

# PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE MENANGGULANGI RESIKO INFEKSI MENULAR SEKSUAL PADA LGBT

A. A. Bagus Aditya Keshawa Putra<sup>1</sup>, I Wayan Swandi<sup>2</sup>, Ni Ketut Pande Sarjani<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,  
Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln. Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia.

*E-mail : gungshawaa@gmail.com*

## Abstrak

LGBT merupakan perilaku seksual yang menyimpang, muncul atas dasar orientasi seksual yang menyimpang. Yayasan Gaya Dewata (YGD) Bali adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang bergerak di bidang kesehatan khususnya dalam program penanggulangan risiko penularan Infeksi Menular Seksual (IMS), HIV & AIDS untuk kelompok Gay, Waria dan Lesbian (GWL) di provinsi Bali. Untuk menghadapi kasus yang kian meningkat, khususnya di Kota Denpasar, maka perlu dirancang sebuah kampanye sosial ILM (iklan layanan masyarakat) oleh YGD yang bertujuan untuk mengedukasi kelompok LGBT agar lebih waspada terhadap penyakit IMS melalui media komunikasi visual. Data diperoleh dengan metode observasi dan wawancara di lapangan yang selanjutnya dianalisis melalui pendekatan kualitatif. Dalam perancangan media kampanye ini mengusung konsep "Peduli Resiko" dengan gaya ilustrasi Pop Art. Beberapa media yang digunakan untuk mensosialisasikan kampanye ini yaitu poster *digital*, *inforagrafis*, *roll up banner*, stiker, komik, *tote bag*, *web banner*, brosur, gelas mug, katalog karya, dan spanduk yang nantinya akan divisualisasikan secara nyata. Diharapkan dengan adanya media kampanye dapat menjadi solusi dalam tindak penanggulangan risiko penularan IMS pada kelompok LGBT di Denpasar.

**Kata Kunci :** Kampanye, Sosialisasi, Infeksi Menular Seksual, LGBT

## Abstract

LGBT is a deviant sexual behavior, arising on the basis of a deviant sexual orientation. The Gaya Dewata Foundation (YGD) Bali is a non-governmental organization engaged in the health sector, especially in programs to reduce the risk of transmission of sexually transmitted infections (STIs), HIV & AIDS for Gay, Transgender and Men who have Sex with other Men (SWM) groups in the province of Bali. To deal with increasing cases, especially in Denpasar City, it is necessary to design an SCA social campaign (public service advertisement) by YGD which aims to educate LGBT people to be more aware of STIs through visual communication media. The data were obtained by observation and field interviews which were then analyzed through a qualitative approach. In the design of this media campaign, the concept of "Care for Risk" is carried out with a Pop Art illustration style. Some of the media used to socialize this campaign are digital infographic posters, roll up banners, stickers, comics, tote bags, web banners, brochures, mug glasses, catalogs of works, and banners which will be visualized in real time. It is hoped that the media campaign can be a solution in dealing with the risk of STI transmission in the LGBT group in Denpasar.

**Keywords :** Campaign, Socialization, Sexually Transmitted Infections, LGBT

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, penduduknya dikenal sebagai masyarakat yang kental dan memegang teguh dengan ajaran moral, etika, dan agama, sehingga perilaku seksual yang menyimpang tentu bukanlah fenomena yang dapat diterima begitu saja. Perilaku seks menyimpang adalah hal yang dianggap tabu, begitupula dengan kelompok LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender). “LGBT merupakan perilaku seksual yang menyimpang, muncul atas dasar orientasi seksual yang menyimpang. Orientasi seksual adalah kecenderungan seseorang untuk mengarahkan rasa ketertarikan, romantisme, emosional, dan seksualnya kepada pria, wanita atau kombinasi keduanya” Douglas, Markus. LGBT terdiri dari kelompok : 1) Lesbi : kelompok wanita yang secara fisik, emosional, dan/atau spiritual merasa tertarik dengan wanita lain; 2) Gay : kelompok pria yang secara fisik, emosional, dan/atau spiritual tertarik dengan pria lain; 3) Biseksual : kelompok orang yang secara fisik, emosional, dan/atau spiritual merasa tertarik kepada lawan jenis dan sesama jenis; 4) Transgender : kelompok orang yang merasa identitas gendernya berbeda dengan anatomi kelamin yang dimiliki, sehingga memilih/tidak memilih untuk melakukan operasi kelamin menyesuaikan dengan identitas gender yang diinginkan ( APA : *American Psychological Association, 2015*) (Dalam Jurnal Roby Yansyah, Rahayu, 2018, Globalisasi Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT) : Perspektif HAM dan Agama Dalam Lingkup Hukum Di Indonesia, *Jurnal Law Reform*, Volume 14, Nomor 1 : 133).

