebih kontaminasi oportunistik.

Difinisi AIDS digunakan untuk keperluan kesehatan pada masyarakat luas, sebagai ukuran kasus. Pada saat seseorang dikatakan terinfeksi AIDS, berdasarkan analisis status kekebalan tubuh yang sangat lemah, maka orang tersebut dikategorikan penderita AIDS dan masuk ke statistik penderita AIDS, dan seseorang denganstatus penderita AIDS TIDAK akan

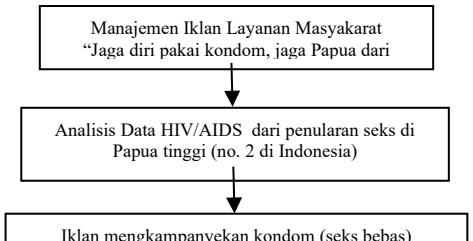
berubah statusnya walaupun seseorang yang pernah terjangkit virus AIDS menjadi sehat kembali.

Seseorang yang terjangkiti virus HIV / AIDS (ODHA) jika dia memiliki informasi, pengetahuan dan pemahaman terkait risiko dan ditambah dengan perawatan kesehatan yang sangat baik dari awal orang tersebut sakit maka besar kemungkinan berhasil menangani infeksinya. Selanjutnya perlu dipahami juga bahwa antiretroviral (ART) yang sekarang semakin terjangkau mampu memperlambat kecepatan penyebaran virus HIV.

Badan dunia yaitu World Health Organitation merupakan sebuah organisasi kesehatan dunia, mencetak sistem untuk mengkelompokkan tahapan virus HIV denganskala tanda juga gejala dalam empat fase, antara lain:

1. Stadium 1: tanpa gejala
2. Stadium 2: infeksi ringan
3. Stadium 3: infeksi lanjutan
4. Stadium 4: infeksi berat

Kerangka Konsep



Gambar 1. Alur pikir

C. METODE PENELITIAN

Bungin (2001) Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis penerimaan (*Reception analysis*). Jenis kualitatif diharapkan mampu menggambarkan berbagai pertanyaan penelitian, fenomena yang diteliti, cara meneliti, yang di gunakan untuk menjawab pertanyaan bagaimana (*How*) dan mengapa (*Why*) dari penjabaran dari perumusan masalah. Analisis penerimaan dalam penelitian ini di pergunakan untuk mencari tahu bagaimana penerimaan khalayak di Jayapura terhadap Promosi layanan masyarakat denganslogan **"**Sa jaga Ko, dan Ko Pakai Kondom Jaga Papua dari HIV**".**

Informan pada penelitian ini adalah informan yang berdomisili di Jayapura yang memahami dan melihat Promosi "Jaga Diri Pakai Kondom Jaga Papua dari HIV" lebih dari satu kali panayangan. Jumlah informan pada penelitian ini tidak di tentukan berdasarkan kuantitas namun di tentukan berdasarkan adanya variasi dari penjelasan yang diberikan informan akan permasalahan penelitian. Namun dalam beberapa literature disebutkan informan bagi penelitian kualitatif bervariasi antara 5 sampai dengan8 orang.

Para informan yang menjadi obyek analisis pada penelitian ini berupa data-data wawancara berupa makna-makna yang diperoleh dari *indepth interview* atau wawancara denganinforman dalam penelitian ini dan sudah melihat Promosi ”Sa jaga Ko, dan Ko Jaga Diri Pakai Kondom, Jaga Papua dari HIV / AIDS. Data tersebut berupa penmampu, pengalaman, pengakuan, maupun reaksi informan.

Karena penelitian ini menggali penerimaan individu akan Promosi tersebut denganberbagai variasi perbedaan akan memunculkan berbagai pandangan dan penmampu dari informan sesuai latar belakang mereka. Persyaratan tersebut diantaranya :

1. Informan adalah masyarakat asli dan pendatang Papua. Masyarakat asli yaitu masyarakat yang lahir di Papua dari orang tua yang juga lahir dan tinggal di Papua dengankarakteristik ras Papua asli. Sedangkan masyarakat pendatang adalah masyarakat tidak lahir di Papua, bukan dari orang tua yang lahir di Papua dan mempunyai karakteristik ras yang berbeda denganorang Papua asli. Ada
2. Informan penelitian berjenis kelamin baik laki – laki dan wanita. Tidak ada pencirian khusus akan jenis kelamin. Di harapkan denganberagamnya jenis kelamin akan mampu digali bagaimana penmampu Promosi dari sudut pandang laki – laki dan sudut pandang wanita berdasarkan gender dan jenis kelaminnya.
3. Informan berasal dari latar belakang agama yang berbeda dan mewakili dua agama yang mayoritas ada di masyarakat Papua yaitu Kristen Protestan dan Kristen Katholik serta Islam. Denganlatar belakang agama akan mampu di gali bagaimana penmampu informan berdasarkan norma atau dogma agama yang melatarbelakangi.
4. Informan berasal dari variasi usia yang mewakili 3 generasi yang berbeda yaitu remaja, dewasa dan tua. Remaja sebagai kelompok yang mewakili gaya hidup remaja yaitu yang berusia 17 – 24 tahun, kemudian dewasa yaitu antara usia 25 tahun sampai dengan50 tahun sebagai kelompok yang mencerminkan suatu pola hidup yang mapan. Kelompok tua yaitu yang berusia 50 tahun keatas yang mewakili kelompok generasi yang telah mengalami berbagai perubahan kondisi di Papua.
5. Informan berasal dari jenjang pendidikan yang beragam baik dasar, atas dan tinggi. Pendidikan dasar meliputi jenjang Sekolah Dasar dan SMP, jenjang pendidikan atas denganSMU dan jenjang pendidikan tinggi yaitu diploma dan Sarjana. Denganjenjang pendidikan beragam maka diharapkan informan memberikan tanggapan sesuai denganpengetahuan, pemahaman yang dimiliki.
6. Informan berasal dari kelas sosial budaya yang berbeda ini ditunjukkan dari tingkat

penghasilan yang termasuk SES (Sosial Ekonomi Strata) A, B dan C. Dengankelas sosial budaya yang berbeda maka pengalaman akan tuntutan pergaulan dari informan juga akan membawa berbeda.

