

STRATEGI KOMUNIKASI YAYASAN GAYA DEWATA DALAM SOSIALISASI LAYANAN VCT DI KALANGAN GAY

Dinna Rafika Silvia¹⁾, I Dewa Ayu Sugiatica Joni²⁾, Ni Kadek Dewi Pascarani³⁾

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: dinna_rafika@yahoo.com¹, idajoni11@gmail.com², dewi.pascarani@yahoo.com³

ABSTRAK

HIV / AIDS nowadays is a growing disease and a global problem that has swept the world since 1981. Gay is a vulnerable group to HIV / AIDS transmission. One of the active organizations in Bali in prevention of HIV / AIDS especially for gay community is Yayasan Gaya Dewata. This organization has been active in preventive action for twenty years. The vigorous activity at the Gaya Dewata Foundation is to socialize the Voluntary Counseling and Testing (VCT) services to reduce the HIV / AIDS transmission rate. To gain successful result from the target, preparation of communication strategy is very important thing to be done in order to achieve an objective of organization. Hence, this research aimed to figure out communication strategy of Yayasan Gaya Dewata in socializing Service Voluntary Counseling and Testing (VCT); thus, gay oriented people who's tend to close themselves, finally willing to do Voluntary Counseling and Testing (VCT). This research use qualitative research method using semi-structured interview data collection techniques, observation, and documentation study. Based on the findings in the field, it reflects that Yayasan Gaya Dewata uses several steps in formulating communication strategy before disseminating Voluntary Counseling and Testing (VCT) services, from knowing audiences, compiling messages, setting methods, to selecting media usage.

Keywords: Communication Strategy, HIV/AIDS, LGBT, Voluntary Counseling and Testing.

1. PENDAHULUAN

HIV/AIDS merupakan salah satu penyakit yang terus berkembang dan menjadi masalah global sejak pertama kali muncul tahun 1981. Terdapat tiga kalangan yang rentan terhadap penularan HIV/AIDS di antaranya adalah heteroseksual yang kerap berganti-ganti pasangan, pengguna narkoba dengan jarum suntik, dan homoseksual. Yang akan di bahas di dalam penelitian ini adalah homoseksual atau disebut dengan gay. *World Health Organisation* (WHO) menyatakan bahwa kaum gay dan transgender memiliki

resiko dua puluh kali lebih besar tertular penyakit HIV/AIDS dibandingkan dengan populasi normal.

Bali merupakan destinasi pariwisata dunia yang banyak dikunjungi turis lokal hingga mancanegara, banyak tempat wisata yang dapat dikunjungi sesuai dengan keinginan wisatawan, tak terkecuali tempat hiburan khusus kaum gay seperti hotel, villa, spa, bar, dan club malam. Dengan banyaknya gay yang berwisata dan tinggal di Bali di khawatirkan penularan HIV/AIDS melalui kalangan tersebut semakin meningkat, maka

dari itu perlu adanya perhatian yang lebih dari berbagai pihak di dalam mengatasi permasalahan ini. Salah satu organisasi yang aktif dalam pencegahan dan penanggulangan HIV/AIDS di kalangan Gay adalah Yayasan Gaya Dewata. Yayasan Gaya Dewata menjadi suatu lembaga sosial yang pertama di pulau Bali yang dijalankan oleh komunitas gay serta waria, dimana kegiatan yang gencar dilakukan adalah mensosialisasikan layanan *Voluntary Counseling and testing*.

Strategi komunikasi tentunya sangat dibutuhkan di dalam proses sosialisasi, strategi komunikasi pada hakikatnya adalah paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:301). Dalam memberikan sosialisasi VCT strategi komunikasi menjadi kunci dasar yang dibutuhkan Yayasan Gaya Dewata untuk pendekatan dan membentuk rasa nyaman dengan kalangan *gay* yang cenderung menutup diri sehingga lebih mudah untuk dijangkau. Yayasan Gaya Dewata harus mampu menuangkan strategi komunikasi yang terbaik agar penyebaran pesan dapat berlangsung secara efektif dan tepat sasaran, sehingga kaum *gay* lebih dini bersedia memeriksakan status HIV melalui VCT.

2. KAJIAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Effendy (2003:299) menyatakan, berhasil ataupun tidaknya sebuah kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi komunikasi ini adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan

manajemen (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Strategi komunikasi sendiri memiliki tujuan utama, Wayne Pace, Brant D Peterson, M.Dallas dalam Effendy (2004:32) mengemukakan bahwa tujuan yang utama dari strategi komunikasi tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *To Secure Understanding*: yaitu memberikan pengaruh pada komunikan melalui pesan-pesan yang akan disampaikan guna mencapai tujuan tertentu dari organisasi.
- 2) *To Establish Acceptance*: yaitu setelah komunikan menerima dan mengerti pesan-pesan yang disampaikan itu, pesan tersebut perlu dikukuhkan di benak komunikan agar menghasilkan *feedback* yang dapat mendukung pencapaian tujuan komunikasi.
- 3) *To Motive Action*: yaitu komunikasi selalu memberi pengertian yang diharapkan dapat mempengaruhi komunikan sesuai dengan keinginan dan tujuan komunikator.

