

STRATEGI KOMUNIKASI DUTA HIV/AIDS DALAM KAMPANYE HIV/AIDS DI KALANGAN TRANSGENDER PADA IKATAN WARIA MALANG

Yuni Lasari, Sulih Indra Dewi, Carmia Diahloka

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang

Email: yunilasari@gmail.com

Abstrak : IWAMA merupakan perkumpulan khusus kalangan waria yang aktif dalam mengkampanyekan HIV/AIDS. Meski waria merupakan orang yang rentan terkena penyakit HIV/AIDS ini, tetapi organisasi ini memiliki seorang Duta HIV/AIDS yang bertugas tidak hanya mengkampanyekan program HIV/AIDS kepada *audience* yang berasal dari kelompok mereka, melainkan juga semua kalangan masyarakat. Selain cara berkomunikasi yang unik dan pembawaan kaum transgender dalam berkomunikasi seputar program HIV/AIDS yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya, duta HIV/AIDS IWAMA ini juga memiliki Strategi Komunikasi dalam kampanye HIV/AIDS. Hal ini dirasa cukup menarik, mengingat peneliti berharap dapat melihat pandangan transgender mengenai kampanye yang dilakukan Duta HIV/AIDS IWAMA dan seberapa besar efektifitas kampanye tersebut untuk kalangan waria tersendiri. Dan ini merupakan hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Sementara sumber data ialah berupa wawancara informan terkait dan studi buku serta referensi yang berkaitan dengan strategi komunikasi dalam kampanye HIV/AIDS. Teknik analisis data ialah dengan menggunakan model Miles dan Huberman berupa tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Kata Kunci : IWAMA, strategi, duta HIV/AIDS, kampanye HIV/AIDS, waria

Abstract : IWAMA is a special association among transvestites are active in the campaign for HIV / AIDS. Although transsexuals are people vulnerable to HIV/AIDS, but this organization has an Ambassador HIV / AIDS who served not only campaign for HIV/AIDS programs to an audience that comes from their group, but also all societies. In addition to a unique way of communicating and disposition transgender in communicating about HIV/AIDS programs that are different from society in general, an ambassador for HIV/AIDS IWAMA also has a communication strategy in HIV / AIDS campaign. It is considered quite attractive, given the researchers hope to see the view on the campaign undertaken transgender Ambassador HIV / AIDS IWAMA and how much the campaign's effectiveness among transvestites own. And this is the focus of this study. This study used a qualitative research approach that aims to understand the phenomenon of what is experienced by the subject of the study such behavior, perceptions, motivations, actions and others. While the source of the data is in the form of an interview related informants as well as reference books and studies relating to the communication strategy in HIV/AIDS campaign. Data analysis technique is to use a model of Miles and Huberman form stages of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion.

Keywords : IWAMA, Strategy, Duta HIV/AIDS, campagne HIV/AIDS, Transgender

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia melakukan berbagai macam kegiatan bertukar pesan, pikiran, dan persepsi melalui berbagai media di antaranya media cetak, media elektronik, hingga media *online*. Bentuk dari pesan/informasi yang diterima dapat bermacam-macam seperti informasi mengenai pendidikan, budaya, sosial, hingga informasi kesehatan. Bisa dikatakan, media telah

membantu para pelaku medis dalam menyebarkan informasi kesehatan kepada masyarakat. Salah satu informasi kesehatan yang saat ini dicari oleh masyarakat ialah informasi tentang HIV/AIDS.

Berdasarkan informasi dari Yayasan DKT Jakarta (2013:1), AIDS adalah singkatan dari *Acquired Immune Deficiency Syndrome* yaitu suatu kumpulan gejala yang ditimbulkan oleh virus yang merusak sistem kekebalan tubuh manusia. Virus tersebut dinamakan HIV atau *Human Immuno Deficiency Virus*. Berdasarkan Ditjen PP & PL Kemenkes RI (dalam Spiritia, 2014), dalam kurun waktu triwulan April hingga Juni 2014, di Indonesia tercatat 142.950 kasus HIV dan 55.623 kasus AIDS). Berdasarkan hasil penelitian Departemen Kesehatan Republik Indonesia (Depkes RI) yang bekerjasama dengan Pusat Penelitian Kesehatan Universitas Indonesia (Puslitkes UI), mengatakan bahwa dari tahun 1993 s/d 1997 terjadi peningkatan terhadap kejadian HIV pada waria yang cukup tajam dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, yaitu dari 6 persen di tahun 1997 menjadi 21,7 persen tahun 2006. Salah satu kasus HIV/AIDS yang pernah menimpa waria atau transgender ini terjadi di Kota Tarakan pada tahun 2007 sampai dengan Maret 2009. Sejumlah 5 orang dan 2 orang waria atau transgender dinyatakan telah meninggal dunia karena HIV/AIDS.