Berdasarkan syarat – syarat tersebut maka informan penelitian yang direncanakan adalah PSK (informan S, CM atau T), pengguna PSK (informan AL), tokoh agama Islam (informan AJ) dan Kristen (informan BG), tokoh adat atau tokoh masyarakat (informan AJ dan BG), generasi muda (Informan H, DM), ibu rumah tangga yang berdomisili di Papua (Informan R) dan merupakan warga asli Papua (Informan M), kalangan akademisi dari perguruan tinggi (informan SM), LSM yang ada di Papua (Informan Y dan VM), komisi penanggulangan AIDS (Komisi Penanggulangan AIDS) Papua (Informan FI). Jumlah seluruh informan adalah 13 orang.

Tempat dan Jadwal Penelitian

Tempat penelitian berlokasi di Ibu Kota Propinsi Papua, yaitu Kota Jayapura, di tahun 2022. Di pilihnya kota Jayapura karena masyarakatnya heterogen. Banyak masyarakat dari daerah lain denganberagam agama, budaya, suku dan adat yang bermukim di kota Jayapura dikarenakan Jayapura adalah ibu kota propinsi Papua. Menarik untuk diteliti karena kasus HIV / AIDS di Jayapura merupakan kota tertinggi tingkat pertumbuhan HIV / AIDS di Indonesia di samping itu di Jayapura merupakan salah satu kota di Papua yang memiliki tempat hiburan malam lebih banyak di bandingkan kota lain.

Teknik Analisis

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data selama penelitian berlangsung (*Flow Analysis Model*). Makna-makna penelitian yang diperoleh lewat *indepth interviews* di analisis dalam jenis kualitatif. Menurut Moleong (2004), penelitian kualitatif merupakan kajian peneltian dilakukan dengankolaborasi data, organisasi data, memetakan satuan yang mampu dikelola, merumuskan, serta menemukan model penelitian, menemukan hasil penelitian selanjautnya mencari dukungan teori dan penelitian terdahulu, serta menentukan proposisi dari makna-makna informan. Kajian penelitian yang dihasilkan kemudian dibuat proposisi mator untuk menmampukan model analisis yang berkaitan denganpenelitian ini.

Guna menghindari terjadinya bias pada tahapan analisis, diupayakan peneliti mampu melakukan kajian denganmelakukan pengamatan yang intensif, dengantujuan data-data yang diperoleh dari informan melalui *indepth interview* mampu direkam denganbaik dan mampu membuat premis-premis yang nantinya dikaji dan disandingkan denganteori-teori.

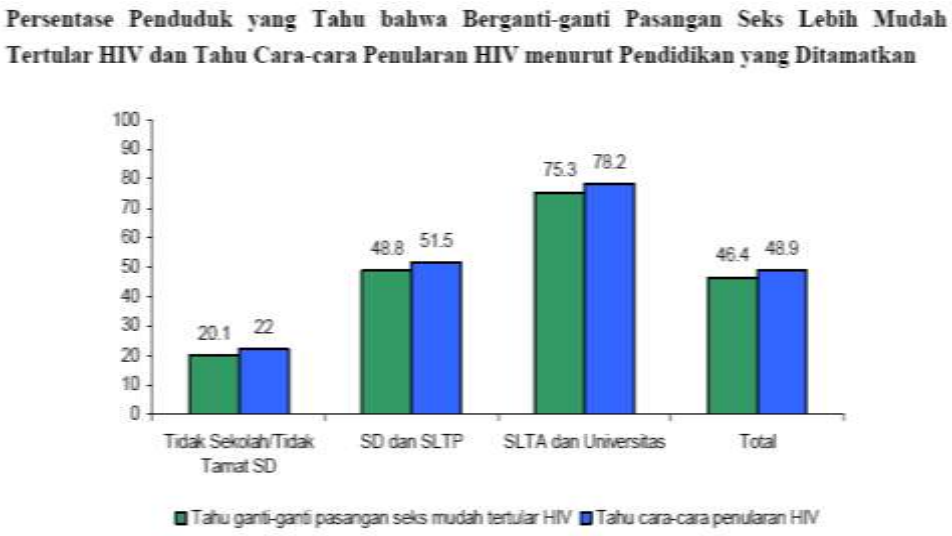
D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinas Kesehatan Provinsi Papua bersama Badan Pusat Statistik Provinsi Papua dan didukung Komisi Penanggulangan AIDS nasional, Komisi Penanggulangan AIDS Papua dan Komisi Penanggulangan AIDS Papua Barat – telah melaksanakan Observasi Terpadu terhadap penyebaran virus HIV Tahun 2022 (Surveilans Terpadu HIV dan Perilaku 2022) terhadap masyarakat se Tanah Papua denganharapan mampu menmampukan kinerja terkait perilaku dan penyebaran virus HIV pada masyarakat di Provinsi Papua. Kelompok Surveilans Terpadu HIV Dan Perilaku tahun 2022 (STHP 2022) meliputi masyarakat yang berdomisili pada Provinsi Papua serta Papua Barat. Sponsor didukung oleh badan dunia dari Persatuan Bangsa-bangsa (PBB) yaitu dari United State Agaency International Development (USAID). Denganmelaksanakan kegiatan dengantopik Stop AIDS yang dilakukan oleh organisasi *Family Health* International. Laporan kinerja dari STHP (Surveilans Terpadu HIV Dan Perilaku) 2022 dilaporkan dalam narasi dan gambar berikut ini :

Termampu sejumlah 51,8% masyarakat di Provinsi Papua pernah mendengar serta menmampukan informasi terkait HIV/AIDS. Masyarakat denganjenis kelamin pria lebih banyak memperoleh informasi yaitu 55,5% dibandingkan masyarakat denganjenis kelamin wanita yaitu 47,8%. Jika kategori pendidikan hasil kajian menunjukkan semakin tinggi jenjang pendidikan semakin tinggi prosentase masyarakat menmampu informasi terkait HIV/AIDS. Kondisi ini konsisten baik pada masyarakat pria juga masyarakat wanita. Masyarakat tidak berpendidikan/tidak lulus Sekolah Dasar sebesar 26,3% menmampu informasi terkait HIV/AIDS sedangkan lulus Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama sebesar 54,7%, dan masyarakat berpendidikan lulus SMU Sederajat ke atas sebesar 79,2%.