Di Indonesia, data jumlah kelompok LGBT yang tercatat oleh Kementerian Kesehatan tahun 2012 pada kaum LSL (Lelaki berhubungan Seks dengan Lelaki) yang berjumlah 1.095.970 jiwa alias gay yang tersebar di semua daerah. (Syalaby, Achmad, Januari 2016 “Berapa Sebenarnya Jumlah Gay di Indonesia?”, *nasional.republika.co.id*). Pada bulan juni 2020 tercatat pasien penderita ODHA (Orang Dengan HIV/AIDS) di Indonesia dilaporkan berjumlah 394.769 kasus dan terus meningkat hingga akhir tahun 2020 menjadi

543.075 orang (Kementerian Kesehatan, September 2020 “Kampanye Bulan Viral Load : Pentingnya mengetahui Status Pengobatan ARV Pada ODHA Melalui Pemeriksaan Viral Load HIV”, *kemkes.go.id*). Sedangkan di Bali tercatat pada bulan maret 2019 kasus penderita ODHA mencapai 21.018 orang hingga 22.034 jiwa pada bulan November 2019 (1987-November 2019) dimana sebagian besar penderita ODHA didominasi oleh kaum LGBT.

Dilansir dari artikel oleh tim peneliti Fakultas Kedokteran Universitas Airlangga tentang fenomena kejadian Infeksi Menular Seksual (IMS) pada penderita HIV/AIDS (ODHA) melalui sebuah penelitian oleh Dr. Afif Nurul Hidayati, dr.,SpKK(K) bersama dr. Densy Violina H dan Muhammad Miftahussurur dr., M.Kes., Sp.PD di Unit Perawatan Intermediate Penyakit Infeksi (UPIPI) RSUD Dr. Soetomo pada tahun 2013 hingga 2014, disebutkan bahwa ada kolerasi erat antara IMS dengan HIV. IMS dapat meningkatkan risiko penularan dan penyebaran virus HIV, sebaliknya infeksi HIV juga dapat meningkatkan terjadinya IMS. Dari hasil analisa tim peneliti, prelevansi pasien HIV/AIDS dengan IMS lebih banyak dialami pria dibanding wanita. Hal tersebut dikarenakan pria cenderung memiliki aktivitas di luar yang lebih tinggi dibanding wanita. Sebagian besar pasien HIV dengan IMS di UPIPI RSUD Dr. Soetomo didominasi oleh heteroseksual, homoseksual (gay) dan biseksual (Harnanti, D. V., Hidayati, A. N., & Miftahussurur, M. 2018 “Fakta Penularan IMS Pada Penderita HIV/AIDS”, *fk.unair.ac.id*)

Dinas Kesehatan Provinsi Bali mencatat jumlah pasien IMS yang ditemukan pada tahun 2013 sebanyak 9.202 orang. Jumlah ini meningkat sebanyak 62,17% pada tahun 2014 dan mengalami penurunan sebanyak 61,82% pada tahun 2015. Sedangkan data yang diperoleh dari Dinas Kesehatan Kota Denpasar menunjukkan bahwa dari keseluruhan kasus di Kota Denpasar pada tahun 2016, kasus IMS tertinggi berada di wilayah Puskesmas II Denpasar Utara yaitu sebanyak 36,94 % (Dewi Lestari, Kadek Yulita; Widyanthin

Desak Nyoman; Widarsa, I Ketut Tangking, 2018, Kejadian Infeksi Menular Seksual Berdasarkan Karakteristik Sosial Demografi Di Puskesmas II Denpasar Utara Tahun 2014-2016. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Universitas Udayana*, Volume 5 Nomor 2 : 1). Data dari artikel Fakultas Kedokteran Universitas Udayana tentang kejadian infeksi menular seksual di Kota Denpasar tahun 2016 didapat jumlah sampel dijangkau sebanyak 1397 orang yang ditujukan kepada WPS dan LSL/waria, yang paling banyak berasal dari data SIHA IMS di Puskesmas II Denpasar Selatan. Dari data sampel tersebut ditemukan risiko peluang IMS pada kelompok LSL (Lelaki Seks Lelaki) / waria, WPS (Wanita Pekerja Seks) sebanyak 15,7% positif IMS, serta jumlah tertinggi sebanyak 30,2% oleh pelanggan WPS dan waria yang didiagnosis positif IMS. Sampel yang berjenis kelamin laki-laki mengalami IMS sebanyak 23,3% dan hanya 15,9% sampel perempuan yang terdiagnosis positif IMS. Dapat dijumpai bahwa peluang laki-laki untuk terinfeksi IMS lebih besar daripada perempuan, karena perempuan lebih peduli terhadap kesehatannya. (Widyantini, Desak Nyoman; Widyantari, Desak Made; Dian Kurniasari, Ni Made, 2019, Kejadian Infeksi Menular Seksual di Kota Denpasar Tahun 2016. *Buletin Penelitian Kesehatan*, Volume 7 Nomor 4 : 239-242 ). KPA (Komisi Penanggulangan AIDS) Provinsi Bali pada tahun 2014 tercatat jumlah populasi gay sebanyak 14.098 orang, populasi waria sebanyak 650 orang, dan populasi pelanggan waria sebanyak 10.408 orang, dimana Kota Denpasar menjadi wilayah dengan populasi gay, waria, dan pelanggan waria tertinggi. Sedangkan pencatatan populasi terhadap gay, transgender (waria), lesbian dan biseksual (LGBT) yang terkonfirmasi oleh Yayasan Gaya Dewata pada estimasi tahun 2016 sampai tahun 2020 di Kota Denpasar terjadi peningkatan populasi sebanyak 1.646 orang menjadi 2.654 orang yang merupakan kelompok gay, transgender dan lesbian yang berisiko tertular HIV dan IMS. Kelompok gay dan transgender (waria) merupakan populasi tertinggi dari risiko penularan IMS pada kelompok LGBT, serta memiliki peluang lebih tinggi terinfeksi.