Merebaknya virus HIV/AIDS tersebut, tidak hanya menjadi perhatian pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan lembaga luar negeri untuk ikut serta dalam berbagai penanggulangan HIV/AIDS di seluruh Indonesia. Tetapi juga membuat beberapa organisasi di kota Malang prihatin dan memutuskan untuk melakukan sosialisasi pencegahan HIV/AIDS dengan berbagai program. Menurut Kriyantono (2014), program penanganan HIV-AIDS di kota Malang dirintis sejak 2009. Saat itu Kota Malang, terdapat 900 kasus HIV-AIDS dan membuat Lembaga-lembaga International akhirnya bekerjasama dengan pemerintah dan LSM lokal untuk melakukan upaya prevalensi dan penurunan angka HIV-AIDS. Kemudian di tahun 2003, program HIV/AIDS dengan nama program *Action Stop AIDS* (ASA), didanai USAID (2003-2006).

Salah satu ikatan yang ikut melakukan kampanye penanggulangan HIV/AIDS ialah kaum transgender. Menurut Koeswinarno (2014), transgender atau waria merupakan kaum yang terlahir dalam fisik laki-laki, namun mempunyai perasaan dan jiwa perempuan. Waria mempunyai kebiasaan seperti perempuan di lingkungannya, seperti berpakaian, cara berbicara, maupun duduk menyerupai perempuan. Sama halnya dengan laki-laki dan perempuan, waria juga berkomunikasi dan menciptakan hubungan dengan orang lain. Di kota Malang, organisasi kaum transgender yang terkenal ialah IWAMA (Ikatan Waria Malang). Perkumpulan khusus kalangan transgender ini aktif dalam mengkampanyekan HIV/AIDS melalui duta HIV/AIDS dari kalangan waria/transgender itu sendiri.

Menjadi seorang duta HIV/AIDS tentunya tidak semudah seperti membalik sebuah tangan. Para komunikator yang berasal dari kalangan transgender ini tidak hanya bertugas mengkampanyekan program HIV/AIDS kepada *audiens* yang berasal dari kalangan mereka, melainkan juga semua kalangan masyarakat. Cara berkomunikasi yang unik dan pembawaan kaum transgender dalam berkomunikasi seputar program HIV/AIDS jelas berbeda dengan masyarakat pada umumnya.

Penelitian ini pada akhirnya bertujuan untuk dapat mengungkap beberapa hal diantaranya: (1) Strategi komunikasi dalam kampanye HIV/AIDS di kalangan transgender; dan (2) Bagaimana efektifitas kampanye HIV/AIDS duta IWAMA dalam mengkampanyekan HIV/AIDS di kalangan transgender.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara pendahuluan dan wawancara mendalam. Teknik pengumpulan informan dengan menggunakan teknik *purposive*. Sedangkan untuk mengukur validitas keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara teknik triangulasi data atau triangulasi sumber karena dalam

penelitian ini yang menjadi bahan kajian adalah sumber atau informan. Selanjutnya, untuk analisis data digunakan analisa data Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2011) yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Duta merupakan ujung tombak sosialisasi di masyarakat sekaligus wadah konsultasi dalam membantu memberikan informasi seputar bahaya dan bagaimana penularan AIDS bagi masyarakat sekitar. Dalam penelitian ini, duta HIV/AIDS IWAMA dibagi menjadi dua bagian tergantung wilayah yakni Kota Malang yang dipegang oleh Viru Devana dan Kabupaten Batu dipegang oleh Feby Ayu. Kedua duta sudah menjalankan kegiatan kampanye HIV/AIDS lebih dari enam tahun dan sudah berpengalaman sebagai pembicara terkait informasi seputar HIV/AIDS.