Masyarakat pada Provinsi Papua yang memahami penyebab Virus AIDS adalah virus HIV sejumlah 41,4%. Masyarakat pria yang memahami lebih banyak dari wanita, yaitu 44,0% berbanding 38,6%. Semakin tinggi jenjang pendidikan masyarakat semakin besar prosentase yang memahami bahwa AIDS diakibatkan oleh virus, baik pada masyarakat pria maupun masyarakat wanita. Diantara masyarakat tidak sekolah/tidak lulus Sekolah Dasar hanya sejumlah 14,2% yang memahami HIV / AIDS disebabkan oleh virus, sedangkan yang lulus sekolah dasar dan Sekolah Menengah Pertama sebesar 41,9%, dan yang lulus SMU sederajat ke atas mencapai 73,7%. Salah satu penyebab penularan HIV adalah aktivitas seksual dengansering berganti pasangan. Termampu 46,4% masyarakat yang memahami dengansering berganti pasangan sangat mudah tertular HIV. Prosentase masyarakat pria yang memahami keadaan seperti ini (49,4%) lebih tinggi dibandingkan masyarakat wanita (43,1%).

Berdasarkan jenjang pendidikan, maka yang tidak sekolah/tidak lulus sekolah dasar hanya 20,1% yang memahami, sedangkan untuk yang berpendidikan sekolah dasar dan Sekolah Menengah Pertama 48,8%, dan yang lulus SMU sederajat ke atas mencapai 75,3%.



Gambar 2

Sumber : STHP (Surveilans Terpadu HIV Dan Perilaku) tahun 2022

Masyarakat Papua yang memahami cara-cara penularan HIV sebesar 48,9%. Prosentase masyarakat pria yang paham penularan HIV lebih tinggi dibandingkan denganmasyarakat wanita yaitu 52,3% berbanding 45,1%. Berdasarkan jenjang pendidikan, besarnya prosentase masyarakat yang paham mekanisme penularan HIV, bagi yang tidak sekolah/tidak lulus Sekolah Dasar, lulus Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama, serta lulus SMU sederajat ke atas masing-masing sebesar 22,0%, 51,5%, dan 78,2%. Prosentase masyarakat yang paham bahwa menggunakan alat kondom mampu terhindar tertular HIV sebesar 35,4%. Prosentase masyarakat pria lebih tinggi dibandingkan masyarakat wanita yaitu 38,4% berbanding 32,1%. Menurut pendidikan, masyarakat tidak sekolah/tidak lulus Sekolah Dasar hanya 10,6% yang paham, sedangkan masyarakat yang lulus Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama 36,2% dan masyarakat yang lulus SMU sederajat ke atas mencapai 64,4%. Loyal kepada pasangan adalah salah satu cara menghindari penularan virus HIV. Sejumlah 45,3% masyarakat Papua paham bahwa loyal pasangannya mampu mengindari tertular HIV. Tingkat pemahaman masyarakat ini juga berhubungan signifikan denganjenjang pendidikan. Menghindari penggunaan jarum suntik bekas adalah cara terbaik terhindar penyebaran virus HIV. Prosentase masyarakat yang memahami tidak menggunakan jarum suntik bekas akan terhindar dari terjangkit virus HIV sebesar 39,1%, dengansusunan menurut jenis kelamin

adalah 41,3% masyarakat pria, dan 36,7% masyarakat wanita. Tingkat pemahaman masyarakat tentang jarum suntik bekas akan terhindar dari terjangkit virus HIV menurut jenjang pendidikan adalah 14,0% untuk tidak sekolah/tidak lulus Sekolah Dasar, 40,3% untuk yang lulus Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama, dan 68,0% bagi yang lulus SMU sederajat ke atas.

Aktivitas seks berisiko tinggi seseorang terinfeksi HIV. Salah satu cara untuk terhidar infeksi virus HIV hanya melakukan perbuatan seks denganloyal kepada pasangan saja. Aktivitas seks pada masyarakat di Papua mengarah pada berisiko terinfeksi virus HIV. Terpantau ditemukannya masyarakat yang melakukan aktifitas seks bersama pasangan yang gonta-ganti, memiliki pasangan hubungan seks lebih dari satu lawan jenis. Kurang lebih 82% masyarakat di Provinsi Papua melaksanakan hubungan seks. Rata-rata usia masyarakat di Papua ketika baru pertama kali melakukan seks adalah pada usia 19 tahun. Usia pertama kali hubungan seks pada wanita lebih muda dari pada pria, yaitu 18,8 tahun berbanding 19,5 tahun. Sejumlah 58,1% masyarakat berpenmampu bahwa pasangan seks pertama adalah istri/suami, sedangkan melakukan hubungan seks untuk pertama kali denganteman wanita atau teman pria sekitar 40%, dan denganpekerja seks komersial sebesar 1,6%. Perbedaan masyarakat pria serta masyarakat wanita pada saat pertama kali melakukan hubungan seks tampak signifikan. Berkisar pada 41% masyarakat pria untuk pertama kali melakukan hubungan seks denganistri, sedangkan masyarakat wanita yang pertama kali melakukan aktifitas seks dengansuami sekitar 76%.



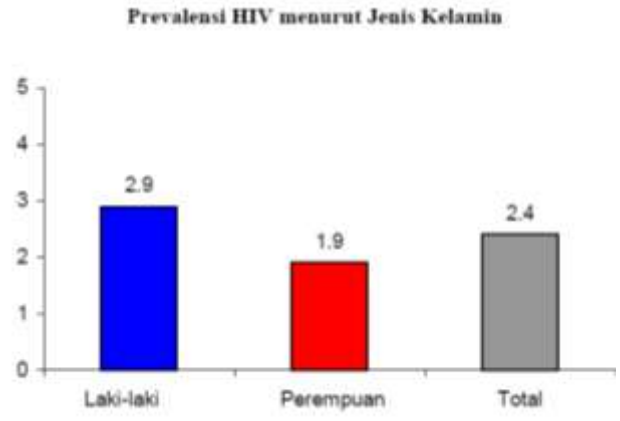
Gambar 3

Sumber : STHP (Surveilans Terpadu HIV Dan Perilaku) tahun 2022

Kemampuan kecondongan banyak masyarakat denganumur 15 – 24th melakukan aktivitas seks pertama kali di umur 15 tahun diperbandingkan masyarakat pada golongan usia