penyakit IMS, karena faktor jenis kelamin (LSL) atau aktivitas seksualnya. Namun pada kelompok lesbian, angka populasi sangat kecil, serta risiko penularan IMS juga sangat kecil, karena kemungkinan penularan IMS pada wanita jauh lebih rendah daripada laki-laki, sebab perempuan lebih peduli terhadap kesehatannya dibandingkan laki-laki. Sedangkan pada kelompok biseksual tidak tercatat atau terkonfirmasi adanya populasi tersebut oleh yayasan. Akibatnya risiko penularan penyakit IMS (Infeksi Menular Seksual) keberadaannya semakin meningkat, khususnya risiko pada kelompok LGBT di Kota Denpasar.

Berdasarkan data tersebut, perlu adanya tindakan untuk mengkampanyekan iklan layanan masyarakat tentang menanggulangi penyakit infeksi menular seksual (IMS) pada kelompok LGBT, khususnya pada Gay dan Transgender (waria). Kampanye iklan layanan masyarakat ini akan diterapkan melalui penciptaan media komunikasi visual. “Desain Komunikasi Visual yaitu suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi menggunakan elemen-elemen visual, serta mempelajari teknik dan media penyampaian pesan sehingga pesan atau informasi dapat diterima pembaca dengan mudah dan menyenangkan (Supriyono, 2010 : 56). Diharapkan dengan setelah dibuatnya media kampanye dengan media desain komunikasi visual akan membantu meningkatkan perhatian masyarakat khususnya bagi kelompok LGBT untuk lebih waspada terhadap penyakit infeksi menular seksual (IMS).

Berdasarkan latar belakang maka dapat merumuskan permasalahan ke dalam pokok - pokok pembahasan sebagai berikut :

- a. Media komunikasi visual apa yang tepat untuk sarana kampanye ILM dalam upaya menanggulangi risiko infeksi menular seksual pada kelompok LGBT ?
- b. Bagaimana merancang media komunikasi visual untuk kampanye ILM dalam upaya menanggulangi risiko infeksi menular seksual pada kelompok LGBT ?

## **DEFINISI JUDUL**

Adapun judul yang diangkat dalam kasus ini sebagai Tugas Akhir Studio yaitu “PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE MENANGGULANGI RESIKO INFEKSI MENULAR SEKSUAL PADA LGBT (*Lesbian,*

*Gay, Biseksual, Transgender*) Oleh YAYASAN GAYA DEWATA DI DENPASAR”. Agar tidak terjadi salah penafsiran dalam mengartikan judul, maka kiranya ada istilah yang perlu dijelaskan arti dan maksudnya, yaitu Perancangan Media Kampanye Menanggulangi Resiko Infeksi Menular Seksual Pada LGBT (*Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender*) Oleh Yayasan Gaya Dewata Di Denpasar” adalah upaya untuk memberikan informasi atau edukasi kepada masyarakat khususnya pada kelompok LGBT di Kota Denpasar, dengan metode mengkampanyekan cara menanggulangi penyakit infeksi menular seksual oleh LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) Yayasan Gaya Dewata, melalui penciptaan media komunikasi visual yang menarik dan efektif, agar kelompok LGBT lebih waspada terhadap risiko penularan penyakit IMS.

## **METODE PERANCANGAN**

Adapun data yang dibutuhkan dalam melaksanakan kegiatan kampanye non komersil ILM ini adalah :

### **Data Primer**

Metode pengumpulan data primer adalah metode pengumpulan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian (tidak melalui perantara) (Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah, 2010 : 44) yang meliputi observasi, survei, wawancara, dan lain-lain. Pengumpulan data primer adalah pengumpulan data yang diambil dari subyek penelitian secara langsung dari Yayasan Gaya Dewata untuk mengetahui populasi dan bagaimana keadaan kelompok LGBT di Denpas

### **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain) (Mamang Sangadji, Etta dan

Sopiah, 2010 : 44). Hal ini didapat melalui dokumentasi dan kepustakaan dari buku dan media lainnya yang khususnya berkaitan dengan kasus yang diangkat.