Untuk mantapnya strategi komunikasi, oleh karena itu segala sesuatu harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban atas pertanyaan dalam rumus Lasswell, yakni sebagai berikut:
-*Who?* (Siapakah Komunikatornya?)

-*Says What?* (Pesan apa yang dinyatakan?)

-*In Which Channel?* (Media apa yang dipergunakan?)

-*To Whom?* (Siapa pelaku komunikannya?)

-*With What Effect?* (Efek apa yang diharapkan dan ditimbulkan?)(Effendy, 1986: 29- 30).

Sesuai dengan apa yang dirumuskan oleh Laswell, Arifin (1984: 73) menyatakan bahwa elemen yang harus diperhatikan di dalam merumuskan strategi komunikasi untuk dapat membuat strategi komunikasi dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti, yaitu:

1. Mengetahui khalayak
2. Menyusun pesan
3. Menetapkan metode
4. Menyeleksi penggunaan media

Gay

Gay merupakan kata ganti untuk menyebut perilaku seseorang yang homoseksual pada laki-laki. Homoseksual adalah ketertarikan seksual terhadap jenis kelamin yang sama (Feldman, 1990:359). Sebutan *gay* sering dipergunakan untuk menyebut pria yang memiliki kecenderungan menyukai sesama pria. Definisi *gay* sendiri merupakan lelaki yang memiliki orientasi seksual terhadap sesama lelaki (Duffy & Atwater, 2005:11). Michael dkk (Kendal, 1998: 81-82) mengidentifikasi tiga kriteria dalam menentukan seseorang itu *gay*, yakni sebagai berikut:

- a. Ketertarikan seksual terhadap orang yang memiliki kesamaan jenis kelamin dirinya.
- b. Keterlibatan seksual dengan satu orang atau lebih yang memiliki kesamaan jenis kelamin dengan dirinya.
- c. Mengidentifikasi diri sebagai seorang *gay*.

Sosialisasi Layanan Voluntary Counseling and Testing (VCT)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosialisasi berarti upaya untuk memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi lebih dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Menurut Dominick dalam Effendy (2003:31) sosialisasi adalah transmisi nilai-nilai (*transmission of values*) yang mengacu pada cara-cara dimana seseorang mengadopsi perilaku serta nilai-nilai yang ada dari suatu kelompok.

Banyak efek yang nantinya akan ditimbulkan dari sosialisasi ini salah satunya adalah efek kognitif. Efek kognitif tersebut berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung, menjadi jelas (Effendy, 2003: 31).

Menurut Sastraprateja (Nur, 2011:31) tujuan dari sosialisasi adalah memberikan tujuan sebagai proses sosial, yakni masyarakat dididik agar memahami, mengenal, serta menghargai, norma, dan nilai yang berlaku dalam masyarakat agar cara berpikir masyarakat berubah sehingga kebiasaan-kebiasaan hidup dapat juga berubah. Mengerti akan cara yang benar, sasaran yang hendak dicapai dan dapat merasakan secara emosional sehingga tingkah laku dapat dipengaruhi.

Di dalam praktiknya pelaku sosialisasi dapat dilakukan oleh pribadi, dalam artian perorangan secara pribadi. Selain itu dapat dilakukan oleh lembaga, baik lembaga pemerintah maupun lembaga swasta. (Aryateja, 2006:62). Sedangkan di dalam praktiknya sosialisasi dapat berwujud penyebaran informasi melalui beberapa cara

yakni melalui media massa, dan penyuluhan (Aryateja, 2006: 58).

Sosialisasi layanan *Voluntary Counseling and Testing* (VCT) yang dilakukan oleh Yayasan Gaya Dewata pada kalangan *gay* tentunya dilakukan untuk menyebarkan informasi tentang cara mencegah penularan virus serta diharapkan dapat berubah perilaku beresiko tertular HIV/AIDS. HIV/AIDS merupakan suatu penyakit yang hingga saat ini belum ditemukan obat untuk penyembuhannya, namun pencegahan HIV dapat dilakukan dengan secara lebih dini yakni dengan melakukan VCT.

Layanan VCT merupakan prosedur diskusi pembelajaran yang dilakukan oleh konselor seta klien untuk memahami apa itu HIV/AIDS juga resiko dan konsekuensi terhadap diri, pasangan, keluarga dan orang di sekitarnya dengan tujuan utama adalah perubahan perilaku ke arah perilaku yang lebih sehat dan lebih aman (Kemenkes RI, 2013). Konseling pada VCT adalah kegiatan konseling yang menyediakan dukungan informasi, psikologis, serta pengetahuan tentang HIV/AIDS, mencegah penularan HIV, mempromosikan perubahan perilaku yang lebih baik, memberikan info pengobatan *antiretroviral* dan memastikan pemecahan berbagai masalah terkait dengan HIV/AIDS yang bertujuan untuk perubahan perilaku lebih sehat dan lebih aman (Kemenkes RI, 2013).