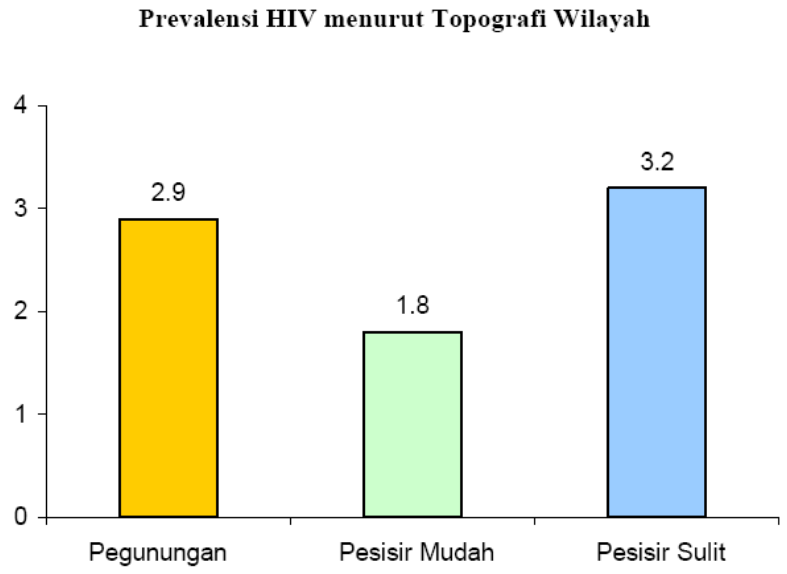
lebih tua. Kecondongan ini lebih kuat pada masyarakat wanita diperbandingkan masyarakat pria. Sejumlah 16,4% masyarakat Papua melaksanakan aktifitas seks bersama bukan pasangan pada satu tahun terakhir. Masyarakat pria lebih kuat melakukan aktifitas seks bersama bukan pasangan diperbandingkan denganmasyarakat wanita yaitu 25,2% banding 7,1%. Lebih 20% masyarakat pria mengatakan memiliki pasangan seks lebih satu orang satu tahun terakhir, sedangkan wanita sekitar 8%. Aktifitas seks dengankomersial mampu memajukan pertambahan penyebaran virus HIV lewat aktifitas seks denganpasangan lebih banyak serta berganti-ganti. Pemahaman seks komersial adalah aktifitas seks dilaksanakan bersama buakn pasangan disertai denganpemberian imbalan berupa barang atau uang. Beberapa tahun terakhir, informasi dari wawancara intesif bersama masyarakat beraktifitas melaksanakan hubungan seks bersama bukan pasangan ditemukan sekitar 41,2% dimana aktifitas seks disertai imbalan pada pasangan seks juga 11,9% dilakukan denganimbalan dari pasangan seksnya. Masyarakat pria yang melaksanakan hubungan seks denganmemberi imbalan pada pasangan seksnya sebesar 50,6% juga 4,0% memberi imbalan dari pasangan seks. Masyarakat wanita yang melaksanakan hubungan seks denganmemberi imbalan pasangan seksnya sejumlah 6,3% dan 41,3% yang dapat menyampaikan imbalan dari pasangan seksnya.

Pada umumnya virus HIV di masyarakat Papua adalah 2,4%, sebuah tingkatan penularan tergolong amat sangat tinggi diperbandingkan perkiraan penyebaran virus HIV di beberapa daerah Indonesia. Rata-rata virus HIV tertinggi ditemukan di daerah pinggiran atau tepi laut, yaitu 3,2%, selanjutnya ditemukan beberapa derah dipegunungan sebesar 2,9%. Umumnya penyebaran virus HIV terendah ditemukan di daerah perkotaan sebesar 1,8%.



Gambar 4

Sumber : STHP (Surveilans Terpadu HIV Dan Perilaku) tahun 2022

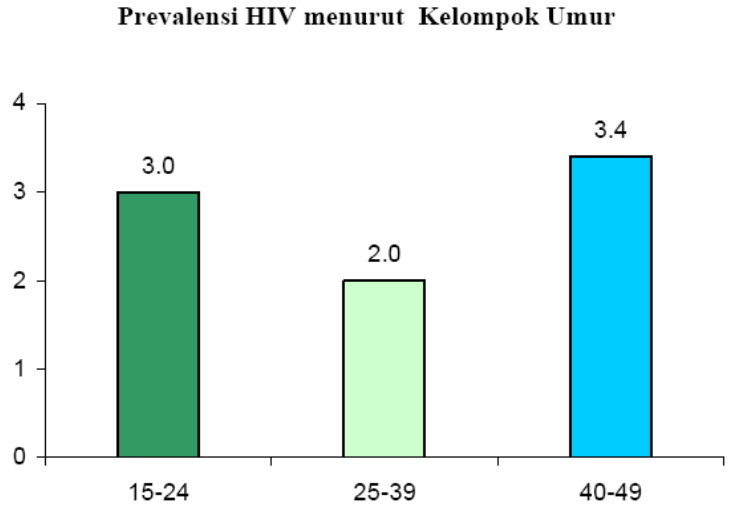


Gambar 5

Sumber : STHP (surveilans terpadu HIV dan perilaku) tahun 2022

Pada umumnya Virus HIV pada kelompok orang asli Papua lebih banyak sampai dengan dua kali diperbandingkan dengan golongan bukan orang asli Papua, yaitu 2,8% dibandingkan 1,5%. Dengan memperbandingkan rata-rata jumlah penderita HIV berdasarkan kelompok masyarakat bukan menggambarkan ada perbedaan ancaman didasarkan salah satu elemen golongan masyarakat, tetapi lebih menggambarkan perbedaan tingkat pemahaman tentang preventif dan attitude yang berisiko tinggi. Dengan harapan kerja keras pencegahan penyebaran virus HIV serta layanan kesehatan dapat mencapai ke seluruh lapisan masyarakat Papua yang rentan dengan penyebaran virus, khususnya area yang sangat rawan penyebaran virus HIV.

Pada umumnya penyebaran virus HIV di masyarakat Papua dengan umur sekitar 40 – 49th, sejumlah 3,4%. Jika melihat pada jumlah tersebut maka tertinggi diperbandingkan pada masyarakat kelompok umur 15 – 24th (3,0%) juga 25 – 39th (2,0%). Umur tertua, lebih menggambarkan pengalaman risiko tertinggi terdampak virus HIV, sehingga mampu pahami rata-rata penyebaran virus HIV pada kelompok masyarakat umur ini adalah tertinggi.