## **LANDASAN TEORI**

Setiap penelitian perlu menggunakan landasan teori. Seperti yang dikemukakan oleh Cooper dan Schindler (Dalam Sugiyono, 2014 : 80) “Teori adalah seperangkat konsep, definisi dan proposisi yang tersusun secara sistematis sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena”. Secara umum teori adalah suatu konseptualisasi yang umum, yang diperoleh melalui jalan sistematis. Suatu teori harus dapat diuji kebenarannya, bila tidak, dia bukan suatu teori. Secara umum teori mempunyai tiga fungsi, yaitu untuk menjelaskan (*explanation*), meramalkan (*prediction*) dan pengendalian (*control*) suatu gejala. (Sugiyono, 2014 : 81).

Dalam hal ini penulis mengangkat judul kampanye sosial iklan layanan masyarakat, maka penulis dituntut untuk mampu mengolah semua teori dan data yang diperoleh mengenai kampanye sosial ILM. Berikut merupakan landasan teori dalam perancangan kampanye sosial iklan layanan masyarakat :

### **Pengertian Kampanye Sosial ILM**

Pada dasarnya, iklan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal, yang dapat melibatkan media massa untuk mengirimkan pesan kepada sejumlah besar kelompok individu pada saat bersamaan mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui. Ralph S.A (Dalam Morissan, 2010 : 17-18). Namun pada konteks iklan layanan masyarakat khususnya non komersil, adalah kegiatan sosial yang bertujuan untuk mengkampanyekan suatu isu yang terjadi di masyarakat, dan tidak bertujuan untuk mencari suatu keuntungan atau profit. “Iklan

layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Iklan layanan masyarakat dapat dikampanyekan oleh organisasi profit atau non profit dengan tujuan sosial ekonomis yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Wikipedia, diakses pada 24 Mei 2021).

Iklan layanan masyarakat adalah kegiatan kampanye sosial. Menurut Venus (Dalam Ruslan, 2013 : 23-24) kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk, dan telah banyak dikemukakan beberapa ilmuwan, ahli dan praktisi komunikasi. Salah satu definisinya menurut Leslie B.S (2002) secara garis besar bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu.

### **Tujuan Kampanye Sosial**

Dalam pelaksanaannya, kampanye memiliki beberapa tujuan yang menjadi alasan dilakukannya suatu kegiatan kampanye. Dalam tujuan kampanye tersebut tujuan utamanya adalah menarik perhatian masyarakat. Namun dalam arti luas, banyak tujuan-tujuan dari kampanye yang perlu kita cermati. Berikut adalah tujuan dari kampanye :

#### **a. Ajakan**

Tujuan dari kampanye adalah untuk mengajak masyarakat untuk melakukan, atau melaksanakan kegiatan yang ingin dikampanyekan oleh aktivis tertentu.

#### **b. Anjuran**

Kampanye juga berisi tentang anjuran. Anjuran yang digunakan dalam kampanye biasanya penganjuran yang baik seperti seorang dokter menganjurkan menjaga kesehatan alat reproduksi kepada masyarakat agar senantiasa hidup sehat dan jauh dari penyakit menular seksual.

#### **c. Sosialisasi**

Pengertian sosialisasi merupakan tujuan kampanye yang terakhir. Bentuk sosialisasi memiliki tujuan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat tentang pentingnya melakukan sesuatu. Sebagai contoh pemberian sosialisasi pada masyarakat agar mengerti tentang bagaimana cara menanggulangi penyakit infeksi menular seksual.

Mengacu tujuan kampanye di atas, maka kegiatan komunikasi di dalam kampanye harus dilakukan secara tersusun dan terlembaga. Lembaga tersebut bisa dari pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), atau pihak swasta. Secara umum tujuan kampanye adalah untuk mengunggah isu tertentu dengan menyampaikan informasi produk atau gagasan/ ide yang dikampanyekan sehingga masyarakat menyukai, simpati, peduli, atau berpihak kepada yang melakukan kampanye.

## **ANALISIS MASALAH**

### **Faktor Penghambat**

Kurangnya edukasi serta informasi kepada masyarakat kelompok LGBT dalam kesadaran untuk peduli terhadap diri dalam rangka menanggulangi risiko penularan penyakit infeksi menular seksual. Penyampaian informasi yang kurang efektif dan kurang menarik membuat masyarakat tidak aware atau menaruh perhatian terhadap pesan yang ingin disampaikan. Selain itu masyarakat kelompok LGBT enggan untuk konsultasi atau screening dikarenakan takut akan risiko jika kemungkinan menjadi orang yang terinfeksi.

### **Faktor Pendukung**

Adanya beberapa lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang kesehatan khususnya dalam program penanggulangan risiko penularan Infeksi Menular Seksual (IMS), HIV&AIDS di Denpasar dapat membantu masyarakat kelompok LGBT untuk dapat mengenal cara menanggulangi terhadap risiko penularan IMS. Baik dengan cara memberi layanan konsultasi maupun screening. Selain itu seiring dengankemajuan teknologi kegiatan kampanye sosial ILM

ini dapat dilaksanakan dengan memberi informasi melalui media sosial, website, dan sebagainya.