Strategi Komunikasi Kampanye HIV/AIDS di Kalangan Transgender

Adapun strategi komunikasi yang ditemukan dalam kegiatan komunikasi kampanye antar duta dengan peserta ialah menggunakan komunikasi interpersonal dimana komunikasi ini dilakukan melalui penjangkauan langsung kepada peserta kampanye, diskusi harian, hingga melalui kegiatan *intern* Ikatan Waria Malang. Hal ini termasuk dalam teori penetrasi sosial yang dijelaskan Little John (dalam, 2012) bahwa dalam komunikasi interpersonal, seorang dapat melakukan proses *orientation stage* atau tahap orientasi berupa pengenalan awal dimana individu dapat memberikan sedikit informasi tentang dirinya kepada orang lain, kemudian menjalani tahap *exploratory Affective Stage* yaitu tahap seseorang membuka dirinya lebih banyak kepada orang lain yang dianggap dekat seperti teman atau tetangga, lalu mereka menjalani tahap *Affective Exchange Stage* yaitu tahap hubungan seseorang dengan orang lain memiliki pola komunikasi yang lebih spontan, hingga yang terakhir yaitu *Stable Exchange* yaitu tahap hubungan dimana pola komunikasi diantara kedua individu tersebut telah saling terbuka secara utuh dan spontan. Seperti bagaimana teori bawang merah ini terjadi, hal ini juga dirasakan oleh duta waria ketika dirinya mengenal seluruh informannya ketika mengikuti kegiatan kampanye HIV/AIDS.

Selain penjangkauan, duta banyak memanfaatkan kegiatan *intern* IWAMA. Adapun acara tersebut diantaranya: (1) Hari HIV/AIDS Sedunia yang dilakukan setiap tanggal 1 Desember dan merupakan acara wajib yang diadakan oleh Organisasi IWAMA bekerjasama dengan petugas medis di kota Malang; (2) Rapat Harian setiap hari tergantung situasi dan kondisi dengan topik bahasan yang berbeda-beda setiap pertemuan; (3) *Peer Educater* (PE) atau Pelatihan dan pengajaran seputar kesehatan, nilai-nilai dan perilaku dalam mendidik orang lain yang memiliki persamaan latar belakang atau pengalaman hidup; (4) Rapat Pasangan Waria yang merupakan Program sebulan sekali yang dilakukan dengan mengumpulkan pasangan waria untuk diberikan bimbingan seputar keharmonisan hubungan, kesehatan dan konsultasi sesama waria; serta (5) Pertemuan Tokoh Kunci yakni Program kondisional yang dilakukan untuk tujuan *sharing* informasi dan sosialisasi program baru.

Selain itu, kedua duta HIV/AIDS sepakat menggunakan strategi bernama *Edutainment* (*Education* dan *Entertainment*). Program ini adalah salah satu strategi yang dilakukan duta HIV/AIDS untuk mengenalkan program-program dan informasi terkait HIV/AIDS kepada waria atau kelompok dampingan di IWAMA yang dirancang seperti kegiatan *entertainment* atau hiburan yang sifatnya bersenang-senang, tetapi di antara kegiatan ini, diselipkan edukasi seputar HIV/AIDS. Kemasan program dibungkus dalam bentuk kuis, permainan, dan lain sebagainya. Adapun kegiatan *intern* IWAMA yang berhubungan dengan *Edutainment* diantaranya ludruk, lomba busana, lomba kebaya dan masih banyak lainnya.

Sementara mengenai bahasa yang digunakan, dalam tiap kampanye, duta IWAMA banyak menggunakan bahasa gaul yang oleh kalangan akademika biasa dikenal dengan sebutan bahasa Binan. Bahasa ini adalah bahasa yang hanya digunakan oleh kalangan waria, yang berbeda dengan tatanan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Selain bahasa tersebut, bahasa yang digunakan dalam proses diskusi ialah bahasa Indonesia (bila berada di forum tertentu) dan bahasa daerah masing-masing. Pemilihan bahasa baik menggunakan bahasa Binan atau bahasa Indonesia dan daerah, biasanya bergantung pada wawasan waria itu sendiri dan seberapa bisa ia memahami bahasa yang digunakan.

