

# VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK MENGURANGI STIGMA TERHADAP ORANG DENGAN HIV/AIDS DI KABUPATEN SIDOARJO

Aphief Tri Artanto,<sup>1</sup> Putra Alam Syarif<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
E-mail: [aphief.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:aphief.dkv@upnjatim.ac.id)

## ABSTRAK

*Acquired Immunodeficiency Syndrome (AIDS)* adalah infeksi yang disebabkan oleh Human Immunodeficiency Virus (HIV) yang dapat menyebabkan satu penyakit yang merusak sel-sel darah putih yang akhirnya akan merusak sistem kekebalan tubuh. Pengetahuan mengenai HIV dan AIDS yang tersebar di masyarakat terbilang masih rancu, terdapat beberapa kesalahan pengetahuan terhadap HIV terutama pada metode penularannya. Kesalahan pemahaman tersebut menimbulkan stigma pada yang dialami oleh orang dengan HIV/AIDS (ODHA). Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberi edukasi kepada masyarakat terutama Kabupaten Sidoarjo terhadap stigma yang dialami oleh ODHA. Perancangan ini menggunakan dua tahapan metode, yakni tahap persiapan dan tahap perancangan. Dalam tahap persiapan dilakukan metode pengumpulan data dan analisis data, sedangkan pada tahap penciptaan mencakup pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dua metode tersebut akhirnya menghasilkan konsep desain berupa keyword “Kita Semua Sama”, yakni seruan kepada masyarakat bahwa semua orang adalah sama, entah itu ODHA atau orang normal pada umumnya. Keyword tersebut menjadi acuan pembuatan video iklan layanan masyarakat untuk mengurangi stigma terhadap ODHA.

**Kata kunci:** HIV/AIDS, ODHA, stigma, ILM

## ABSTRACT

*Public Service Announcement Videos to Reduce Stigma of People Living With Hiv / Aids in Sidoarjo District.* Acquired Immunodeficiency Syndrome (AIDS) is an infection caused by the Human Immunodeficiency Virus (HIV), which can cause a disease that destroys white blood cells, which ultimately destroys the immune system. Knowledge about HIV and AIDS that is spread in society is still confused. There are some misunderstandings about HIV, especially in the transmission method. This misunderstanding creates a stigma experienced by people living with HIV / AIDS (PLWHA). This design aims to educate the community, especially in Sidoarjo Regency, about the stigma experienced by PLWHA. This design uses two stages of the method: the preparation and design stages. In the preparation stage, data collection and data analysis methods are carried out, while the creation stage includes pre-production, production and post-production. The two methods eventually resulted in a design concept in the keyword "We are All the Same", which appeals to the public that everyone is the same, whether it's PLWHA or normal people in general. These keywords are used as a reference for making public service advertisement videos to reduce the stigma faced by PLWHA.

**Keywords:** HIV/AIDS, PLWA, stigma, PSA

## 1. Pendahuluan

*Human Immunodeficiency Virus* (HIV) dan *Acquired Immunodeficiency Syndrome* (AIDS) adalah salah satu wabah yang menjadi tantangan seluruh masyarakat di seluruh dunia (Tanga et al., 2017). AIDS pertama kali dikemukakan pada Juni 1981 oleh Morbidity dan Mortality Weekly Report (Pepin, 2012). AIDS adalah infeksi yang disebabkan oleh HIV yang dapat menyebabkan satu penyakit yang merusak sel-sel darah putih yang akhirnya akan merusak sistem kekebalan tubuh (Ersha & Ahmad, 2018).

Virus HIV dapat masuk ke tubuh manusia melalui beberapa perantara seperti darah, semen, dan sekret vagina (Ersha & Ahmad, 2018). Berdasarkan data dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia (dalam Lumintang, 2010) tentang perkembangan HIV dan AIDS di Indonesia, sejak 2010 dinyatakan bahwa metode penularan yang paling marak ditemukan adalah melalui hubungan heteroseksual (52,7%), Penasun (38,3%), homoseksual (3,0%), dan perinatal (2,6%). Perubahan ini akhirnya memengaruhi strategi pencegahan penularan HIV dan AIDS di Indonesia, lebih khususnya di RSUD Dr. Soetomo Surabaya. Perubahan metode yang cukup drastis ini tidak menutup kewaspadaan hanya pada pelaku heteroseksual saja, melainkan tetap memerhatikan metode pengahan pada kalangan yang beresiko tinggi lainnya.

Menurut data dari salah satu organisasi global yang menjadi pendukung utama terhadap epidemi HIV dan AIDS, The Joint United Nations Programme on HIV and AIDS (UNAIDS) (2019) menjelaskan bahwa Indonesia berada pada peringkat ke tiga dengan pertumbuhan kasus HIV dan AIDS tercepat di Asia-Pasifik setelah India dan Cina, dengan estimasi angka kejadian infeksi mencapai 46.000 kasus baru dalam satu tahun. HIV sudah menyebar di 386 Kabupaten dan Kota di seluruh Provinsi di Indonesia (Ersha & Ahmad, 2018). Ditjen P2P, Kemenkes RI menunjukkan bahwa jumlah kumulatif kasus HIV/AIDS di Indonesia sudah mencapai angka 466.859 kasus yang terdiri dari 349.882 HIV dan 116.977 AIDS. Di kutip dari artikel yang sama dijelaskan bahwa

terdapat lima provinsi dengan penderita HIV/AIDS tertinggi yaitu: DKI Jakarta dengan 62.108 kasus, Jawa Timur dengan 51.990 kasus, Jawa Barat dengan 36.853 kasus, Papua dengan 34.473 kasus, dan yang terakhir Jawa Tengah dengan 30.257 kasus.