Gambar 6

Sumber : STHP (Surveilans Terpadu HIV Dan Perilaku) tahun 2022

Apabila beberapa orang akan memulai melaksanakan aktivitas seks denganumur lebih muda, maka ditemukan risiko tertular virus HIV melalui aktivitas seks mampu meningkat, dikarenakan dari sisi biologi golongan orang-orang muda bukan saja rentan akan tetapi terdapat dipengaruhi oleh jenis kelamin serta usia pasangan seks. Umumnya virus HIV pada masyarakat Papua yang melaksanakan seks awal digolongan usia 10 – 14th sejumlah 3,3%, digolongan umur 15 – 24th sejumlah 2,3%, dan digolongan umur 25th ke atas 1,9% umumnya virus HIV dimasyarakat Papua mempunyai pasangan tidak tetap sebesar 4,3%, jauh lebih tinggi diperbandingkan bersama masyarakat Papua hanya memiliki pasangan loyal sejumlah 2,4% (Gambar 9.6).

Terdapat Risiko seseorang terdampak virus HIV ternyata jauh lebih tinggi dimasyarakat yang memiliki pasangan tidak tetap. Secara umum ditemukan banyak pasangan seks dengan keinganan suka bergantian pasangan maka risikonya meningkatkan penyebaran virus HIV. Pada umumnya virus HIV ditemukan dimasyarakat denganbanyak pasangan seks lebih tinggi, yaitu 4,0%, dibandingkan 2,3% dimasyarakat dimana memiliki satu atau tidak punya pasangan seks. Pada umumnya juga virus HIV jauh lebih tinggi dimasyarakat yang memiliki pasangan tidak tetap dan melaksanakan aktivitas seks denganimbalan, sebesar 5,1%. Angka ini jauh lebih tinggi diperbandingkan denganrata-rata masyarakat yang melaksanakan seks tanpa imbalan.

Hasil Analisis Informan

Promosi “Jaga Diri Pakai Kondom, Jaga Papua dari HIV/AIDS merupakan Promosi

layanan masyarakat yang ditayangkan di Televisi dan sosial media. Madjadikara (2004) menjelaskan kegiatan Promosi pada layanan masyarakat sebagai bentuk Promosi non komersial dimana makna pesan / informasi yang disampaikan adalah *Social Marketing* dengan tujuan menyampaikan informasi untuk disebarkan dan tujuannya adalah kepentingan pelayanan masyarakat. Fungsi pelayanan masyarakat disini adalah upaya pencegahan penularan HIV/AIDS di Papua. Penjelasan mirip denganpemahaman diatas, Promosi layanan kepada masyarakat berdasarkan buku dari Kuswandi (1996) adalah "sebuah model peragaan gambar baik cerita televisi, iklan bergerak, pagelaran musik, ataupun tata bahasa nembawa penonton atau masyarakat sasaran untuk dapat mengikuti atau melakukan seperti yang diarah dalam Promosi tersebut"

Selanjutnya pengertian Promosi layanan kepada masyarakat oleh Kasali (1997) adalah suatu himbauan atau pemberitaan bersifat bukan komersial yang mempresentasikan program aktifitas, fungsi pemerintah sebagai layanan masyarakat, pelayanan organisasi bukan bisnis serta pemberitahuan lain tentang pelayanan kebutuhan dasar warga masyarakat serta himbauan bersifat komersial. Selayaknya informasi layanan kepada masyarakat berupa himbauan kepada warga masyarakat untuk melaksanakan tindakan demi kepentingan bersama dan juga mengubah kebiasaan serta perilaku masyarakat. Karena tujuan Promosi tersebut mengajak atau mengubah kebiasaan perilaku masyarakat, maka Promosi harus dikemas sedemikian rupa agar pesan dalam Promosi tersebut mampu dimengerti oleh khalayak. Demikian juga denganPromosi "Jaga diri pakai kondom, jaga Papua dari HIV." Promosi ini dikemas dengannuansa Papua dengansegala potensinya baik dari potensi sepak bola yang terkenal sehingga ada bintang Papua yaitu Boaz Salossa, alam pantai dan pegunungan Papua yang menyatu dan seni tradisional "Tifa dan Tarian Papua". Baru diakhir dari Promosi diselipkan kondom yang diberikan pada seorang laki – laki. Denganmodel Promosi tersebut maka kesan yang diterima oleh khalayak mampu jadi beragam. Untuk memahami apakah Promosi layanan masyarakat tersebut mampu dimengerti berikut tanggapan informan setelah melihat Promosi layanan tersebut :

" Promosi ini saya pernah lihat di TELEVISIRI sebelum sekarang di putarkan juga di TELEVISI MP. Waktu pertama kali melihat Promosi ini, saya bingung, ini Promosi apa ini ? dan setelah selesai baru tahu kalau ooooo Promosi kondom ya tapi kok kondom disosialisasikan pakai lagu ? Sempat kaget dan sempat tidak suka denganPromosi ini. (wawancara denganS, PSK kelas atas dan dilakukan dirumah pelanggan pada hari Jum'at, 21 Mei 2010. Jam 20.30 WIT)

Berdasarkan pertanyaan dari informan S terlihat bahwa informan merasa bingung denganpromosi tersebut. Jika dilihat dari latar belakang pendidikan informan S yang sedang menyelesaikan pendidikan sarjana maka informan S merupakan informan yang memahami bagaimana sebuah Promosi dikemas. Namun pada level pendidikan tersebut informan S merasa masih bingung akan pesan yang akan disampaikan oleh promosi.

Penmampu yang senada juga disampaikan informan Y. Denganlatar pendidikan S2 informan Y merupakan orang yang tepat mampu mengkritisi kesan terhadap Promosi promosi. Berikut hasil tanggapannya :

“Saya tidak menmampukan sesuatu yang informatif tetapi saya melihat bahwa Promosi ini lebih kepada *next generations* Papua. Maksudnya bagaimana mewujudkan anak-anak Papua kedepan untuk bebas dari HIV / AIDS. Kita bercita-cita generasi kita ke depan ini terhindar dari penyakit itu”. (Wawancara dilakukan di ruang pertemuan kantor informan.