Duta IWAMA juga menarik perhatian peserta kampanye melalui penampilan. Ini juga penting mengingat penampilan adalah salah satu hal yang dipikirkan ketika mereka mengkampanyekan program HIV/AIDS. Dalam kehidupan sehari-hari saja, waria berdandan, menggunakan baju wanita, berperilaku seperti wanita, dan masih banyak lainnya. Sehingga pada proses kampanye HIV/AIDS, duta HIV/AIDS sering menyesuaikan diri dalam berdandan tergantung dari peserta atau kelompok dampingan yang dibidik. Selain itu, lokasi kegiatan kampanye dan situasi yang terjadi di lapangan juga mempengaruhi kemasan duta HIV/AIDS. Untuk kampanye di kalangan waria, pada dasarnya tidak selalu Duta HIV/AIDS berdandan seperti wanita. Hal ini tergambar ketika duta HIV/AIDS melakukan penjangkauan langsung ke rumah waria atau kelompok dampingan yang terkena HIV/AIDS, maka dandanan duta HIV/AIDS akan menyesuaikan dengan tempat. Bila waria atau kelompok dampingan datang ke rumah duta secara langsung, atau bertemu langsung, maka kadang tidak berdandanpun tidak masalah. Mengingat beberapa informasi seputar HIV/AIDS dibagikan selayaknya bergossip. Tetapi bila waria atau kelompok dampingan HIV/AIDS yang dituju tergabung dalam sebuah kegiatan *intern* yang bersifat formal, maka Duta HIV/AIDS akan berdandan. Hal ini juga biasanya diikuti oleh anggota IWAMA lainnya yang berpenampilan sama sesuai dengan situasi dan kondisi.

Dalam melakukan proses kampanye, duta IWAMA dibantu oleh media seperti buku KIE (Komunikasi Informasi Edukasi) dan Dildo (Alat Peraga). Penggunaan dua media ini bertujuan sebagai alat bantu dalam menginformasikan hal-hal yang berkaitan dengan HIV/AIDS bagi kalangan waria yang tidak dapat memahami penjelasan Duta HIV/AIDS seperti kesulitan membaca, mengerti, dan lain sebagainya. Berdasarkan Lasswell dalam Mulyana (2010:69), saluran atau media merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Sehingga sangat wajar bila duta HIV/AIDS memilih menggunakan media dalam proses kampanye untuk menghindari adanya *miss-understanding* dan agar tujuan strategi komunikasi yang memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Efektifitas Strategi komunikasi Kampanye HIV/AIDS Duta IWAMA

Adapun hasil analisis efektifitas komunikasi kampanye duta HIV/AIDS Ikatan Waria Malang berdasarkan tujuh elemen Scoot M. Culp dan Allen (2013) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pengujian Efektifitas komunikasi Duta HIV/AIDS

Elemen	Komunikator Menyampaikan	Efek yang diberikan Informan
Credibility	Melalui pendekatan dan pemanfaatan acara <i>intern</i> IWAMA	Informan dapat menerima dan menyampaikan informasi lainnya. Saling terbuka terhadap komunikator tentang permasalahannya.
Context	Komunikator memberikan informasi sesuai dengan	Informan ikut kegiatan kampanye duta HIV/AIDS dengan semangat