Kabupaten Sidoarjo yang terletak di provinsi Jawa Timur termasuk salah satu Kota/Kabupaten dengan kasus HIV/AIDS terbanyak di Jawa Timur. Secara kumulatif, kasus HIV/AIDS di Sidoarjo menyentuh angka 2.948 kasus sejak pertama kali di temukannya pada tahun 2001 hingga akhir tahun 2018. Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Sidoarjo No.3 Tahun 2017 mengatakan bahwa Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur dengan perkembangan kasus HIV dan AIDS yang mulai memperhatikan. Penyebaran kasus HIV dan AIDS di Sidoarjo mengalami peningkatan yang cukup drastis, dengan area penyebarannya yang makin meluas. Menurut Sekertaris Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Sidoarjo, dr M. Ato'Ilah, sejak tahun 2001 sampai 2019, jumlah penderita kasus HIV dan AIDS di Sidoarjo secara kumulatif sebanyak 3.158 kasus. Bahkan pada tahun 2019 ini, sejak Bulan Januari sampai Agustus terdapat 347 kasus HIV dan AIDS dengan subjek baru.

Masalah lain timbul dalam permasalahan HIV dan AIDS. Sejak awal munculnya HIV dan AIDS, respon terhadap HIV dan AIDS seperti penolakan, ketakutan, stigma, dan diskriminasi terhadap Orang Dengan HIV dan AIDS (ODHA) mulai banyak berkembang (Situmeang et al., 2017). Stigma menjadi hambatan utama dalam pencegahan, perawatan, pengobatan, dan dukungan terhadap ODHA. Hal ini akhirnya menyebabkan kecenderungan untuk kurang ingin melakukan pemeriksaan HIV dan kurang ingin atau menunda untuk mengungkapkan status HIV kepada pasangan.

Pada lingkungan masyarakat, stigma terhadap ODHA memiliki dampak yang sangat besar (Situmeang et al., 2017). ODHA yang tidak sadar bahwa dia memiliki HIV atau AIDS akan merasa takut untuk melakukan tes HIV, karena jika

hasilnya terungkap maka mereka akan dikucilkan. Stigma pada ODHA secara umum banyak terjadi di kalangan remaja. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan tentang HIV dan AIDS. Kurangnya pengetahuan ini lebih condong ke mekanisme penularan HIV yang akhirnya akan berdampak pada ketakutan terhadap ODHA dan menyebabkan penolakan terhadap ODHA.

Perilaku kesehatan dipengaruhi oleh faktor predisposisi, faktor pendukung dan faktor pendorong (Zeth et al, 2010). Faktor predisposisi adalah pengetahuan, sikap, dan kepercayaan, tradisi, dan nilai budaya. Terdapat beberapa strategi dan pendekatan yang bisa digunakan untuk mengkondisikan faktor ini seperti komunikasi dan dinamika kelompok. Faktor pendukung berupa sumber dan fasilitas yang memadai tersebut harus dimulai dan dikembangkan dari masyarakat itu sendiri, sedangkan faktor pendorong adalah sikap dan perilaku.

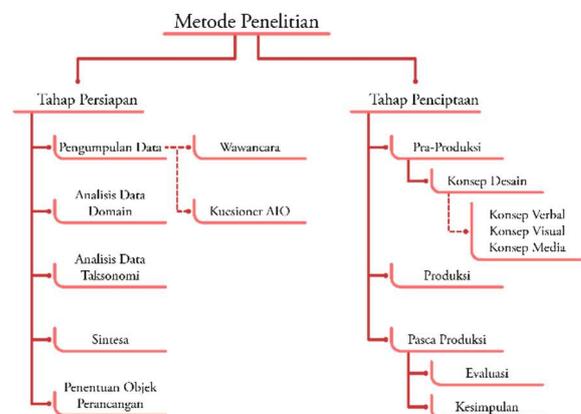
Perancangan ini akan bekerjasama dengan salah satu lembaga yang secara langsung menanggulangi kasus HIV dan AIDS di Kabupaten Sidoarjo. Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Kabupaten Sidoarjo adalah lembaga pemerintahan yang bertujuan untuk meningkatkan upaya pencegahan, pengendalian, dan penanggulangan kasus HIV dan AIDS di Kabupaten Sidoarjo. Sebagai lembaga pemerintahan yang menangani langsung kasus HIV dan AIDS di Kabupaten Sidoarjo, KPA telah melakukan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk mencegah dan menanggulangi terjadinya kasus. Beberapa kegiatan yang dilakukan KPA tiap tahunnya adalah melakukan sosialisasi pada sekolah-sekolah setara SMA di Kabupaten Sidoarjo dan sosialisasi bersama Warga Peduli AIDS. Dengan adanya kegiatan-kegiatan tahunan tersebut, perancangan ini memiliki wadah yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara langsung kepada masyarakat.

Pengetahuan mengenai HIV dan AIDS yang tersebar di masyarakat terbilang masih rancu, terdapat beberapa kesalahan pengetahuan terhadap HIV terutama pada penularannya. Informasi yang

menjelaskan tentang HIV dan AIDS hanya berupa rumor yang tersebar dari mulut ke mulut yang mudah sekali disalah tafsirkan. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pernah membuat beberapa iklan layanan masyarakat mengenai HIV dan AIDS yang ditayangkan di media TV pada tahun 2012, namun pada iklan tersebut hanya memberikan pesan untuk tidak melakukan seks bebas dan menjauhi narkoba agar terhindar dari HIV dan AIDS.

