

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

HIV (*Human Immunodeficiency Virus*) merupakan penyakit yang disebabkan oleh virus. Penyakit ini menyebar melalui pertukaran berbagai cairan tubuh seperti darah, semen, cairan vagina, hingga ASI (air susu ibu). Penyakit ini menyerang dan merusak system kekebalan tubuh sehingga orang yang menderita akan mudah terserang penyakit lain seperti TBC, diare, penyakit kulit hingga yang paling parah yaitu AIDS (Andari, 2015).

Indonesia merupakan salah satu negara yang tercepat dalam tingkat penyebaran virus HIV di Asia. Kasus pertama HIV yang ditemukan di Indonesia tepatnya di Bali pada tahun 1987. (Purwaningsih & Widayatun, 2008). Semenjak itu penyebaran virus HIV sudah tersebar hampir di keseluruhan wilayah Indonesia termasuk di Kota Malang. Menurut data yang diperoleh dari Sistem Informasi HIV/AIDS & IMS Kemenkes RI (2022) di Indonesia pada periode Januari-Juni 2022 terdapat penambahan jumlah kasus HIV sebanyak 22.331 kasus. Sedangkan di tahun 2021 pada periode yang sama terdapat penambahan jumlah kasus sebanyak 17.397 kasus. Dari jumlah tersebut menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah kasus di rentang waktu yang sama.

Berdasarkan data yang didapatkan dari Radar Malang (2022) total terdapat 482 orang yang terinfeksi virus HIV di Kota Malang. Dari bulan Januari hingga bulan April 2022 terdapat pertambahan sebesar 153 penderita setelah Dinas Kesehatan Kota Malang melakukan tes pada 4.360 warga. Menurut Kepala Seksi Pencegahan Pengendalian Penyakit Menular Dinkes Kota Malang, dr. Bayu Tjahjawibawa terdapat peningkatan jumlah kasus yang cukup signifikan di kuartal pertama tahun 2022 sebab

di tahun sebelumnya pada periode yang sama, Dinas Kesehatan hanya mencatat sebanyak 73 temuan kasus baru. Berdasarkan jumlah tersebut, kelompok yang paling banyak terkena kasus positif HIV/AIDS di Kota Malang adalah pengguna jarum suntik, wanita pekerja seks, pelanggan penjaja seks, lelaki seks lelaki, waria hingga masyarakat umum berusia produktif.

Penyebaran HIV belum sepenuhnya dapat teratasi karena belum ditemukannya vaksin yang dapat menyembuhkan sehingga terjadi peningkatan jumlah kasus positif HIV setiap tahunnya. Hal ini menyebabkan masalah kesehatan masyarakat yang berdampak pada ekonomi secara luas. Dinas Kesehatan telah melakukan berbagai langkah untuk mengurangi penyebaran dan mengendalikan jumlah kasus baru HIV. Salah satu langkah tersebut adalah memberikan pengetahuan dasar mengenai HIV melalui kegiatan sosialisasi kepada seluruh lapisan masyarakat, termasuk remaja dan kelompok-kelompok berisiko. Selanjutnya Dinas Kesehatan melakukan koordinasi dengan berbagai instansi ataupun lembaga yang terkait dalam pelaksanaan pencegahan dan penanggulangan HIV/AIDS di Kota Malang.

Salah satu lembaga yang peduli pada kesehatan masyarakat terutama di dalam kasus HIV/AIDS yakni Yayasan Igama. Yayasan Igama merupakan sebuah lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang bersifat sosial non-profit oriented. Lembaga ini bergerak aktif dalam upaya pencegahan penyebaran HIV/AIDS di Kota Malang dengan bekerja sama dengan Pemerintah Kota Malang melalui Dinas Kesehatan Kota Malang. Terdapat beberapa program yang dilakukan oleh Yayasan Igama untuk menekan laju penyebaran virus HIV/AIDS di Kota Malang, diantaranya melakukan pendampingan pihak-pihak yang berisiko untuk bisa melakukan tes HIV, memberikan informasi tempat dilaksanakannya tes, mengkampanyekan untuk melakukan tes 3 bulan sekali, serta aktif dalam melakukan sosialisasi tentang bahaya seks bebas.

Dalam melakukan upaya pencegahan HIV/AIDS, tentu saja banyak kendala yang dihadapi, mulai dari stigma negatif masyarakat terhadap penderita HIV/AIDS,

keterbatasan sarana dan prasarana yang layak untuk menunjang program pencegahan HIV/AIDS hingga kurangnya kesadaran masyarakat akan resiko dan cara pencegahan HIV/AIDS. Hal tersebut yang menyebabkan penambahan jumlah kasus positif HIV/AIDS setiap tahunnya. Untuk mencegah situasi tersebut, diperlukan penerapan kampanye pemasaran sosial. Menurut Andersen (1994), pemasaran sosial melibatkan penerapan prinsip-prinsip pemasaran dalam merancang program yang bertujuan mempengaruhi individu secara sukarela dan meningkatkan kesejahteraan individu dan masyarakat di lingkungan mereka. Keberhasilan pemasaran sosial sering kali diukur oleh perubahan perilaku masyarakat setelah menerima pengaruh dan pesan dari kampanye pemasaran sosial. Pengaruh ini dapat dipicu melalui berbagai pendekatan, termasuk regulasi, edukasi, dan evaluasi perilaku yang mendalam terhadap konsumen. Tujuan dari kampanye pemasaran sosial adalah untuk mencegah atau mengatasi masalah sosial yang muncul selama proses perubahan sosial.

Untuk mewujudkan hal tersebut, komunikasi menjadi sangat penting bagi pemicu keberhasilan kampanye pemasaran sosial. Maka dari itu, diperlukan kampanye komunikasi. Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Menurut Rogers dan Storey (1987) , kampanye merupakan serangkaian dari tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Berdasarkan penjelasan permasalahan diatas membuat peneliti ingin lebih mengetahui mengenai kampanye pemasaran sosial yang dilakukan oleh Yayasan Igama dalam upaya pencegahan penyebaran HIV/AIDS di Kota Malang. Hal ini disebabkan karena pemasaran sosial merupakan strategi yang bertujuan untuk mengubah kebiasaan-kebiasaan dari kelompok sosial tertentu dalam rangka mengatasi berbagai masalah sosial yang berkembang di masyarakat. Peneliti berusaha untuk mengetahui

apakah kampanye pemasaran sosial yang digunakan berhasil menysasar target dengan tepat dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, serta mengidentifikasi kendala-kendala yang mungkin dihadapi selama proses penyampaian informasi tersebut.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana Kampanye Pemasaran Sosial Yayasan Igama dalam Upaya Pencegahan Penyebaran HIV AIDS di Kota Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian adalah:

Untuk mengetahui kampanye pemasaran sosial yang dilakukan oleh Yayasan Igama dalam upaya pencegahan penyebaran HIV/AIDS di Kota Malang

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, maka diharapkan mendapatkan manfaat sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta informasi bidang ilmiah khususnya kajian penelitian komunikasi.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan umum terkait HIV/AIDS dan cara mencegahnya, karena masalah ini sangat

berhubungan erat dengan kehidupan sosial masyarakat. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi seputar penelitian ini.