Dalam pelaksanaannya VCT mempunyai tiga prinsip dasar diantaranya, klien datang dengan secara sukarela, diberikan layanan pre tes konseling, dan sukarela bersedia melakukan tes HIV atas kehendak diri sendiri tanpa paksaan ataupun

manipulasi) ditandai dengan *informed consent* yang ditandatangani oleh pasien yang akan melakukan VCT. Kemudian perbincangan klien dan konselor VCT serta hasil test HIV harus dirahasiakan, tidak diperbolehkan untuk dibocorkan dengan cara apapun itu kepada pihak lain, dan berorientasi pada klien serta menerapkan prinsip *Greater Involment of People with AIDS* (Komisi Penanggulangan AIDS, 2008).

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007:6).

Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian ini di dapatkan melalui sumber data primer yang di dapatkan melalui individu (perorangan) melalui wawancara dan observasi langsung dengan pihak-pihak terkait yang dapat memberikan informasi mengenai strategi komunikasi yang digunakan Yayasan Gaya Dewata dalam mensosialisasikan layanan VCT di kalangan *gay* seperti direktur yayasan dan konselor. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari literatur yang berhubungan dengan judul penelitian ini yakni buku, artikel, media online serta makalah.

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah organisasi yaitu Yayasan Gaya Dewata.

Teknik Penentuan Informan

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni teknik penentuan informan dengan cara memilih seseorang, dan melakukan pertimbangan tertentu agar sesuai dengan kriteria, dan mengetahui secara detail topik penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, teknik observasi, dan juga studi dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan cara mereduksi data, menyajikan data-data, serta penarikan kesimpulan serta verifikasi.

Teknik Penyajian Data

Penelitian ini disajikan secara naratif melalui deskripsi kata-kata.

1. HASIL PEMBAHASAN STRATEGI KOMUNIKASI YAYASAN GAYA DEWATA DALAM SOSIALISASI LAYANAN VCT DI KALANGAN GAY

Hasil temuan peneliti di lapangan sasaran khalayak dalam seluruh kegiatan termasuk sosialisasi layanan VCT adalah seluruh kalangan *gay*, LSL, dan yang berada di seluruh Bali, namun hanya terfokus pada Kabupaten Badung dan Buleleng, hal tersebut karena populasi *gay*, LSL paling banyak berada di Kabupaten Badung dan Buleleng.

Adanya sosialisasi layanan VCT, diharapkan dapat memberikan informasi dan mengedukasi kalangan *gay*, dan LSL tentang

apa itu HIV/AIDS dan VCT sesungguhnya, serta mengajak kalangan LSL agar bersedia melakukan VCT. Dengan melakukan VCT, *gay* dan LSL dapat mengetahui status HIV-nya, selain itu dalam proses konseling klien akan mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana cara menjaga kesehatan seksual agar terhindar dari segala penyakit Infeksi Menular Seksual (IMS). Dengan demikian pencegahan HIV/AIDS dapat dilakukan secara lebih dini

Karena sasaran khalayaknya merupakan kalangan *gay* dan LSL yang cenderung menutup diri, sosialisasi layanan VCT yang dilakukan Yayasan Gaya Dewata berbeda dari sosialisasi yang dilakukan pada umumnya. Sosialisasi tidak dilakukan di suatu tempat umum dengan jumlah khalayak yang banyak, melainkan sosialisasi dilakukan secara tertutup. Cara tersebut dilakukan karena tidak semua kalangan *gay* dan LSL bersedia mengungkapkan orientasi seksualnya di depan khalayak.

Untuk menjangkau dan dapat berkomunikasi dengan kalangan *gay* yang cenderung menutup diri Christian mengatakan hal yang harus dibangun pertama kali adalah kepercayaan. Jika tidak ada kepercayaan kalangan *gay* enggan bersedia untuk datang. Kepercayaan tersebut dinilai sangat penting oleh kalangan *gay* dan LSL agar kerahasiaan dan privasi mereka tetap terjaga, maka dari itu peran konselor sangat besar di dalam setiap sosialisasi VCT.

Seluruh staf Yayasan Gaya Dewata ikut andil di dalam sosialisasi layanan VCT sebagai komunikator, namun yang bertugas menjangkau atau turun langsung ke lapangan mencari target adalah petugas

lapangan/konselor. Selain mensosialisasikan VCT petugas lapangan/konselor juga memberikan edukasi mengenai HIV serta penjelasan mengenai VCT secara *detail*. Petugas lapangan/konselor yang bertugas ada tiga belas orang, dan berasal dari kalangan yang sama (*peer counselor*). Maka dari itu, sosialisasi layanan *Voluntary Counseling and Testing* (VCT) di kalangan *gay* dan LSL secara langsung lebih banyak dilakukan secara personal atau bersifat *private*. Komunikator yang sangat berperan penting di dalam sosialisasi layanan *Voluntary Counseling and Testing* (VCT) adalah konselor/petugas lapangan, karena konselor dapat memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap calon klien untuk bersedia melakukan *Voluntary Counseling and Testing* (VCT) karena memiliki kedekatan dengan klien dan mengetahui kondisi klien secara personal.