Kurangnya peran media yang menjelaskan mengenai HIV dan AIDS ini dipercaya sebagai salah satu penyebab salahnya pemahaman masyarakat mengenai epidemi ini. Oleh karena itu perlu adanya informasi melalui media visual yang mampu menjelaskan secara spesifik mengenai HIV dan AIDS, serta memberikan pesan tambahan berupa upaya untuk menghentikan stigma yang dialami oleh ODHA.

Video dipilih sebagai media yang tepat karena video merupakan media yang dapat memberikan pesan melalui tayangan secara visual yang kita lihat dan audio yang kita dengar, selain itu, media video memiliki banyak pilihan peron yang dapat dimanfaatkan (Ginjar Angga W & Abdillah, 2017). Oleh karena itu, media video iklan layanan masyarakat (ILM) yang merupakan pesan prososial yang dibuat dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan kesadaran atau memberi pengaruh untuk merubah sikap atau perilaku terhadap suatu masalah atau sebab tertentu (Fulton, 2014) dipilih selain untuk menarik perhatian audiens, juga untuk memudahkan audiens dalam memahami pesan.



Gambar 1. Metode Penelitian  
(Sumber: Dokumentasi Perancang, 2021)

## 2. Metode

Pada perancangan ini menggunakan dua tahapan metode yaitu tahap persiapan dan tahap penciptaan. Tahap persiapan terdiri dari pengumpulan data, analisis data, sintesa dan penentuan objek perancangan. Selanjutnya tahap penciptaan terdiri dari tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.

### Tahap Persiapan

**Pengumpulan Data.** Pada tahap ini digunakan metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif demi menghasilkan data yang valid. Metode kualitatif didapat dari hasil wawancara mendalam, sedangkan metode kuantitatif didapat dari hasil kuisisioner AIO. Kedua metode ini memiliki tujuan masing-masing yakni untuk mencari informasi mengenai epidemi HIV/AIDS di Kabupaten Sidoarjo dan stigma yang diderita oleh ODHA, juga untuk mencari informasi yang berkaitan dengan video

Metode wawancara mendalam dilakukan pada staff dari KPA Kabupaten Sidoarjo. Wawancara mendalam dilakukan dengan dengan Erni Ratnawati, S.Pd., dan Dimas Syantafaton, S.Kep.,Ners. yang merupakan staff ahli KPA Kabupaten Sidoarjo yang telah menangani kasus HIV/AIDS di Kabupaten Sidoarjo sejak KPA Kabupaten Sidoarjo pertamakali didirikan tahun 2006. Sesi wawancara mendalam ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai epidemi HIV/AIDS yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Hal lain yang didapat dari hasil wawancara mendalam ini yakni kondisi ODHA dalam kehidupan sosial dan stigma yang terjadi pada ODHA.

Metode kuantitatif yang digunakan yakni menggunakan teknik kuisisioner AIO. Metode pengumpulan data dengan teknik penyebaran kuisisioner AIO memiliki tujuan untuk melihat dan menentukan karakteristik dari target segmen. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner tersebut dapat menjadi strategi pendekatan media kepada target audiens.

**Analisis Data.** Proses analisis data pada perancangan ini menggunakan dua metode, yakni

metode analisis domain dan metode analisis taksonomi. Analisis domain dilakukan untuk memperoleh gambaran umum dan menyeluruh mengenai situasi sosial dari obyek penelitian. Dalam analisis ini, informasi yang diperoleh belum mendalam, namun sudah menemukan domain-domain dari situasi sosial yang menjadi fokus dalam perancangan ini (Sugiyono, 2012). Analisis taksonomi adalah tahap selanjutnya setelah Analisis Domain. Domain yang sudah dipilih perlu diperdalam melalui pengumpulan data di lapangan. Pengumpulan data dilakukan secara konstan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Sugiyono, 2012).

**Sintesa.** Sintesa merupakan kesimpulan atau hasil dari analisis data. Sintesa sangat berkaitan dengan *keyword* dan konsep desain. Proses pencarian *keyword* akan lebih mudah dengan adanya proses sintesa.

**Penentuan Objek Perancangan.** Objek perancangan yang akan dibuat adalah video ILM yang bertujuan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat Kabupaten Sidoarjo mengenai epidemi HIV/AIDS. Video ILM disini juga bertujuan untuk menunjukkan kondisi ODHA dan mengajak masyarakat Kabupaten Sidoarjo untuk mengurangi stigma terhadap ODHA.

### Tahap Penciptaan

**Pra Produksi.** Pada tahap pra produksi ini meliputi penyusunan konsep desain, yakni konsep verbal, konsep visual dan konsep media. Konsep desain akan dibuat sesuai dengan *keyword*. Pada tahapan ini juga akan muncul naskah. Dalam pembuatan naskah banyak hal yang harus diperhatikan, selain dari jalan cerita yang menarik, pemilihan dialog, pemilihan adegan, dan karakteristik pada tiap pemeran merupakan beberapa aspek yang dapat menarik perhatian audiens (Setyowati, 2017).

**Produksi.** Pada tahap produksi, perancang akan membuat desain untuk media perancangan. Perancang akan mulai melakukan pengambilan gambar hingga proses *editing*. Video yang dibuat memiliki beberapa alternatif gaya gambar hingga muncul *final project* yang sesuai dengan *keyword*.

**Pasca Produksi.** Pada tahap pasca produksi, perancang akan membuat kesimpulan dan evaluasi untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang ada pada perancangan ini, serta harapan untuk perancangan yang akan datang.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Target Audiens secara demografis adalah berusia 15-25 tahun, Unisex (Wanita dan pria), berperan sebagai siswa SMA, pengguna narkoba suntik, dan pasangan suami-istri. Secara geografis berada di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Dan secara psikografis memiliki rasa keingintahuan yang tinggi terhadap masalah sosial di sekitarnya, memiliki jiwa sosial yang tinggi, memiliki kebiasaan untuk membagikan informasi, aktif dalam menggunakan media sosial.