Informan Y merasakan bahwa tidak ada sesuatu yang informatif mengenai Promosi, namun informan Y menekankan bahwa Promosi tersebut untuk anak muda Papua agar mampu mencegah diri dari penyebaran HIV/AIDS. Pekerjaannya di Forum Kerja (FOKER) LSM Papua dan sebagai koordinator advokasi dan kebijakan publik membuat informan Y menjadi lebih mempunyai pandangan ke depan akan apa yang dimaksudkan dalam Promosi.

Tidak hanya yang berlatar belakang pendidikan tinggi yang merasa promosi ini kurang mengena, informan H yang berlatar pendidikan SMU pun menyatakan bahwa promosi ini tidak mengena. Berikut hasil wawancaranya :

"Kesan saya Promosi kondomnya ngga mampu. Promosinya terlalu ceria jadi Promosi kondomnya ngga mampu. Berarti butuh waktu kan buat mencerna Promosi itu. Jadinya kita harus lihat baik - baik dulu baru kita akan tahu itu Promosi kondom. Kita cuma dikasih tahu kalau HIV itu tinggi di Papua. Nanti ending baru tahu kalau itu Promosi kondom. Kalau kita simak, pesannya pasti mampu tapi kalau dilihat sepintas lalu, kayaknya tidak. Soalnya saya yakin orang/masyarakat pasti lebih banyak melihat objecnya, lingkungannya.” (wawancara dilakukan ditempat nongkrong informan di salah satu cafe pada malam hari jam 23.25 WIT.

Dengan latar belakang pendidikan SMU tampak informan H agak ragu – ragu untuk mengatakan bahwa promosi ini kurang mengena. Peniliti harus memberikan pertanyaan lebih mendetail agar informan memberikan jawabannya yang lebih lengkap. Menurut informan H penggambaran Promosi ceria dan pesan kondomnya tidak mengena. Komentar terkait denganpemandangan alam yang menjadi setting Promosi ini menjadi perhatian informan H. Ketertarikan informan H tergabung dalam salah satu club fotografer yang ada di Jayapura

menjadikan penmampunya lebih mencermati terkait setting Promosi yang diambil.

Pernyataan berbeda disampaikan oleh informan CM atau T yang sehari – hari berprofesi sebagai PSK jalanan di kota Jayapura. Berikut petikan hasil wawancara tersebut :

”Aduhhh saya terharu sekali denganPromosi tadi. Karena Promosi itu kayak kasih tahu saya sekali buat saya jaga diri biar tidak kena penyakit itu. Jadi saya harus jaga diri denganpakai kondom.” (Wawancara dilakukan di Taman Imbi, alun-alun kota Jayapura.

Pernyataan informan T menunjukkan Promosi tersebut merupakan Promosi yang mengena pada dirinya. Hal ini mampu dipahami karena informan T adalah berprofesi sebagai PSK jalanan. Sebagai PSK jalanan maka informan T merasa dia berkontribusi pada penyebaran HIV / AIDS apabila tidak menggunakan kondom. Informan T juga merasa dirinya adalah orang yang rentan akan penyakit HIV / AIDS denganprofesi yang dilakukannya. Menurut informan T Promosi tersebut seperti mengingatkan dirinya agar tidak terkena HIV / AIDS dengan menggunakan kondom.

Pujian terhadap Promosi ”Jaga diri pakai kondom, jaga Papua dari HIV / AIDS juga disampaikan oleh informan BG yang menjadi pendeta di Tanah Papua. BG melihat Promosi ini sudah sering kali di televisi Papua dan di televisi. Beliau sudah 25 tahun bergelut di dunia pendidikan, lima tahun terakhir mengambil gelar doktor di Belanda. Aktivis, penulis buku dan beberapa jurnal terkait orang asli papua dan masalah genosida. BG juga pemerhati masalah sosial khususnya orang asli Papua. Bekerjasama dengangereja dan juga mahasiswa untuk membangun bidang pendidikan bagi orang papua. Aktivitas yang dilakukan adalah membina beberapa orang yang telah keluar dari penjara denganmemperhatikan pendidikan mereka. Berikut pernyataan BG terkait Promosi promosi :

”...Saya pikir Promosi ini bagus ya. Promosi ini memberi pesan bahwa Papua ini memang sedang tersiksa maksudnya HIV tinggi sekali. Pemirsa disadarkan tanggungjawabnya untuk jaga diri dan jaga Papua ini supaya masyarakat mampu hidup di tanah ini denganbaik. Ancaman HIV yang sangat besar sekali.” (Wawancara dilakukan. Bertempat di kantor Sinode Gereja Kingmi Papua...”

Pemahaman BG yang baik akan tingginya angka HIV/AIDS di Papua karena aktifitasnya BG yang cukup intensif terhadap masalah – masalah sosial yang ditekuninya. BG juga bergelut di dunia pendidikan yang cukup lama yaitu 25 tahun. Dan BG merasa denganadanya angka HIV/AIDS yang cukup tinggi di Papua akan mengancam Papua.

Warga masyarakat yang menjadi sasaran menyampaikan pandangan atau opini mereka terhadap imlpementasi atas Promosi secara keseluruhan. Banyak warga masyarakat yang

memperhatikan dalam Promosi tersebut, sehingga Warga masyarakat ingin membangun makna pemikiran posistif pada Promosi yang dimaksud. Makna Pemikiran ini termasuk diakibatkan oleh elemen-elemen seperti inovasi Promosi, mutu efek visual, warna dan intonasi suara.

Berikut tanggapan terhadap eksekusi Promosi ”Sa Jaga Ko dan Ko Pakai Kondom Jaga Papua dari HIV / AIDS”

“Saya melihat lebih banyak terkait pemandangan alam Papua selain pesan kondom itu. Saya melihatnya secara visualisasinya saja itu belum masuk kalau dari tag linenya sangat cocok sekali Jaga Diri Pakai Kondom, Jaga Papua Dari HIV. Dalam artian, Papua ini tingkat HIVnya sangat tinggi. Dari Promosi ini yang menarik bagi orang n mampu mampu lebih dimaknai ya dari pemandangan itu sendiri baru pesan kondom itu masuk. promosi ini menyampaikan pesan denganmenggunakan musik, keindahan alam papua, visualisasi yang di tampilkan lebih kena.(Wawancara dilakukan di kantor HIPMI Papua...”