### **Akar Masalah**

Analisis akar masalah mencakup data tentang 5W+1H (what, who, where, when, why, dan how) yang dijabarkan sebagai berikut :

#### **a. What (Apa)**

Perancangan media kampanye iklan layanan masyarakat tentang penanggulangan risiko penularan penyakit infeksi menular seksual (IMS) pada kelompok LGBT khususnya kelompok gay, waria, dan LSL.

#### **b. Why (Kenapa)**

Karena jumlah yang diprediksi semakin meningkat tiap tahunnya, maka salah satu cara dalam upaya mengkampanyekan kegiatan penanggulangan penularan penyakit IMS ini adalah dengan cara melalui media komunikasi visual. Penyampaian pesan yang kreatif dapat memancing masyarakat kelompok LGBT untuk ikut berpartisipasi dalam rangka menjaga kesehatan diri agar tidak tertular penyakit IMS ini.

#### **c. Where (Dimana)**

Perancangan media kampanye penanggulangan risiko penularan penyakit infeksi menular seksual pada kelompok LGBT dilakukandi kota Denpasar. Hal tersebut mengacu pada jumlah populasi gay dan waria yang berisiko tertular penyakit IMS tertinggi berada di wilayah kota Denpasar.

#### **d. Who (Siapa)**

Sasaran atau target audiens dari kampanye ini adalah masyarakat umum dan masyarakat khususnya kelompok LGBT di kota Denpasar dari rentang usia remaja hingga dewasa, baik laki-laki maupun perempuan.

#### **e. When (Kapan)**

Dalam penyebaran informasi media komunikasi visual ini akan disesuaikan dengan

acara ataupun program kerja yang telah ditetapkan dan akan diselenggarakan oleh yayasan.

#### **f. How (Bagaimana)**

Dengan cara menggunakan strategi yang kreatif untuk memikat target audiens agar lebih tertarik untuk membaca isi pesan yang ingin disampaikan. Hal tersebut juga dibarengi dengan penerapan prinsip-prinsip desain komunikasi visual diantaranya layout, warna, bentuk proporsi, keseimbangan dan sebagainya sehingga akan menciptakan media kampanye ILM yang komunikatif dan menarik untuk audiens.

#### **KONSEP MEDIA**

Perilaku seks yang menyimpang tentu memiliki risiko tertular penyakit infeksi menular seksual, khususnya pada kelompok LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender). LGBT merupakan perilaku seksual yang menyimpang, muncul atas dasar orientasi seksual yang menyimpang. Orientasi seksual yang dimaksud adalah kecenderungan seseorang untuk mengarahkan rasa ketertarikan, romantisme, emosional, dan seksualnya kepada pria, wanita atau kombinasi keduanya. Penyakit IMS umumnya ditularkan melalui hubungan seks yang tidak aman. Penyebarannya pun bisa melalui darah, sperma, atau cairan tubuh lainnya. Selain itu, penyebarannya bisa melalui pemakaian jarum suntik secara berulang atau bergantian di antara

beberapa orang. Pada kelompok LGBT, penularan penyakit IMS umumnya paling berisiko dialami oleh kaum laki-laki, dikarenakan laki-laki cenderung memiliki aktivitas di luar yang lebih tinggi dibanding wanita, dan wanita lebih peduli terhadap kesehatan. Kelompok gay dan transgender (waria) merupakan populasi tertinggi dari risiko penularan IMS pada kelompok LGBT, serta memiliki peluang lebih tinggi terinfeksi penyakit IMS, karena faktor jenis kelamin (LSL) atau aktivitas seksualnya. Adapun Yayasan Gaya Dewata (YGD) Bali yang merupakan Lembaga Swadaya Masyarakat yang bergerak di bidang kesehatan khususnya dalam program penanggulangan risiko penularan Infeksi Menular Seksual (IMS), HIV & AIDS untuk kelompok Gay, Waria dan Lelaki yang Sex dengan Lelaki lainnya (GWL) di provinsi Bali. Berdasarkan pencatatandari yayasan, populasi kelompok LGBT yang berisiko tertular penyakit IMS pada tiap tahunnya kian bertambah, khususnya di Kota Denpasar yang merupakan populasi dengan risiko tertinggi diantara kabupaten yang ada di Bali. Dari hal tersebut penulis ingin memberi edukasi kepada masyarakat khususnya kelompok LGBT agar lebih memperhatikan kesehatan diri ditengah maraknya risiko tertular penyakit infeksi menular seksual.

Konsep yang akan diangkat yaitu “Peduli Resiko”. Konsep tersebut dapat penulis jelaskan sebagai berikut :

“Peduli” adalah sebuah nilai dasar dan sikap memperhatikan dan bertindak proaktif terhadap kondisi atau keadaan di sekitar kita. Peduli adalah sebuah sikap keberpihakan kita untuk melibatkan diri dalam persoalan, keadaan atau kondisi yang terjadi di sekitar kita. ([www.petir-rongkop.desa.id](http://www.petir-rongkop.desa.id). Diakses pada 26 Juni 2021). Dalam media ini Peduli dapat dihubungkan dengan kampanye kepedulian terhadap diri sendiri dan orang lain yang bertujuan untuk mengedukasi, dan mencegah penularan dari risiko infeksi menular seksual pada kelompok LGBT. Dalam elemen visual nantinya akan menggunakan warna hangat seperti jingga, kuning, merah, dan sebagainya.