#### Tahap Persiapan

Wawancara dilakukan dengan narasumber Erni Ratnawati, S.Pd. dan Dimas Syantafaton, S.Kep., Ners. (Staff ahli Komisi Penanggulangan HIV/AIDS Kabupaten Sidoarjo). Hasil wawancara mendalam dengan staff ahli KPA Kabupaten Sidoarjo tersebut dapat disimpulkan sampai saat ini masih sering ditemui kasus HIV dan AIDS di Kabupaten Sidoarjo. Metode penularan HIV dan AIDS yang sering ditemui di Kabupaten Sidoarjo saat ini adalah dari hubungan seksual, terutama pada kelompok beresiko homoseksual. Kebanyakan kasus HIV dan AIDS yang ditemukan terdapat pada usia produktif, yaitu 20-50 tahun. Usia remaja, yang mana adalah siswa SMA juga sering didapati memiliki virus HIV didalam tubuhnya. Hal ini dipercaya karena pergaulan bebas dari kalangan remaja yang mengantarkan para siswa SMA ini pada hubungan seksual, tidak hanya heteroseksual, namun juga homoseksual.

Stigma yang terjadi di Kabupaten Sidoarjo terhadap ODHA juga masih banyak ditemui. Stigma dan diskriminasi ini banyak timbul karena ketidak tahuan atau kesalah pahaman informasi yang beredar dimasyarakat mengenai metode penularan HIV dan AIDS. Stigma dan diskriminasi yang dialami oleh ODHA, dapat

berpengaruh pada kondisi kesehatan ODHA, karena makin menurunnya sistem imun yang dimiliki oleh ODHA. Saat ini di Kabupaten Sidoarjo, stigma yang sering ditemui terhadap ODHA adalah masyarakat mulai menghubungkan terjangkitnya seseorang yang memiliki virus HIV di dalam tubuhnya dengan kelompok beresiko.

Pengumpulan data dengan kuisioner AIO melibatkan 100 responden dengan kriteria responden unisex dengan rentang usia 15-25 tahun. Hasil dari kuesioner ini terbagi dalam tiga kategori yakni *activity* (aktifitas), *interest* (ketertarikan), dan *opinion* (opini). Pembagian ketiga kategori ini dapat mempermudah perancang dalam membuat strategi pendekatan untuk video ILM yang akan dibuat.

Hasil yang didapat dari poin *activity* menjelaskan bahwa audiens adalah orang yang sering melakukan aktifitas di luar ruangan (67%), aktif menggunakan media sosial (93%), bukan orang yang sering menghabiskan waktu di *mall* (55%), aktif dalam suatu komunitas (73%), sering menghabiskan waktu bersama teman (82%). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa audiens lebih sering menghabiskan waktu diluar ruangan bersama teman.

Pada poin *interest* hasil yang didapat adalah audiens lebih tertarik dengan konten di media sosial daripada di TV (87%), memiliki ketertarikan pada film dengan *genre* drama (48%), sering membagikan informasi (86%), lebih mementingkan kepentingan orang lain daripada kepentingan pribadi (78%), tertarik dengan kejadian atau masalah sosial yang ada di masyarakat (89%), tidak memandang jenis kelamin dalam pertemanan (95%), dan bersedia menolong orang walaupun bukan orang yang dikenal (89%). Kesimpulan dari poin *interest* ini adalah audiens merupakan orang dengan memiliki jiwa sosial tinggi. Hal tersebut dapat terlihat dari pernyataan bahwa audiens lebih mementingkan kepentingan orang lain daripada kepentingan pribadi dan segan untuk menolong orang lain, walaupun orang yang tidak dikenalnya.

Poin terakhir yakni *opinion* yang menjelaskan bahwa audiens merupakan orang aktif (38%) dan

percaya diri (22%), suka menonton video (75%), lebih mementingkan isi pesan daripada tampilan (65%), tidak masalah berteman dengan ODHA (64%), belum mengerti metode penularan HIV/AIDS selain dari hubungan seksual dan penggunaan narkoba suntik secara bergantian (72%), percaya bahwa minum dari wadah yang sama dengan ODHA dapat menularkan HIV/AIDS (41%), dan percaya bahwa HIV/AIDS dapat menular melalui ASI (74%). Dari hasil tersebut, dapat dilihat bahwa audiens merupakan orang yang aktif dalam lingkungan sosial, namun masih banyak kekeliruan akan metode penularan HIV/AIDS.

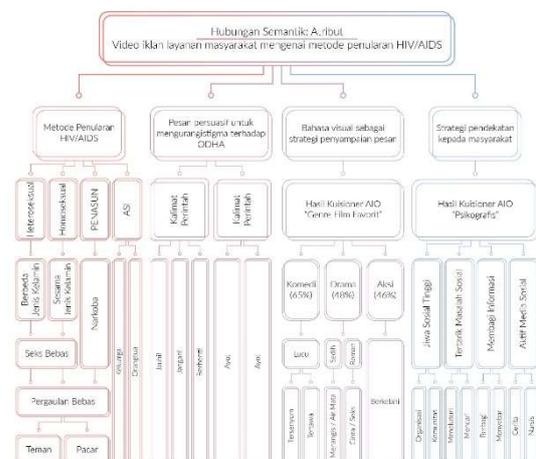
Data selanjutnya dianalisis menggunakan metode domain dan metode taksonomi, yaitu sebagai berikut: **Metode Penelitian Domain**, Hubungan semantik “Sebab” dari domain “Stigma terhadap ODHA,” yaitu (1) munculnya epidemi HIV/AIDS; (2) Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai epidemi HIV/AIDS; (3) dan kurangnya media yang mengedukasi masyarakat tentang metode penularan HIV/AIDS. Hubungan semantik “Rasional” dari domain “Pembuatan media edukasi mengenai metode penularan HIV/AIDS melalui media video iklan layanan masyarakat,” yaitu: (1) stigma terhadap ODHA; (2) diskriminasi terhadap ODHA; (3) peningkatan kasus terhadap epidemi HIV/AIDS. Selanjutnya hubungan semantik “Urutan” dengan domain “Pembuatan video iklan layanan masyarakat mengenai metode penularan HIV/AIDS,” yaitu (1) pencarian data terkait metode penularan HIV/AIDS; (2) pencarian data terkait stigma terhadap ODHA; (3) penentuan strategi pendekatan kepada audiens; (4) pembuatan video iklan layanan masyarakat; dan (5) penyebaran video iklan layanan masyarakat.