Sebelum dilakukan sosialisasi layanan VCT harus diawali dengan perkenalan secara personal terlebih dahulu antara petugas lapangan/ konselor Yayasan Gaya Dewata dengan sasaran klien. Perkenalan antara konselor/petugas lapangan dengan klien pada awalnya dilakukan melalui media sosial khusus kaum *gay* seperti *Grindr*, *Badoo*, *Jack'D*, *Tagged*, *Scruff*, *Gaydar*, *Moovz*, *BoyAhoj*, *Hornet*, *GROWLr*. Dengan menggunakan media sosial tersebut petugas lapangan/konselor Yayasan Gaya Dewata lebih mudah menjangkau kalangan *gay*, dan LSL. Hal tersebut karena seseorang yang memiliki akun di media sosial tersebut sudah pasti teridentifikasi berasal dari kalangan *gay*. Jika klien bersangkutan ketika proses sosialisasi menyatakan bersedia melakukan

VCT, klien tersebut akan langsung ditangani oleh konselor/petugas lapangan yang bersangkutan. Peran petugas lapangan/konselor dalam sosialisasi ini sangat penting, karena konselor dalam hal ini adalah seseorang yang sebelumnya mempunyai kedekatan dengan klien, sebelum kemudian yang meyakinkan, dan memberikan saran kepada calon klien untuk melakukan VCT.

Selain sosialisasi secara personal dengan cara mendekati klien secara langsung, Yayasan Gaya Dewata juga menggunakan beberapa media *online* sebagai sarana penyampaian pesan dalam sosialisasi. Di antaranya adalah media sosial *Facebook*, *Blackberry Messenger*, *Website*, serta *Instagram*.

Yayasan Gaya Dewata tidak memiliki program yang secara spesifik dilakukan hanya khusus untuk mensosialisasikan layanan VCT, namun VCT selalu disosialisasikan dan disediakan dalam setiap program-program yang dilakukan rutin oleh Yayasan Gaya Dewata untuk menanggulangi dan mencegah HIV/AIDS di kalangan *gay* dan juga LSL. Adapun beberapa program atau kegiatan yang rutin dilakukan oleh Yayasan Gaya Dewata terkait dengan sosialisasi dan pelaksanaan VCT, seluruhnya dilakukan di daerah Kabupaten Badung dan Singaraja. Kegiatan yang diselenggarakan di antaranya, adalah pertama melakukan *Focus Group Discussion* (FGD, *Edutainment*, dan *Condom Man*.

Analisis Strategi Komunikasi Yayasan Gaya Dewata Dalam Sosialisasi Program VCT untuk

Pencegahan dan Ppenanggulangan HI/AIDS di Kalangan Gay.

Yayasan Gaya Dewata melakukan Strategi komunikasi dengan tujuan utama seperti apa yang dikatakan oleh Wayne Peace, Brand D Paterson, M Dallas dalam Effendy (2004:32), diantaranya adalah *To Secure Understanding, To Establish Acceptance, dan To Motive Action*, di mana memberikan pengaruh kepada kalangan *gay* dan LSL dengan pesan-pesan yang disampaikan pada sosialisasi mengenai manfaat dan keuntungan melakukan VCT agar kalangan *gay* dan LSL bersedia melakukan VCT secara lebih dini, sesuai dengan tujuan utama dari Yayasan Gaya Dewata.

Dengan menggunakan keempat elemen diatas, maka dalam hal ini dapat diketahui strategi komunikasi yang digunakan Yayasan Gaya Dewata dalam mensosialisasikan Layanan VCT di kalangan *gay*.

1. Mengenal khalayak

Khalayak adalah individu yang menerima, memahami, dan menerjemahkan seluruh pesan-pesan yang di sampaikan dalam suatu proses komunikasi. Mengenal khalayak merupakan tahap pertama yang penting di lakukan komunikator untuk mengenali dan memahami karakteristik khalayak sebelum melakukan komunikasi agar berjalan efektif. Seperti yang sudah diketahui sebelumnya dalam sebuah proses komunikasi khalayak bukan sama sekali pasif melainkan aktif, sehingga yang terjadi di antara komunikator dan komunikan bukan saja suatu hubungan melainkan saling mempengaruhi satu sama lain.

Hasil penelitian yang didapatkan penyusunan strategi komunikasi dalam sosialisasi layanan *Voluntary Counseling and Testing (VCT)* yang menjadi sasaran adalah seluruh LSL, dan *gay* yang ada di Kabupaten Buleleng dan Badung. Menghadapi kondisi kalangan *gay*, dan LSL yang cenderung tertutup Yayasan Gaya Dewata dalam hal ini untuk mengenali apakah seorang tersebut merupakan benar-benar kelompok *gay* adalah dengan melalui media sosial khusus kaum *gay*, dengan begitu lebih mudah untuk mengenali dan mengidentifikasi seseorang tersebut memang berasal dari kalangan *gay*. I Made Karya Mengatakan, setiap petugas lapangan memiliki media sosial khusus kaum *gay* di antaranya *Grinder, Jack D, dan Hornet*, dengan menggunakan media sosial tersebut petugas lapangan/konselor akan mulai berkenalan secara personal dan melakukan pendekatan layaknya seperti berniat mencari teman.