“Resiko” merupakan suatu variasi kemungkinan kejadian yang akan terjadi pada

waktu yang akan datang. Dengan demikian, risiko ada jika paling sedikit ada dua kemungkinan kejadian yang akan terjadi. Makin besar risiko berarti mungkin sulit meramalkan kejadian yang akan datang. (www.definisi-pengertian.com. Diakses pada 26 Juni 2021). Dalam perancangan media kampanye ini “resiko” yang dimaksud adalah memberi informasi dan feeling (perasaan) kepada audiens terhadap akibat yang ditimbulkan dari penyakit IMS, dan kegiatan seksual berisiko yang tidak aman. Tujuan dari hal tersebut, agar masyarakat lebih waspada dan mau menjaga kesehatan dirinya.

Konsep ini akan mengadopsi ilustrasi teknik digital, berupa ilustrasi Pop Art. Pada awalnya aliran gaya desain pop art pertama kali muncul, trending dan berkembang pada tahun 1960-an di Amerika Serikat dan Inggris, dimana tokoh yang identik dengan aliran gaya desain ini adalah Andy Warhol dan Roy Lichtenstein. Gaya desain tersebut digunakan agar visual menjadi lebih menarik, dan tentu memberikan kesan bahasa visual yang unik terkait penyampaian informasi dalam kampanye ini. Ilustrasi tersebut juga disukai oleh usia anak remaja, bahkan hingga dewasa, karena gaya desain ini memiliki citra yang berjiwa muda. Pop Art juga dapat lebih mudah dinikmati oleh siapapun karena penggunaannya relevan dengan media seperti pada spanduk, poster, dan media komunikasi lainnya. Penerapan unsur visual yang lainnya seperti tipografi, layout, dan warna akan menyesuaikan dengan konsep yang ada.

### **Tujuan Media**

Perancangan ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat khususnya kelompok LGBT tentang upaya menanggulangi risiko infeksi menular seksual melalui penciptaan media komunikasi visual sebagai sarana kampanye di kota Denpasar.

## **DATA LITERATUR**

### **Ilustrasi**

Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik menggambar, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud dari pada bentuk. Ilustrasi dapat memperkuat informasi atau pesan yang ingin disampaikan dan menjadi daya tarik visual bagi yang melihatnya. Ilustrasi pada media komunikasi yang akan dirancang untuk mengkampanyekan perihal menanggulangi penularan penyakit IMS, dan akibat dari terinfeksi penyakitnya. Perancangan media kampanye ini akan menggunakan ilustrasi *Pop Art*. **Tipografi**

Tipografi merupakan seni memilih huruf dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia dan menggabungkan dengan jenis huruf yang berbeda. Tipografi juga berpengaruh terhadap keterbacaan, kejelasan dan kemudahan memahami teks. Penerapan tipografi yang akan digunakan pada perancangan media kampanye lebih dominan akan menggunakan jenis huruf *sans serif* yang bersifat sederhana dan mudah dibaca.

### **Warna**

Warna merupakan fenomena getaran/gelombang yang diterima indera pengelihatan. Warna juga unsur penting dalam DKV, karena warna merupakan unsur yang dapat sebagai penanda atau suatu ciri khas dalam suatu desain dan memberi dampak psikologis bagi yang melihat. Untuk menciptakan media komunikasi visual pada kampanye ini, penerapan warna pada desain menggunakan warna cerah seperti warna primer, dan disesuaikan dengan gaya desain media.

## **STRATEGI MEDIA**

Strategi media merupakan suatu proses perencanaan suatu media, yang meliputi proses penyusunan, penjadwalan dan rencana, yang menunjukkan bagaimana waktu dan ruang periklanan akan mencapai tujuan.

## **KHALAYAK SASARAN**

Khalayak sasaran dapat dilihat dari beberapa sudut pandang yaitu geografi, demografi, psikografi dan behaviora, yang dapat dijelaskan sebagai berikut :



### **a. Geografi**

Pada segmentasi ini, pasar dibagi ke dalam beberapa bagian geografis seperti negara, wilayah, kota, desa dan kepulauan yang dipandang potensial akan menjadi target operasi kampanye. Dalam hal ini, merupakan daerah yang dijadikan sebagai tempat berkampanye yaitu di Kota Denpasar, namun tidak menutup kemungkinan keluar daerah. Media yang dirancang akan difungsikan secara maksimal dengan cara menempatkannya sesuai dengan kebutuhan.