Hubungan semantik “Jenis” dengan domain “Metode penularan HIV/AIDS,” yaitu Heteroseks, Homoseks, Penasun, dan ASI. Hubungan semantik “Tempat” dengan domain “Penanganan HIV/AIDS,” yaitu (1) Komisi Penanggulangan AIDS Kabupaten Sidoarjo; (2) RSUD Kabupaten Sidoarjo; (3) Puskesmas dengan klinik PDP; dan (4) LSM yang bekerjasama

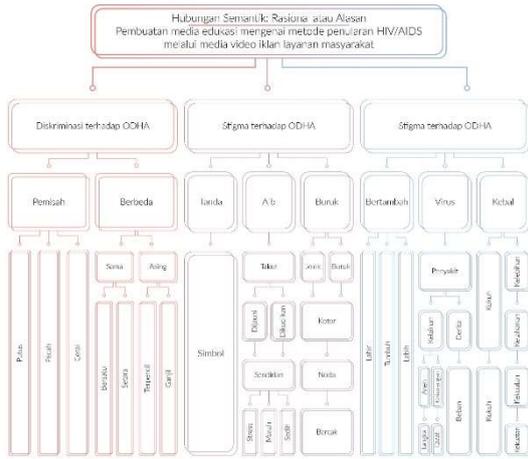
dengan KPA.

Hubungan semantik “Cara” dengan domain “Mengurangi stigma terhadap ODHA,” yaitu (1) memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai metode penularan HIV/AIDS melalui penyuluhan tatap muka dengan orang yang memiliki stigma terhadap ODHA dan (2) memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai metode penularan HIV/AIDS melalui media cetak dan digital. Hubungan semantik “Fungsi” dengan domain “Media edukasi berupa video iklan layanan masyarakat mengenai metode penularan HIV/AIDS,” yaitu mengurangi stigma terhadap ODHA dan memberi wawasan kepada masyarakat mengenai metode penularan HIV/AIDS. Hubungan semantik “Atribut” dengan domain “Video iklan layanan masyarakat mengenai metode penularan HIV/AIDS,” yaitu (1) metode penularan HIV/AIDS; (2) pesan persuasif untuk mengurangi stigma terhadap ODHA; (3) bahasa visual sebagai strategi penyampaian pesan; dan (4) strategi pendekatan kepada masyarakat. Terakhir, hubungan semantik “Ruang” dari domain “Penyebaran video iklan layanan masyarakat mengenai metode penularan HIV/AIDS,” yaitu media sosial dari pihak yang menangani HIV/AIDS dan videotron di perempatan lampu lalu lintas dekat alun-alun Sidoarjo.

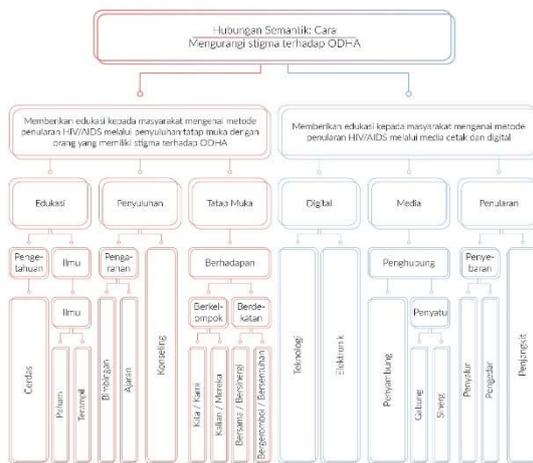
## Metode Penelitian Taksonomi



Gambar 2. Metode Penelitian Taksonomi “Atribut”  
(Sumber: Dokumentasi Perancang, 2021)



Gambar 3. Metode Penelitian Taksonomi “Rasional” (Sumber: Dokumentasi Perancang, 2021)



Gambar 4. Metode Penelitian Taksonomi “Cara” (Sumber: Dokumentasi Perancang, 2021)

**Sintesa**

Kesimpulan yang dapat diambil dari data-data yang dikumpulkan di Kabupaten Sidoarjo banyak ditemukan ODHA dari kalangan usia produktif, yaitu pada rentang usia 20-50 tahun. Kasus HIV dan AIDS di Kabupaten Sidoarjo juga sering ditemukan pada usia remaja, hal ini dipercaya karena pengaruh pergaulan bebas. Banyak pula ditemui kasus baru dari kasus hubungan seksual, terutama dari kelompok beresiko homoseksual, yaitu hubungan laki-laki suka laki-laki (LSL).