Berkenalan melalui media sosial tersebut juga dilakukan konselor/petugas lapangan untuk membentuk rasa nyaman dan pendekatan dengan kalangan *gay* sebelum dilakukan sosialisasi dan konseling. Jika dirasa sasaran klien sudah merasa nyaman dan bersedia untuk membentuk suatu pertemanan, petugas lapangan/konselor akan terus melakukan komunikasi secara personal baik bertemu langsung atau melalui *chatting*

Dengan mengenal sasaran khalayak sebelum melakukan sosialisasi VCT mempermudah Yayasan Gaya Dewata di dalam menyampaikan pesan sosialisasi. Setelah mengenal khalayak dalam mengajukan pertanyaan mengenai sasaran

klien, klien dengan tidak berat hati menjawab pertanyaan tersebut dengan jujur pada saat sosialisasi yang dilakukan secara personal melakukan percakapan melalui tatap muka (*face to face*) antara klien dan konselor secara *private*, ataupun di dalam *focuss group discussion* yang hanya dihadiri kalangan sehati. Mengetahui khalayak juga mempermudah Yayasan Gaya Dewata dalam mengetahui situasi dimana kelompok *gay* dan LSL berada, serta mempersiapkan berbagai kegiatan dan pesan-pesan yang akan disampaikan untuk menarik minat kalangan sehati. Pesan yang disampaikan merupakan informasi mengenai keuntungan dan pentingnya melakukan VCT agar terhindar dari bahaya HIV/AIDS, serta informasi mengenai cara bagaimana menjaga kesehatan seksual dengan berhubungan seksual secara aman menggunakan pengaman. Jika dalam pelaksanaan sosialisasi diketahui terdapat klien yang positif tertular HIV/AIDS ataupun IMS konselor akan melakukan pendampingan dan memberikan saran untuk segera menjalani pengobatan.

2. Menyusun Pesan

Pesan merupakan keseluruhan apa yang dikatakan oleh komunikator, pesan menjadi sangat penting karena tanpa adanya pesan komunikasi tidak akan bisa berjalan. Dalam proses ini, konselor merupakan divisi yang menentukan pesan-pesan yang disampaikan terkait dengan sosialisasi layanan VCT di kalangan *gay*. Konselor akan dibantu oleh pembina di dalam menentukan materi dan tema yang akan disampaikan. Pesan-pesan yang akan disampaikan dalam sosialisasi adalah pesan yang telah disepakati oleh seluruh staf

Yayasan Gaya Dewata. Pesan tersebut dipersiapkan untuk menarik perhatian kalangan *gay* dan mampu merubah perilaku serta pola pikir menjadi lebih baik sesuai dengan isi Pedoman Nasional Tes HIV dan Konseling AIDS Kementerian Kesehatan RI tahun 2014.

Selain melakukan komunikasi secara langsung, Yayasan Gaya Dewata juga memanfaatkan media *online* dan brosur yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang akan disampaikan mengenai VCT. Melalui media tersebut Yayasan Gaya Dewata seringkali menambahkan foto-foto dan *video* terkait dengan tema HIV/AIDS, VCT, dan *gay*, agar lebih menarik minat dan menyadarkan kalangan sehati akan pentingnya melakukan VCT. Yayasan Gaya Dewata juga memperhatikan bahasa serta kalimat yang akan disampaikan. Bahasa yang dipergunakan lebih non-formal agar pesan tersebut dapat dimengerti dan dipahami dalam memberikan informasi tentang Layanan VCT, sedangkan kalimatnya bersifat mengajak, yakni dengan banyak menggunakan kata-kata seperti “ayo lakukan tes sekarang juga”, “tes dulu yuk”, dan lain sebagainya. Dalam penyampaian pesan melalui media sosial seperti *Facebook* juga dilakukan dengan cara membagikan ulang pesan berisi *link* berita, unggahan dari *Fan Page* akun klinik kesehatan ataupun LSM lainnya terkait dengan layanan VCT, dengan *caption* yang lebih mudah dipahami dan menarik kalangan sehati

3. Menetapkan Metode

Sesuai dengan apa yang dikatakan Anwar Arifin (1984:72-78), dalam penyampaian pesan kepada khalayak

terdapat dua metode, yang pertama menurut cara pelaksanaannya, dan yang kedua menurut bentuk isi. Dari hasil temuan di lapangan, Yayasan Gaya Dewata menurut cara penyampaian pesan menggunakan dua metode dalam penyampaian pesan dalam sosialisasi VCT. Pertama menggunakan metode *redundancy* (pengulangan), dimana di dalam setiap melakukan sosialisasi pesan disampaikan dengan cara berulang-ulang yakni mengenai informasi lengkap dan benar mengenai HIV/AIDS dan VCT, serta pentingnya melakukan tes HIV dan cara pencegahan HIV sesuai dengan Pedoman Nasional Tes HIV dan Konseling AIDS Kementerian Kesehatan RI tahun 2014. Metode *redundancy* ini lebih banyak digunakan pada saat memposting informasi melalui media sosial. Yang kedua menggunakan metode *canalizing*, merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator, setelah itu secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang dikehendaki komunikator. Hal yang dilakukan oleh Yayasan Gaya Dewata yakni dengan cara, sebelum melakukan sosialisasi mengenali terlebih dahulu khalayak tujuannya yakni kalangan *gay*, dan LSL, serta lingkungannya agar pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan keadaan situasi serta kondisi, sehingga khalayak terpengaruh dan akhirnya bersedia melakukan VCT.