Berdasarkan tanggapan dari informan DM menunjukkan bahwa informan DM menlihat Promosi dari visualisasi gambar pemandangan yang di sajikan begitu dominan. Namun DM menilai bahwa *tag line* yang di sajikan tepat dan dengancara menampilkan hal seperti itu, agar lebih tidak vulgar atau ekstrim di bandingkan langsung promosi kondom, karena ada kemungkinan masyarakat masih tabu membicarakan kondom atau hal – hal yang berbau seks.

Penmampu yang sama juga disampaikan informan H yang menyatakan bahwa ekseskusi Promosi ini tidak sampai jika di perhatikan sepintas lalu namun jika di simak baru mampu. Pada saat melihat Promosi, ketertarikan informan lebih tertuju pada endorser yaitu Boaz dan Edo, adanya pemandangan alam Papua.

“Kalau kita simak, pesannya pasti mampu tapi kalau dilihat sepintas lalu, kayaknya tidak. Soalnya saya yakin orang/masyarakat pasti lebih banyak melihat objecnya, lingkungannya. Paling yang dilihat Boas dan orang langsung mampu bilang, Promosi ini pasti terkait bola. Sementara kalau liat Edo, pasti terkait kiprahnya edo di dunia tarik suara. Nah kalau yang lain paling pemandangan alam kota jayapura. Tidak mampu pesan kondomnya. Nah nanti pas sampai pada ending Promosi baru orang tahu bahwa itu pesan terkait pakai kondom”. (wawancara dilakukan ditempat nongkrong informan di salah satu cafe pada malam hari jam 23.25 WIT)

Di samping *endorser* dari Promosi, informan H juga lebih tertarik akan tampilan gambar (visualisasi efek). Di samping itu perhatian H juga pada bintang Promosi (endorser) yang dipilih Boas dan Edo. Semula H menerka bahwa Promosi tersebut akan terkait

denganprofesinya masing – masing baik sebagai pesepakbola dan penyanyi bukan sebagai orang yang akan menyampaikan Promosi kondom. Adanya pemandangan alam yang menjadi latar belakang Promosi juga menguatkan bahwa Promosi tersebut tidak khusus dalam menyampaikan pesan kondom. Berikut penuturannya :

”...Gambarnya lebih banyak juga kepada aktivitas orang-orang di Papua. Dimana ada semangat hidup, semangat untuk menjalankan hobby. Tapi mungkin maksud dari yang buat Promosi ini, untuk menjaga agar tidak kena HIV, kita harus mampu menjaga diri denganlebih banyak berkreasi, memperdalam hoby. Tetapi secara keseluruhan saya rasa kurang greget. (wawancara dilakukan ditempat nongkrong informan di salah satu cafe pada malam hari jam 23.25 WIT...”

Ungkapan informan H bahwa gambar dalam Promosi menunjukkan ada aktivitas orang Papua untuk semangat hidup dan semangat menjalankan hobby, sesuai denganaktivitas yang di lakukan H sendiri. Sebagai orang yang bekerja sebagai akuntan, namun hobby fotografinya sudah menjadi bagian dari dirinya. Bahkan untuk menmampukan obyek hobby fotografinya yang menarik, H kadang pulang sampai pagi sehingga menmampukan moment munculnya sinar matahari pagi. Moment mengambil gambar sinar matahari terbit yang menarik dan sebagai moment menmampukan semangat pagi hari.

Penmampu yang sama juga disampaikan informan **”VM”** yang lebih melihat eksekusi Promosi dari gambar, suara dan lainnya:

”...Terlalu manis Promosinya. Kesannya seperti Promosi-Promosi pariwisata. Gambarnya terlalu advertaising banget. Masalahnya kalau kita berbicara terkait layanan masyarakat disatu sisi itu harus lebih real dan fakta-fakta yang disampaikan itu harus kelihatanlah. Tetapi kalau Promosi ini, gambar-gambarnya kelihatan seperti terlalu manis dan terlalu indah di bandingkan dengansituasi HIV / AIDS yang terlalu mengerikan. Alur ceritanya juga kurang pas. Karena alur cerita kurang pas jadi settingannya juga jadi tidak pas karena itu di buat di Jayapura dan di pantai lagi. Kalau segmennya cuma untuk orang-orang pantai di kota Jayapura atau orang-orang di danau Sentani saja, Promosi itu tidak masalah. Tapi kalau segmennya ke orang-orang di Papua secara umum yaaaa.... harus masukan juga komunitas lain yang memang mempunyai masalah HIV / AIDS lebih besar lagi. Seperti sadaura-saudara kita yang ada di pegunungan. Yang pasti tidak ada yang lebih dominanlah. Sebenarnya Promosi itu kan ada unsur kedekatan, ada unsur aktual. Jadi kalau tidak ada kedekatan, bagaimana orang itu mampu berubah perilakunya. Jadi menurut saya, Promosi ini cuma sebuah proyek saja. Nah kalau bintangnya, orang cukup tahulah Boas itu tetapi saya kurang tahu kalau Edo...”

Menurut VM Promosi Layanan Masyarakat tersebut kurang menunjukkan adanya ancaman yang di timbulkan dari HIV / AIDS karena yang lebih banyak di tampilkan justru keindahan alam Papua. Sebagai seorang aktivitas yang menulis di tabloid dan beberapa majalah serta koran luar negri, VM terbiasa berpikir kritis dan memahami akan permasalahan yang terjadi di Papua. Sehingga Promosi layanan masyarakat yang di kemas denganbentuk yang demikian kurang sesuai denganpermasalahan HIV / AIDS yang mengancam orang Papua. Meskipun informan VM menilai Promosi Layanan Masyarakat ini lebih pada Promosi pariwisata, namun VM menyatakan pesan Promosi ini mampu masuk jika orang atau klalayak berpendidikan tinggi dan kalangan menengah keatas. Berdasarkan uraian VM tersebut, menunjukkan bahwa pada saat melihat Promosi hal – hal yang sering dieksekusi, lebih pada visualisasi gambar, endorser, setting dan alur cerita, sedangkan pesan Promosi menjadi bagian kedua. Menurut VM pesan Promosi yang disampaikan cocok untuk yang berpendidikan tinggi.

”.....Sebenarnya kalau menurut saya, kepada kita yang berpendidikan cukup tinggi itu sampai, tetapi kalau untuk masyarakat yang kelas menengah ke bawah itu tidak sampai, saya yakin itu tidak sampai karena gambarnya terlalu manis. Mungkin orang lihat pariwisata kah”. (Wawancara. Dilakukan di kantor tabloid Jubi Waena Perumnas II Pada jam 13.30 WIT)....”