Selain itu, kasus meninggalnya ODHA sering

dipengaruhi oleh stigma dan diskriminasi yang dialaminya. ODHA yang mengalami stress, selain sistem imun tubuhnya yang menurun akibat virus HIV di dalam tubuhnya, stress yang dialami akan memperburuk kondisi tubuh sehingga sekali ODHA terjangkit penyakit, penyakit tersebut tidak akan bisa sembuh. Hal inilah yang akan menjadi pesan utama dalam perancangan ini.

Agar perancangan ini tepat sasaran maka segala konsep desain dan media akan disesuaikan dengan kebiasaan audiens. Konten video ILM akan dibuat dengan menggunakan beberapa subjek dengan latar belakang yang berbeda-beda sebagai penarik perhatian dari kalangan. Hal ini akan memberi tanda bahwa, HIV dan AIDS dapat menjangkit siapa saja tidak peduli dari kalangan manapun dan berapapun usianya. Bahasa visual yang akan digunakan pada perancangan ini akan terfokus pada penekanan pesan untuk membuat suasana suram. Hal ini bertujuan untuk memberi pesan bahwa stigma yang ditimbulkan dari epidemi HIV dan AIDS dapat membuat ODHA kehilangan status sosial di masyarakat dan dikucilkan dari masyarakat.

**Objek Perancangan**

Perancangan ini menggunakan media video ILM yang memberikan pesan persuasif kepada audiens untuk mulai mengurangi stigma yang terjadi pada ODHA. Video ILM yang dibuat akan terbagi menjadi tiga episode yang masing-masingnya memiliki pesan tersendiri. Isi dari episode pertama dan kedua pada video ILM ini nantinya akan memberikan gambaran metode penularan HIV/AIDS yang paling sering ditemui di Kabupaten Sidoarjo yakni hubungan seksual dan PENASUN, hingga akibat dari stigma yang dialami ODHA. Berbeda dengan episode sebelumnya, pesan yang disampaikan pada episode ketiga video ILM ini nantinya akan langsung mengarah pada stigma yang dialami oleh ODHA hingga ajakan kepada audiens untuk ikut membantu mengurangi stigma terhadap ODHA.

**Tahap Penciptaan**

**Pra Produksi** (konsep desain, konsep media, konsep verbal, dan konsep visual). Pada tahap

konsep desain, hal yang dilakukan adalah pencarian *keyword*. Setelah melalui beberapa alur pen-carian *keyword*, dipilihlah *keyword* yang tepat untuk perancangan yaitu “Kita Semua Sama”. *Keyword* tersebut memiliki makna yaitu suatu kalimat pernyataan bahwa kita, komunikator, komunikan, orang lain tanpa terkecuali adalah sama dan seharusnya mendapat hak yang sama juga. Ketiga kata yang menjadi *keyword* dalam perancangan ini didapat dari analisis taksonomi dari tiga domain yang sudah dipilih, yaitu: cara, rasional, dan atribut. Dengan adanya *keyword* tersebut dapat membantu dalam merancang konsep video ILM yang akan dibuat.

**Konsep Media.** Pada perancangan ini akan menghasilkan Media utama pada perancangan ini berupa video iklan layanan masyarakat yang nantinya akan digunakan oleh KPA Kabupaten Sidoarjo dan LSM yang bekerjasama dengannya ketika melakukan sosialisasi dan juga untuk diunggah pada media sosial untuk mencakup audiens yang lebih luas. Video ILM pada perancangan ini akan memiliki durasi 60 detik pada episode pertama dan kedua, sedangkan akan berdurasi sedikit lebih lama pada episode ketiga dengan maksud untuk menjelaskan secara utuh pesan yang disampaikan dari ketiga video ILM pada perancangan ini.

Video ILM pada perancangan ini juga akan menggunakan bantuan teks yang muncul pada video dalam metode penyampaian pesannya untuk mendukung pesan yang ditampilkan. Narasi yang digunakan pada episode satu dan dua akan berfokus pada masing-masing permasalahan utama pada tiap episode, yaitu sex dan PENASUN. Pada episode tiga, narasi yang digunakan akan langsung terfokus pada stigma yang dirasakan oleh ODHA sehingga dapat melengkapi pesan-pesan pada episode satu dan dua. Konsep media dalam perancangan ini secara sistematis, adalah sebagai berikut: (1) Video ILM yang dibuat terbagi menjadi tiga episode yang masing-masing membahas tentang sex bebas, narkoba, dan stigma; (2) Video ILM berjudul “Kita Semua Sama” dengan sub-judul yang berbeda pada tiap episodenya yakni “Sex” untuk episode pertama,

“Narkoba” untuk episode kedua, dan “Stigma” untuk episode ketiga; (3) Video ILM akan berdurasi satu menit untuk episode satu dan dua, sedangkan pada episode ketiga akan berdurasi lebih panjang namun tidak lebih dari dua menit; (4) Resolusi video yang digunakan untuk ILM ini adalah *Full HD* 1920x1080, dimana resolusi ini adalah resolusi yang paling sering digunakan oleh peron-peron media yang mampu menampilkan video; (5) Berisi informasi mengenai metode penularan HIV/AIDS melalui sex bebas dan PENASUN, juga memberi gambaran kepada audiens tentang kondisi ODHA karena stigma yang didapat; dan (6) Publikasi video ILM akan dilakukan di media sosial KPA Kabupaten Sidoarjo dan ILM yang bekerjasama dengannya, selain itu juga dapat digunakan sebagai media pendukung ketika KPA Kabupaten Sidoarjo sedang melakukan kampanye sosial.