Sedangkan menurut bentuk isinya, Yayasan Gaya Dewata menggunakan tiga metode yakni, Informatif, edukatif, dan persuasif. Menggunakan metode informatif karena pesan yang disampaikan Yayasan

Gaya Dewata merupakan suatu informasi, cara ini digunakan untuk agar kalangan *gay* lebih paham secara *detail* tentang bagaimana virus HIV dapat masuk ke dalam tubuh sehingga pemahaman kalangan mengenai HIV benar. Selain itu disampaikan pula informasi mengenai proses VCT serta penting dan manfaatnya nya bagi kesehatan mereka. Yang kedua selain informatif pesan yang disampaikan juga menggunakan metode edukatif, dimana bertujuan untuk mengubah perilaku kalangan *gay* menjadi lebih peduli dengan kesehatan seksual. Di dalam sosialisasi klien juga akan diberikan pengetahuan melalui konseling tentunya mengenai cara menjaga kesehatan seksual mereka agar tidak tertular IMS dan HIV/AIDS. Ketiga Yayasan Gaya Dewata menggunakan metode persuasif dimana dalam sosialisasi konselor membujuk dan meyakinkan kalangan *gay* agar bersedia melakukan VCT.

4. Seleksi Penggunaan Media

Dalam menyusun suatu strategi komunikasi penggunaan media sangatlah penting, karena penggunaan media adalah alat penyalur dan penyampai ide dalam memberikan informasi kepada khalayak luas. Di dalam penyampaian pesan penerapan metode komunikasi harus didukung dengan pemilihan media yang tepat, artinya pemilihan media menyesuaikan dengan keadaan, lokasi, dan kondisi khalayak, secara teknik dan metode yang diterapkan agar tujuan yang ingin dicapai berjalan sesuai dengan rencana.

Hasil penelitian pada Yayasan Gaya Dewata menunjukkan seleksi penggunaan media juga dilakukan agar mendapatkan media yang tepat sesuai kebutuhan dan

tujuan dari sosialisasi layanan VCT, yakni merubah perilaku *gay* dan LSL mejadi lebih baik dengan lebih peduli dengan kesehatan seksual,serta bersedia melakukan VCT. Alasan penggunaan media ini sendiri adalah agar kelompok *gay* dan LSL yang belum berani melakukan pertemuan dengan konselor untuk melakukan konseling, ataupun hadir dalam *Focuss Group Discussion* (FGD), agar setidaknya dapat mengetahui informasi mengenai VCT mealui media lain.

Media yang digunakan Yayasan Gaya Dewata diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Brosur

Brosur merupakan salah satu media yang digunakan Yayasan Gaya Dewata di dalam menyebarkan informasi mengenai VCT. Brosur digunakan sebagai alat bantu menyampaikan sosialisasi terkait dengan VCT dan HIV/AIDS yang dibagikan dalam program *Condom Man*. Brosur tersebut bertajuk Lembar Kesehatan Cinta Sehati yang berisi informasi yang diantara sebagai Informasi mengenai hal-hal yang membuat seseorang dapat beresiko terkena HIV/AIDS, Cara melmbentengi diri dari HIV/AIDS, Cara bagaimana melakukan hubungan seksual yang sehat serta aman, dn peringatan untuk melakukan VCT sejak dini. Selain itu dalam Lembar Kesehatan Cinta Sehati tersebut berisi Informasi mengenai *Hotline* beserta alamat Yayasan Gaya Dewata dan juga berisi *list* klinik layanan VCT di Bali yang ramah untuk GWL.

2. *Personal Selling*

Pesonal selling dilakukan pula sebagai media dalam sosialisasi oleh Yayasan Gaya Dewata melalui kegiatan *Condom Man*. Selain membagikan kondom

dan pelicin secara gratis. kegiatan *Condom Man* juga dilakukan untuk mengadakan komunikasi langsung (tatap muka) antara *Condom Man* dan kalangan sehati. Komunikasi tersebut dilakukan untuk untuk memperkenalkan Yayasan Gaya Dewata dan membentuk suatu pemahaman terhadap *test* HIV atau VCT, sehingga meyakinkan kalangan sehati untuk melakukan *test*. Dalam kegiatan tersebut *Condom Man* akan bersedia secara langsung menjawab seluruh pertanyaan yang diajukan kalangan sehati mengenai Yayasan Gaya Dewata, VCT, dan IMS.

3. *Media Online*

Di dalam melakukan sosialisasi Yayasan Gaya Dewata juga banyak memanfaatkan media internet atau disebut juga media *online*. Alasan penggunaan media *online* ini agar kalangan sehati yang masih belum bersedia membuka identitas orientasi seksualnya, belum bersedia melakukan pertemuan dengan petugas lapangan/konselor, ataupun hadir dalam kegiatan rutin Yayasan Gaya Dewata dapat mengetahui informasi mengenai VCT melalui media *online*. Media *online* yang dipergunakan untuk sosialisasi diantaranya sebagai berikut:

1. *Blackberry Messenger*

Setiap beberapa minggu sekali *staff* Yayasan Gaya Dewata akan rutin menyebarkan pesan melalui *Blackberry Messenger* melalui fitur *Broadcast* ke pada seluruh kontak yang ada di dalam akun *personal staff*. Pesan yang disampaikan berisi informasi terkait pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan Yayasan Gaya Dewata yang dimaksudkan untuk mengundang

kalangan sehati untuk menghadiri kegiatan tersebut, ataupun informasi penawaran pendampingan dalam pelayanan VCT. Pesan-pesan tersebut hanya dibuat untuk disampaikan kepada seluruh kontak yang tentunya sudah teridentifikasi sebagai kalangan sehati.