Informan AJ, anggota DPR yang merupakan pendatang di Papua menyatakan hal yang sama, bahwa Promosi ini kurang mengena. Menurut AJ pada saat melihat Promosi ini lebih melihat endorser yaitu Boaz Salosa, gambar alam yang di tampilkan serta lagu yang dibawakan Edo. Demikian

”....Kurang sampai. Karena ketika saya perhatikan yang menarik buat saya adalah hanya Boas Solossa, alam yang menarik dan lagunya Edo saja. Pesan yang sesungguhnya itu masih tertutup. Kalau mampu pesan itu yang utama dan yang lain itu pelengkap saja. Alur cerita dan setting lokasi, kurang ya. Kalau saya melihatnya begini, ada berkat Tuhan yang luar biasa, Dia memberikan alam, ada generasi anak-anak muda yang baik, tetapi janganlah dirusak denganHIV. Seolah-olah pesannya Promosinya kan seperti itu. Dan kalau mau semuanya itu ada dan terjaga, jangan melaksanakan seks bebas tanpa kondom. Seolah-olah begitu to. Kalau Cuma sampe berhenti disitu, sangat disayangkan....”

Informan AJ lebih mampu menangkap maksud dari Promosi tanpa terlalu banyak bercerita terkait visualisasi gambar, meskipun perhatian pada bintang Promosi Boas dan Edo tetap ada. Kemampuan dari AJ dalam menterjemahkan pesan Promosi ini tidak terlepas dari profesinya sebagai anggota DPR dan sering memberikan ceramah di berbagai tempat. Disamping itu AJ sendiri berada pada komisi yang terkait denganmasalah sosial dan

penanggulangan AIDS. Sehingga AJ cukup mampu membaca makna dari Promosi dan permasalahan akan Promosi. Meskipun ada hal yang juga dirasakan kurang.

Berbeda denganpenmampu dua informan sebelumnya, informan CM alias T menyatakan sudah tepat. Berikut penuturannya saat ditanya alur cerita, seting lokasi dan aktor-aktor yang berperan, apakah sudah sesuai denganpesan yang di maksud. ”Saya rasa sudah cocok dan sesuai denganpesannya. karena di pantai atau di alam yang bebas juga orang mampu melaksanakan seks bebas itu. Yang jelas dimana saja orang mampu melaksanakan seks bebas jadi kita harus jaga diri tooooo”. Sebagai pelaku yang terlibat langsung denganseks bebas, informan T merasa bahwa Promosi ini sudah mengena dan cocok denganpesannya. Jika dilihat dari beberapa informan sebelumnya memang informan T yang terlibat langsung, sehingga informan T merasakan betul apa maksud dari Promosi.

Dari analisis dari semua informan-informan mampu diperoleh dua Proposisi sebagai berikut:

1. Manajemen Promosi akan dimengerti apabila mereka menyimak denganpenuh perhatian. Yang pertama muncul setelah melihat Promosi bagi beberapa informan adalah Promosi yang indah yang lebih menjelaskan keindahan alam Papua dari pada Promosi yang bertujuan untuk mencegah HIV / AIDS. Promosi baru mampu diterima setelah diperhatikan beberapa saat. Itu pun pada segmen kelas menengah ke atas dengantingkat pendidikan yang tinggi.
2. Pencegahan perilaku seks bebas tidak mampu dilakukan dari Promosi “Jaga diri pakai kondom, jaga Papua dari HIV / AIDS”. Perilaku seks bebas hanya mampu dilakukan denganmemberikan pesan moral pada generasi muda. Pesan moral tersebut menjadi bagian dari wilayah religius, dan dalam hal ini lembaga agama mempunyai peranan yang penting.

E. KESIMPULAN

Memang pesan Promosi yang ingin disampaikan sudah cukup baik dan mampu diterima oleh beberapa informan, tetapi ada baiknya apabila pesan itu disampaikan lebih explisit karena denganmenampilkan alam serta pesan yang disampaikan dengancara dinyanyikan, masyarakat perlu lebih mencerna lagi Promosi itu. Dan dari sebagian informan masih tidak setuju denganpenyampaian pesan kondom pada Promosi tersebut karena melegalkan seks bebas. Pada tiap-tiap adegan pun haruslah di masukan gambar terkait bagaimana ancaman dari HIV itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif.* Surabaya: Airlangga University Press.

Cristie et al. (2005). *Peace, Conflict and Violence*, Prentice Hall. Inc. New Jersey. USA

Efendy, Onong Uchjana. (2004). *Dinamika Komunikasi,* Bandung: PT. Remaja Rosekolah dasarakarya.

Franses dan Vriens, (2004).

Hadi, I.P. (1 januari 2008). *Penelitian khalayak dalam perspektif reception analysis.* SCRIPTURA, vol 21 (1), 1-7

Ibrahim, Idi Subandy dan Malik, Dedy Djamakuddin (ed.). (1997). *Ideologi Promosi dan Patologi Modernitas.* Yogyakarta: Bentang

Jefkins, frank. (1996). *Advertising (PerPromosian)*. Jakarta: Airlangga.

Kasali, Rhenald, (1993). *Manajemen PerPromosian Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2002). *Principle of Marketing,* Eleventh edition, Prentice-Hall International Inc., Englewood clifts, New Jersey

Lee, Monle & Johnson, Carla. (2005). *Prinsip-prinsip pokok perPromosian dalam perspektif global,* Jakarta: Prenada Media.

Sulaksana, Uyung. (2003). *Integrated marketing Communication: teks & Kasus.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

Widyatama, Rendra (2007). *Pengantar Periklananan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

Sri Sedyastuti. (20 Mei 1999). *Perterkaitan Lama Antar Media: Televisi vs Buku*, makalah disampaikan dalam seminar yang diselenggarakan pada Komunikasi Periklanan Indonesia di Jakarta.

AIDS indonesia. Kondom Si Pencegah HIV. (2007). 18 Mei 2008. http://www.aidsindonesia.or.id/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=1&id=58&Itemid=137

http://www.aidsindonesia.or.id/?page_id=21 (Mei 2010)

http://www.tabloidjubi.com: genosida masyarakat papua (2009)

http://www.tempointeraktif.com/hg/nusa_lainnya/2010/04/26/brk,20100426-243325,id.html (Mei 2010)

http://www.hampapua.com