**Konsep Verbal.** Pada perancangan ini akan menghasilkan 3 video ILM yang berdurasi kurang dari satu menit. Ketika video ILM pada perancangan ini akan menggunakan genre *slice of life*, yakni genre atau pendekatan alur yang mengacu pada hal-hal umum yang sering dijumpai. Pesan utama pada video ILM ini adalah untuk mengajak audiens untuk menghentikan stigma yang timbul pada ODHA. Stigma yang dimaksud akan tertuju pada “apa yang menyebabkan karakter menjadi ODHA?” bukan “siapa ODHA?”, maksudnya adalah fokus pesan akan tertuju pada hal-hal yang dapat menyebabkan orang dapat terjangkit HIV/AIDS. Pada tiap video ILM akan berisikan pesan yang berbeda. Pada video pertama akan terfokus pada metode penularan sex dan episode kedua pada metode penularan PENASUN.

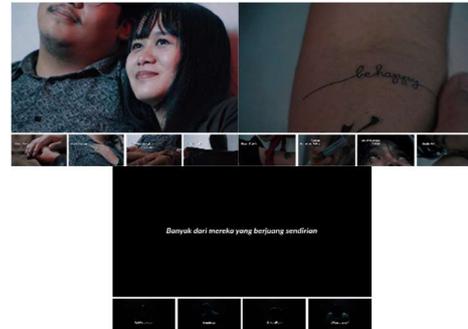
Video ILM untuk mengurangi stigma terhadap ODHA di Kabupaten Sidoarjo ini akan menggunakan gaya bahasa Indonesia yang ringan dan tidak formal dengan tujuan agar mudah dipahami oleh target audiens. Kemudian, gaya gambar yang digunakan akan terkesan gelap untuk menunjukkan emosi dari ODHA yang terpuruk karena stigma. Video ILM ini juga ditambah dengan adanya kata-kata persuasif untuk mengajak audiens ikut mengurangi stigma terhadap ODHA dan juga informasi mengenai apa itu HIV/AIDS.

Iklan layanan masyarakat ini bercerita tentang sex bebas dan narkoba yang mana adalah metode penularan virus HIV. Terjangkitnya seseorang oleh virus HIV dapat menimbulkan stigma yang membuat ODHA tersingkir dari masyarakat sosial. Tidak berhenti disitu, ILM ini akan memberikan satu solusi yang dapat dilakukan setiap orang untuk menghentikan penderitaan ODHA dari stigma yang didapat.

**Konsep Visual** meliputi layout, tipografi, dan warna. Layout dalam video ILM perancangan ini akan memfokuskan karakter sebisa mungkin berada pada tengah frame untuk membuat mata audiens tetap tepat berada pada satu titik. Hal ini akan memudahkan audiens untuk menangkap pesan dari video ILM tersebut dan tidak membingungkan audiens karena titik fokus yang selalu berpindah. Tipografi yang akan digunakan pada video ILM perancangan ini akan menggunakan acuan dasar dari pita yang menjadi simbol internasional untuk melambangkan epidemi HIV/AIDS. Tipografi yang digunakan memiliki karakteristik memiliki lekungan pada satu sisi dan tajam di sisi lain, hal ini didapat dari proses penyederhanaan pita simbol HIV/AIDS. Penggunaan tipografi pada perancangan ini nantinya akan digunakan pada informasi yang ditampilkan pada video. Aspek keterbacaan sangat diperhitungkan dalam penggunaan tipografi ini akan sangat mempengaruhi pesan yang ingin disampaikan (Setiasih, 2019). Warna yang akan digunakan pada video ILM perancangan ini akan memadukan warna oranye merupakan simbol dari optimis, percaya diri, dan kemampuan bersosial yang didasari dari studi literasi, dan turunan warna merah sebagai aksan yang diambil dari warna iconic dari HIV/AIDS. Pengertian optimis, percaya diri, dan kemampuan bersosial pada pemaknaan warna ini bertujuan untuk memberikan kesan bahwa setiap orang harus dapat optimis dan percaya diri untuk bisa menghilangkan stigma. Penggunaan warna tersebut searah dengan keyword yang digunakan dalam perancangan ini, yakni “Kita Semua Sama” dimana juga memiliki arti untuk menyamakan status sosial ODHA dan masyarakat lain.

## Tahap Produksi

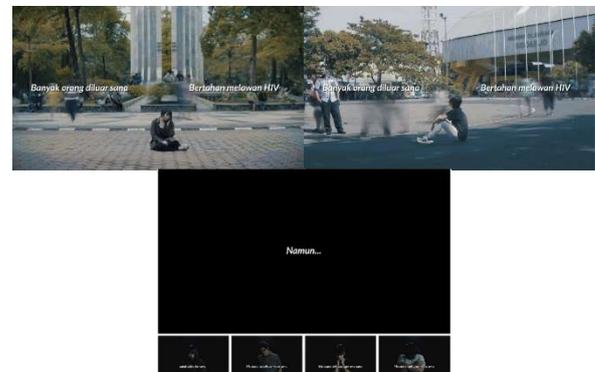
Tahap Produksi meliputi media utama dan media pendukung. **Media Utama**. Setelah menemukan konsep dan alur cerita, maka selanjutnya proses pengambilan gambar dan editing dilakukan mengikuti konsep yang telah ditentukan.



Gambar 5. Bagian Pembuka  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



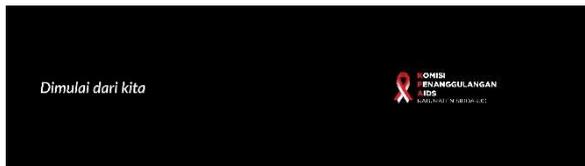
Gambar 6. Bagian Informasi  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



Gambar 7. Bagian Inti  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



Gambar 8. Bagian Penutup  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



Gambar 9. Bagian Pesan  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



Gambar 10. Kaos  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



Gambar 10. Poster  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



Gambar 11. X-Banner  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



Gambar 12. Ucapan Hari AIDS Sedunia 2020  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)



Gambar 13. Mug  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2021)

Media pendukung pada perancangan ini akan berfungsi selain untuk mendukung penyampaian pesan dari media utama, juga sebagai media pembantu KPA Kabupaten Sidoarjo saat melakukan sosialisasi.