2. *Website*

Yayasan Gaya Dewata memiliki *website* resmi yang dapat diakses oleh siapapun. Alamat *website* Yayasan Gaya Dewata adalah www.gayadewata.com. *Website* tersebut dapat diakses menggunakan dua bahasa, yakni bahasa Inggris juga bahasa Indonesia sehingga mempermudah siapapun di dalam mengaksesnya. Dalam *website* www.gayadewata.com dapat ditemukan segala informasi terkait dengan kegiatan Yayasan Gaya Dewata. *Website* tersebut juga menyediakan berbagai macam informasi terkait kesehatan seksual dan HIV/AIDS, seperti test HIV (VCT), Infeksi Menular Seksual (IMS), hidup dengan HIV. Selain itu dalam *website* Yayasan Gaya Dewata juga dapat ditemukan kolom pengajuan pertanyaan, dan informasi mengenai tempat berkumpul GWL yang ada di Bali. Untuk siapapun yang ingin berdonasi juga dapat dilakukan melalui *website* resmi Yayasan Gaya Dewata tersebut.

3. *Facebook*

Facebook merupakan media sosial berbasis *online* yang digunakan Yayasan Gaya Dewata sebagai sarana edukasi untuk mensosialisasikan HIV, VCT dan seputaran kesehatan seksual. *Fan Page* Yayasan Gaya Dewata digunakan pula

sebagai media bagi siapapun yang ingin mengajukan pertanyaan mengenai IMS dan HIV/AIDS dan tes HIV (VCT). Seluruh Pertanyaan yang masuk melalui *inbox* akan direspon langsung oleh staf yang bertugas menjadi admin pada akun tersebut, kemudian admin akan memberikan respon dengan membalas seluruh pertanyaan yang sudah diajukan. Selain menjawab berbagai pertanyaan melalui *inbox*. Dalam *Fan Page Facebook* Yayasan Gaya Dewata juga selalu menginformasikan dan mengingatkan kalangan sehati akan pentingnya melakukan test HIV serta informasi lokasi *test* HIV atau VCT yang bersifat *gay friendly*.

4. *Instagram* Yayasan Gaya Dewata, @gayadewata

Instagram juga digunakan oleh Yayasan Gaya Dewata dalam mensosialisasikan program VCT, melalui *instagram* Yayasan Gaya Dewata juga mengunggah berbagai kegiatan dan informasi mengenai HIV/AIDS melalui foto-foto dan video, sama halnya dengan *facebook*. Dalam setiap foto dan *video* diberikan keterangan tentang *detail* kegiatan apa yang sedang dilakukan. Kemudian Yayasan Gaya Dewata juga selalu mencantumkan *hashtag* terkait dengan tema yang berhubungan dengan foto dan *video* yang di unggah, dengan tujuan siapapun yang tidak *mem-follow* akun *instagram* Yayasan Gaya Dewata dapat juga melihatnya dengan mengetik kata kunci dengan *hashtag* terkait *caption* di foto ataupun *video* yang diunggah Yayasan Gaya Dewata di *Instagram*.

5. KESIMPULAN

Yayasan Gaya Dewata telah melaksanakan strategi komunikasi dalam sosialisasi layanan VCT di kalangan *gay* sesuai dengan konsep empat elemen penting dalam menyusun strategi komunikasi efektif yang dikemukakan oleh Anwar Arifin (1984), yakni:

1. Mengetahui khalayak

Dalam sosialisasi layanan VCT sasaran khalayaknya adalah kalangan *gay* dan LSL yang berada di Kabupaten Badung dan Buleleng. Menghadapi keadaan khalayak yang cenderung tertutup, Yayasan Gaya Dewata mengenali khalayak dengan cara berkenalan melalui media sosial khusus kaum *gay*. Mengetahui khalayak juga dilakukan untuk mempersiapkan kegiatan dan pesan-pesan yang akan disampaikan dalam sosialisasi agar menarik minat kalangan sehat sesuai situasi dan kondisi khalayak.

2. Menyusun pesan

Konselor merupakan divisi yang menentukan pesan-pesan yang akan disampaikan dalam sosialisasi VCT. Dalam menyusun pesan Yayasan Gaya Dewata memperhatikan bahasa dan kalimat yang akan disampaikan. Penggunaan bahasa non-formal digunakan agar lebih mudah dimengerti, kalimat yang disampaikan bersifat ajakan, yakni mengajak melakukan VCT. Penyampaian pesan-pesan tersebut juga ditunjang dengan foto-foto serta video terkait dengan tema *gay*, HIV, dan VCT.

3. Menetapkan metode

Yayasan Gaya Dewata dalam hal ini menurut cara penyampaiannya menggunakan dua metode yakni, metode *redundancy* (pengulangan) dan *canalizing*. Sedangkan menurut bentuk isinya, metode yang

dipergunakan adalah metode informatif, edukatif, dan juga persuasif.