### **b. Demografis**

Berdasarkan demografis sasaran yang diinginkan adalah :

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Usia : 18 tahun keatas (remaja, hingga dewasa)

Pendidikan : Umum

Pekerjaan : Semua jenis pekerjaan

Status : Semua status (menikah dan belum menikah)

Penghasilan : Semua kalangan

### **c. Psikografis**

Berdasarkan psikografis sasaran yang diinginkan adalah dengan masyarakat khususnya merupakan kelompok LGBT dengan gaya hidup seksual yang tidak sehat serta tidak peduli terhadap kesehatan diri dalam menanggulangi risiko penularan penyakit infeksi menular seksual.

### **Behaviora**

Behaviora meliputi perilaku pembelian/penggunaan tentang tingkat penggunaan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (Sanyoto, 2006:67). Segmentasi ini dikelompokkan berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau reaksi pembeli terhadap suatu produk. Dalam hal ini, media yang dibuat harus sesuai dengan kebutuhan informasi untuk masyarakat khususnya kelompok LGBT tentang menanggulangi risiko penularan penyakit infeksi menular seksual. Media kampanye hadir dengan sesuatu yang unik dari media sebelumnya, sehingga media yang nantinya dirancang akan mampu membangkitkan empati dari sasaran yang dituju.

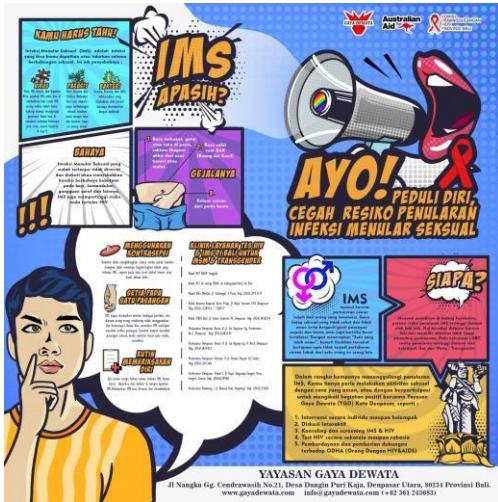
### **USULAN PEMECAHAN MASALAH**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan secara teori dan kepustakaan dari data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa desain komunikasi visual yang digunakan sebagai media kampanye ILM masih kurang intens dan menarik. Maka untuk mencapai tujuan dari kampanye ini penulis akan merancang beberapa media komunikasi visual yang nantinya akan menginformasikan pesan-pesan tentang penanggulangan penularan penyakit IMS kepada masyarakat kelompok LGBT. Penciptaan media yang menarik, informatif, komunikatif, dan persuasif dengan baik diharapkan menjadi senjata yang ampuh untuk mengedukasi dan mengajak kelompok LGBT agar lebih perhatian terhadap kesehatan diri, khususnya di wilayah kota Denpasar.

### **PEMILIHAN MEDIA**

Media yang digunakan dalam kampanye sosial ini diharapkan mampu memberi edukasi kepada seluruh masyarakat kelompok LGBT tentang menanggulangi risiko penularan penyakit infeksi menular seksual. Penulis telah memilih beberapa media yang digunakan sebagai media kampanye sebagai berikut :

## Poster Digital Infografis



Gambar 1. Poster Digital Infografis

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)

Dalam hal ini pemilihan media poster digital karena dalam masa pandemi seperti saat ini, pemerintah menghimbau untuk tetap dirumah dan

menganjurkan program WFH (Work From Home) atau bekerja dirumah. Karena hal tersebut, sumber informasi yang mudah dapat diperoleh masyarakat melalui sosial media elektronik / jejaring sosial. Dalam penyebarannya, poster digital dapat diunggah di berbagai sosial media, seperti Instagram dan Facebook.

### Roll up Banner

Banner adalah suatu media promosi/ publikasi yang dicetak menggunakan print digital dengan ukuran tertentu dan berbentuk portrait atau vertikal. Pemilihan media Roll Up Banner sebagai sarana kampanye, karena masih adanya masyarakat yang beraktifitas ataupun bekerja yang tidak bisa dikerjakan secara WFH (Work From Home). Dengan adanya banner ini dapat menjadi *reminder* (mengingat) kembali mengenai pentingnya menjaga kesehatan diri bagi kelompok LGBT demi menanggulangi risiko penularan penyakit Infeksi Menular Seksual.



Gambar 2. Roll Up Banner

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)

### Stiker

Pembuatan stiker untuk media kampanye

ini bertujuan karena stiker mudah diaplikasikan pada media apa saja, dan tidak memakan banyak ruang dalam penempatannya. Stiker juga dapat berfungsi sebagai *reminder* atau pengingat agar audiens selalu memberi perhatian terhadap kesehatan dirinya. Stiker akan dibuat dengan bahan vinyl, karena karakteristiknya yang lentur maka daya tahan jenis stiker ini sangat baik karena lebih tahan terhadap air dan cuaca.



Gambar 3. Stiker

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)

## Tote Bag

Kampanye akan lebih efektif karena pesan dapat dicetak pada tote bag tersebut. *Tote bag* dapat digunakan pada saat apapun, seperti berbelanja, rekreasi, ke kantor, dan sebagainya yang secara tidak langsung tote bag turut menyebarkan informasi kampanye terhadap orang-orang yang melihatnya. Penggunaan *tote bag* juga dapat mengurangi penggunaan plastik, sehingga ramah lingkungan.



