

Peranan Komunikasi Pemasaran Sosial dalam Keberhasilan Kampanye Sosial : Studi Kasus Meningkatnya Penderita HIV/AIDS di Jakarta

Tasurruni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20185053&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam dua puluh tahun ini, kita telah menghadapi suatu penyakit yang paling mematikan di dunia, yaitu AIDS. Penyakit ini sangat ditakuti karena sampai saat ini, belum ada obat yang dapat mematikan virus HIV dengan ampuh. Kalaupun ada, harganya sangat mahal dan hanya menahan rasa sakit penderita. Telah banyak yang dilakukan oleh para ahli medis di seluruh dunia untuk mencari obat yang dapat menghambat pertumbuhan virus HIV. Sudah banyak pula lembaga-lembaga swadaya masyarakat yang ikut mengkampanyekan isu tentang peduli terhadap penyakit ini. Telah besar biaya yang dikeluarkan untuk menghambat lajunya jumlah penderita HIV/AIDS. Namun hasilnya belum menggembirakan. Di Indonesia sendiri, saat ini diperkirakan jumlah penderita virus HIV/AIDS sudah mencapai 1,3 juta jiwa. Karena itu sudah seharusnya kita ikut peduli terhadap penderitanya, termasuk berusaha menerima apa adanya di lingkungan kita. Upaya kampanye juga harus terus digalakkan agar jumlah korban AIDS tidak lebih besar. Perlu upaya kampanye yang kreatif untuk menarik perhatian masyarakat. Dari penelitian yang telah dilakukan dalam waktu kurang lebih 4 bulan, terungkap banyak hal yang dapat membantu pihak-pihak terkait yang ikut berkampanye. Penelitian, dilakukan melalui pengambilan data secara primer dan sekunder. Data primer diatnbil dari penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder sebagai landasan teori diperoleh dari buku dan internet. Responden yang berhasil dijangkau sebanyak 180 orang. Sebagian besar, adalah responden wanita. Responden yang dipilih adalah mereka yang masih duduk di bangku SLTP, SLTA, dan perguruan tinggi yang ada di Jakarta. Dilihat dari hasil penelitian, terungkap bahwa kampanye yang selama ini telah dilakukan, menurut mereka kurang menarik, sehingga jarang di antara mereka yang mau membaca kampanye sosial anti AIDS yang pernah mereka lihat. Menurut mereka, media kampanye yang paling menarik adalah film, sedangkan pilihan media cetak jatuh pada poster berwarna. Di Belanda, poster berwarna telah berperan dalam mengurangi pertumbuhan jumlah penderita HIV/AIDS. Pembuatan poster berwarna ini dibuat berseri setiap jangka waktu tertentu. Perlu banyak kreativitas tentunya dalam membuat poster ini. Segmentasi audiens yang ingin dicapai juga harus dipertimbangkan dalam melakukan kampanye. Misalnya dari segi gender. Karena cara pengolahan informasi antara lelaki dan perempuan juga berbeda. Kesimpulan utama yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa kampanye sosial yang selama ini telah dilakukan, baru berhasil menanamkan awareness di benak audiens, tapi belum berhasil merubah perilaku mereka menjadi lebih positif terutama kepada para penderita HIV/AIDS. Justru kampanye selama ini cenderung menakuti audiens. Karena itu, pembuatan kebijakan yang konsisten sangat diperlukan agar masalah AIDS ini dapat diatasi dengan cara yang tepat.