#### 4. Kesimpulan

Video iklan layanan masyarakat yang mengusung stigma terhadap ODHA di Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu usaha untuk menghilangkan stigma terhadap ODHA yang beredar di masyarakat khususnya Kabupaten Sidoarjo. Video ILM ini mengangkat metode-metode penularan HIV/AIDS yang sering dijumpai di Kabupaten Sidoarjo, dan menunjukkan kepada audiens bahwa mereka juga manusia yang sama

seperti masyarakat pada umumnya. Untuk memperkuat konsep yang diusung dalam video ILM pada perancangan ini, perancang melakukan beberapa riset dan observasi, yang seluruh hasil riset tersebut menjadi dasar dalam pembuatan video ILM pada perancangan ini.

Perancangan ini memerlukan kajian mendalam dari berbagai analisis data dan juga proses berfikir kreatif yang menjadi landasan penyusunan konten ILM Kita Semua Sama. Metode riset yang dilakukan oleh perancang untuk menganalisa permasalahan antara lain melalui wawancara mendalam terhadap pihak KPA Kabupaten Sidoarjo dan kuesioner AIO terhadap masyarakat Kabupaten Sidoarjo dengan rentang usia 15-25 tahun. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat Kabupaten Sidoarjo yang masih memiliki stigma terhadap ODHA, terutama stigma terhadap metode penulatan HIV/AIDS.

Konsep yang diusung dari video ILM ini diambil dari hasil wawancara mendalam dan kuesioner AIO yang mengatakan bahwa stigma HIV/AIDS yang beredar di masyarakat adalah mengenai metode penularannya. Banyak orang yang belum paham akan apa saja metode penularan HIV/AIDS. Tidak hanya itu, banyak orang juga tidak mengetahui bahwa di balik HIV yang diderita ODHA, ODHA yang merasa dikucilkan juga merasakan depresi dan dapat mengancam kesehatan ODHA. Konsep yang didapat akhirnya menciptakan keyword yang dipakai pada perancangan yakni “Kita Semua Sama”, dimana memiliki arti bahwa semua orang entah itu ODHA atau bukan adalah manusia.

Video ILM ini masih memiliki kekurangan dalam hal pesan yang harus disampaikan karena masih banyak hal yang dapat menimbulkan stigma terhadap ODHA. Diharapkan untuk perancangan selanjutnya terdapat tema yang berkaitan dengan stigma terhadap ODHA dengan media dan pesan yang lebih mudah dipahami dan lebih efektif lagi.

#### Daftar Pustaka

Ersha, R. F., & Ahmad, A. (2018). Human Immunodeficiency Virus – Acquired

Immunodeficiency Syndrome dengan Sarkoma Kaposi. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 7(Supplement 3), 131. <https://doi.org/10.25077/jka.v7i0.875>

Fulton, L. A. (2014). *Information retention of audio based public service announcements: The impact of messages created using different production methods.* 1–21. <http://ezproxy.fiu.edu/login?url=https://search-proquest-com.ezproxy.fiu.edu/docview/1608998830?accountid=10901>

Ginjar Angga W, & Abdillah, F. (2017). Perancangan Promosi Wisata Bahari Pantai Menganti Kebumen. *Desain Komunikasi Visual*, 6–27. [http://repository.unpas.ac.id/26582/4/BAB II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/26582/4/BAB%20II.pdf)

Lumintang, H. (2010). *Cara Penularan HIV & AIDS Di Unit Perawatan Intermediate Penyakit Infeksi ( UPIPI ) RSUD Dr . Soetomo Surabaya.* 6, 1–5.

Pepin, J. (2012). The Origins of AIDS. In *International Journal of Health Care Quality Assurance* (Vol. 25, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/ijhcqa.2012.06225aaa.011>

Setiasih, N. W. (2019). Konsep Slamming Pada Anatomi Huruf Dan Tipografi Band Resume. *Journal of Urban Society's Arts*, 5(2), 94–101. <https://doi.org/10.24821/jousa.v5i2.2156>

Setyowati, L. R. (2017). Bahasa Visual dalam Sinetron Indonesia. *Journal of Urban Society's Arts*, 4(1), 19–28. <https://doi.org/10.24821/jousa.v4i1.1491>

Situmeang, B., Syarif, S., & Mahkota, R. (2017). Hubungan Pengetahuan HIV / AIDS dengan Stigma terhadap Orang dengan HIV / AIDS di Kalangan Remaja 15-19 Tahun di Indonesia (Analisis Data SDKI Tahun 2012). *Jurnal Epidemiologi Kesehatan Indonesia*, 1(2), 35–43. <http://dx.doi.org/10.7454/epidkes.v1i2.1803>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.*

Tanga, P. T., Khumalo, P., & Gutura, P. (2017). Three Decades of HIV/AIDS Pandemic:

Challenges Faced by Orphans in Tembisa, South Africa. *HIV/AIDS - Contemporary Challenges*. <https://doi.org/10.5772/66652>  
Zeth, A. H. M., Asdie, A. H., Mukti, A. G., & Mansoden, J. (2010). Perilaku dan risiko

penyakit HIV-AIDS di masyarakat Papua studi pengembangan model lokal kebijakan HIV-AIDS. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 13(04), 206–219.