Gambar 4. Tote Bag

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)

## KESIMPULAN

Peran lembaga swadaya masyarakat di bidang kesehatan sangat penting dalam langkah untuk menanggulangi risiko penularan penyakit infeksi menular seksual. Yayasan Gaya Dewata adalah salah satu LSM yang bergerak di bidang kesehatan khusus untuk kelompok gay, waria dan LSL dalam program pencegahan penularan IMS, HIV&AIDS di Kota Denpasar. Maka dari itu untuk memberi informasi kepada masyarakat diperlukan kampanye agar kelompok LGBT dapat waspada terhadap penyakit infeksi menular seksual.

Adanya pertimbangan dari segi geografis (wilayah), psikografis (gaya hidup), demografis (kependudukan), dan behaviora (kebiasaan) sangat

berpengaruh terhadap penciptaan karya desain komunikasi visual nantinya Adapun unsur-unsur visual yang digunakan pada perancangan kampanye ini seperti menggunakan teknik ilustrasi digital dengan gaya desain *pop art*. Penyampain pesan secara verbal maupun non verbal akan ditampilkan secara menarik, informatif, komunikatif dan persuasif. Dalam merancang berbagai media-media tersebut menggunakan software *Adobe Photoshop*, *Adobe Illustrator* dan *Medibang Paint*.

## SARAN

Diharapkan dengan adanya media kampanye, dapat menjadi solusi dalam tindak penanggulangan risiko penularan IMS pada kelompok LGBT oleh Yayasan Gaya Dewata di Kota Denpasar agar lebih intens dilakukan. Hal tersebut mengacu pada meningkatnya populasi kelompok LGBT khususnya gay, waria/transgender yang berisiko menularkan penyakit IMS. Peran desainer komunikasi visual seharusnya mampu memberi solusi, edukasi dan informasi kepada audiens yang dituju melalui media komunikasi visual.

## DAFTAR RUJUKAN

- Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Pendidikan, Bandung : Penerbit Alfabeta
- Morissan, 2010, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta : Penerbit Prenadamedia Group
- Ruslan, Rosady. 2013, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation. Jakarta : Rajawali Pers
- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah, 2010, Metodologi Penelitian pendekatan praktis dalam penelitian, Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : C.V Andi Offset Penerbit ANDI
- APA : *American Psychological Association*, 2015) (Dalam Jurnal Roby Yansyah, Rahayu, 2018, Globalisasi

Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT) : Perspektif HAM dan Agama Dalam Lingkup Hukum Di Indonesia, *Jurnal Law Reform*, Volume 14, Nomor 1 : 133

- Kementerian Kesehatan, September 2020 “Kampanye Bulan Viral Load : Pentingnya mengetahui Status Pengobatan ARV Pada ODHA Melalui Pemeriksaan Viral Load HIV”, *kemkes.go.id*
- Syalaby, Achmad, Januari 2016 “Berapa Sebenarnya Jumlah Gay di Indonesia?”, *nasional.republika.co.id*
- Harnanti, D. V., Hidayati, A. N., & Miftahussurur, M. 2018 “Fakta Penularan IMS Pada Penderita HIV/AIDS”, *fk.unair.ac.id*
- Dewi Lestari, Kadek Yulita; Widyantini, Desak Nyoman; Widarsa, I KetutTangking, 2018, Kejadian Infeksi Menular Seksual Berdasarkan Karakteristik Sosial Demografi Di Puskesmas II Denpasar Utara Tahun 2014-2016. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Universitas Udayana*, Volume 5 Nomor 2 : 1
- Widyantini, Desak Nyoman; Widyantari, Desak Made; DianKurniasari, Ni Made, 2019, Kejadian Infeksi Menular Seksual di Kota Denpasar Tahun 2016. *Buletin Penelitian Kesehatan*, Volume 7

#### SUMBER INTERNET

- <https://www.gurupendidikan.co.id/tag/pengertian-poster-digital>. Diakses pada 26 Juni 2021
- <https://www.seputarpengetahuan.co.id/> Diakses pada 26 Juni 2021
- <http://www.bagsubject.net/2017/11/mengenal-lebih-dekat-tote-bag.html> Diakses pada 26 Juni 2021
- <http://totebagid.blogspot.com/2016/07/pengertian-dan-sejarah-tote-bag-terbaru.html> Diakses pada 26 Juni 2021
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Spanduk\\_web](https://id.wikipedia.org/wiki/Spanduk_web) Diakses pada 26 Juni 2021
- <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-brosur/> Diakses pada 26 Juni 2021
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Mok> Diakses pada 26 Juni 2021
- <http://www.definisi-pengertian.com/2015/05/definisi-dan-pengertian-risiko-umumnya.html> Diakses pada 26 Juni 2021
- <https://www.petir-rongkop.desa.id/first/artikel/573-EMPATI-SIMPATI-DAN-PEDULI> Diakses pada 26 Juni 2021