4. Menyeleksi penggunaan media

Media yang yang dipergunakan dalam penyampaian pesan sosialisasi layanan VCT adalah dengan menggunakan brosur, *personal selling*, media *online* yakni *Blackberry Messenger*, *Website*, *Facebook*, dan *Instagram*.

Saran

Yayasan Gaya Dewata dalam sosialisasi *layanan Voluntary Counseling and Testing* (VCT) dan seluruh kegiatan program yayasan sebaiknya sasarannya tidak hanya untuk kalangan *gay* yang berada di Kabupaten Badung dan Buleleng saja. Diharapkan sosialisasi layanan *Voluntary Counseling and Testing* (VCT) dapat menjangkau ke seluruh Kabupaten di Bali. Jumlah konselor yang ada di Yayasan Gaya sebaiknya ditambah personilnya. Kemudian sosialisasi yang dilakukan menggunakan media sosial sebaiknya dilakukan setiap hari dengan di kemas lebih menarik lagi. Yayasan Gaya Dewata sebaiknya mengunggah gambar yang menarik, foto-foto dengan kualitas gambar yang lebih baik lagi, serta berita yang sifatnya *up to date*. Selain itu Yayasan Gaya Dewata diharapkan lebih fokus lagi di dalam pengembangan organisasi, agar manfaat yang diperoleh organisasi ataupun kalangan *GWL* lebih banyak lagi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah dan Djam'an Satori, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta
- Anwar, Arifin. 1984. *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung: Armico.

- Asmara, Damar Aryateja. 2006. *Peranan Notariat Sebagai Pejabat Lelang dalam Upaya Sosialisasi Lelang di Indonesia*. Semarang: Naskah Publikasi Universitas Diponegoro Semarang
- Bagong, Suyanto J. Dwi Narwoko. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Media Group
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- , 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Duffy & Atwater, (2005). *Psychology For Living, Adjustment, Growth and Behavior Today. 8th Ed*. New Jersey: Pearson, Prentice Hall.
- Effendy, Onong Uchjana. 1981. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandoeng : Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandoeng: Remaja Karya.
- , 2003. Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- , 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Estimasi & Proyeksi HIV/AIDS Indonesia tahun 2011-2016*. 2014. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- Feldmen, Robert S. 1990. *Understanding Psychology*. New York: McGraw Hill Publishing Company.
- H.B. Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press. Hessel Nogi .S T. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta : PT. Grasindo
- Hanggaristi, Trifian. *Strategi Komunikasi Program Genre (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Genre Kepada Remaja Untuk Menjadi PS (Pendidik Sebaya) dan KS (Konselor Sebaya) PIK KRR di Kab. Wonogiri*. 2016.
- Ikbal, Kaderia. *Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Makassar dalam Menyosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional*. 2014.
- Kendal PC, Hammen C. *Abnormal psychology understanding human problem*. New York : houghton Mifflin Companany. 2002
- Masters, W. H., dkk. 1992. *Human Sexuality* . New York : Harper Collins Publisher, Inc.
- Modul Pelatihan Konseling & Tes Sukarela HIV (Voluntary Counseling And Testing VCT)*. 2010. Departemen Kesehatan RI.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung , Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Narwoko, J Dwi. dan Bagong Suyanto. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2006.
- Nasution. 2003. *Metode Research*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.

- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian. Cetakan Pertama*. Jakarta. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Hadi, Nur. 2011. *Corporate Social Responsibility edisi Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKIS
- Pedoman Nasional tes HIV dan Konseling AIDS*. 2014. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- Poerwandari, E. Kristi. 1998. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Universitas Terbuka
- Profil Kesehatan Indonesia*. 2013. Depkes RI
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing
- Respyta, Asty. *Strategi Dinas Sosial Makasar Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Harapan Di Kecamatan Tamalate*. 2011.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- . 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana. 2000. *Metode Statistika*. Bandung : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumatra Utara Post. 9 Maret 2012. Anal Sex Percepat HIV/AIDS.
- Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling: Pendidikan Praktis untuk Peneliti Pemula dan Dilengkapi dengan Contoh Transkrip Hasil Wawancara Serta Model Penyajian Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- http://nationalgeographic.co.id/berita/2015/12/apa-beda-antara-hiv-dan-aids_diakses_pada_pukul_23.00 tanggal 3 Agustus 2016
- <https://kpa-provsu.org/vct.php> diakses tanggal 1 agustus 2016 pukul 02.45
- <https://id.techinasia.com/daftar-aplikasi-gay-android-ios-indonesia> diakses tanggal 18 juli 2016 pukul 18.00
- <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/23/o1e9ut394-berapa-sebenarnya-jumlah-gay-diseluruh-indonesia> diakses tanggal 22 juli 2016 pukul 11.29
- <http://www.gayadewata.com/lgbt-hidup-di-bali/tempat-nongkrong/> diakses tanggal 12 september 2016 pukul 01.22
- <https://kpa-provsu.org/vct.php> diakses tanggal 12 september 2016 pukul 05.22
- <http://www.aidsindonesia.or.id/contents/37/78/Info-HIV-dan-AIDS#sthash.7zcnQ0AQ.dpuf>. Diakses tanggal 13 juli 2016 pukul 03,00