	kebutuhan komunikasi dengan cara yang menarik perhatian	dan ikut terjun dalam kegiatan lain berkaitan dengan HIV/AIDS.
Content	Komunikator menyampaikan isi pesan/informasi seputar HIV/AIDS sesuai kebutuhan	Informan dapat menerima informasi tersebut dan paham dengan maksud informasi.
Clarity	Komunikator yang memiliki sifat transparan, jujur, dan ceplasplos langsung memberikan informasi secara jelas dan langsung kepada inti.	Informan merasa terbantu dengan penjelasan komunikator sehingga tidak ada <i>misscommunication</i> dalam proses pertukaran informasi.
Continuity & Consistency	Komunikator terus menerus mengingatkan informasi tersebut melalui berbagai kegiatan kampanye, sehingga informan tidak lupa dan terus merasa perlu dengan informasi tersebut	Informan paham terhadap informasi dan dapat melanjutkan informasi tersebut kepada orang lain sehingga informasi dapat terus berjalan sebagaimana mestinya.
Capability	Komunikator terus memberikan pengarahan dan pemahaman serta membuat informan mulai melakukan apa yang sesuai dengan informasi	Informan mulai merubah perilaku seksnya menjadi lebih baik dan mulai menyadari bahwa hal tersebut sangat bermanfaat untuk dirinya dan orang lain.
Channel of distribution	Komunikator memilih media yang tepat yaitu buku KIE dan Dildo dalam membantu menyampaikan informasi kepada informan	Informan menerima informasi tersebut dengan nyaman dan akhirnya memahami maksud informasi.

Bila melihat dari hasil penelitian, ditemukan bahwa dalam proses kampanye, kedua duta HIV/AIDS mengalami kesulitan atau hambatan dalam berkomunikasi dengan seluruh informan. Hal ini diakibatkan karena pengaruh sumber daya manusia atau SDM IWAMA yang terdiri dari kalangan berpendidikan rendah yaitu sekolah dasar. Sehingga duta HIV/AIDS terkadang merasa kesulitan memberikan informasi yang bersifat medis kepada waria karena takut mereka tidak dapat mengerti dengan apa yang dijelaskan. Meskipun ini tidak diperlihatkan dari perilaku dan tutur kata duta, tetapi hal tersebut menjadi pekerjaan rumah bagi duta HIV/AIDS yang hendak menyampaikan informasi kepada peserta kampanye. Disinilah, komunikator berusaha sebisa mungkin untuk memberikan pemahaman yang sesuai dengan kemampuan komunikasi dalam mencerna informasi, begitu pula sebaliknya. Sehingga saling percaya antar komunikator dengan komunikan merupakan kunci keberhasilan komunikasi duta dengan peserta selama masa kampanye. Hal ini mengingat *Credibility* atau Kredibilitas merupakan sesuatu yang berhubungan dengan kepercayaan dimana seorang pembicara yang baik harus memiliki kredibilitas agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Selain itu, dalam membangun kepercayaan, duta HIV/AIDS IWAMA diketahui cukup pintar dalam memanfaatkan program penjangkauan ke rumah-rumah waria dan diskusi langsung kepada waria. Hal ini berdampak pada komunikan atau peserta kampanye ketika memperoleh informasi. Menurut pengakuan ketiga informan, informasi yang diberikan oleh kedua duta dapat ditangkap oleh seluruh informan.

Pada awalnya, ketika mengikuti program kampanye HIV/AIDS duta, ketiga informan mengaku takut ketika mengikuti kegiatan tersebut. Tetapi setelah mengikuti kegiatan kampanye

beberapa kali, mereka sudah merasa tertarik. Bisa dikatakan bahwa dalam penelitian ini, setelah menjalani tahap setelah saling percaya, duta HIV/AIDS dan peserta kampanye saling berbagi informasi dan menerima informasi. Respon informan dalam menerima informasi tersebut diantaranya juga dikarenakan informasi yang diberikan merupakan informasi yang penting baginya saat itu atau yang dibutuhkan oleh peserta kampanye. Informan sudah memandang penjangkauan serta kegiatan kampanye tidak hanya sebagai ajang bertemu dan bercerita, tetapi sudah siap menerima informasi yang akan diterimanya. Terlebih lagi, informasi tersebut sudah menarik perhatian informan atau dirasa sudah sesuai *context* atau konteks. Selain itu, komunikasi menjadi efektif apabila isi pesan mengandung sesuatu yang berarti dan penting untuk diketahui oleh audiens (Scoot M. Cultif dan Allen, 2013).

Kegiatan *edutainment* yang diadakan duta HIV/AIDS juga turut menumbuhkan hasrat kepada *audience* untuk mendengarkan penjelasan terkait program HIV/AIDS dan cara pencegahannya. Penggunaan kuis, lomba, dan lain sebagainya merupakan cara yang ampuh untuk membuat mereka ingat dengan berbagai penjelasan yang disampaikan dan lebih dapat dicerna oleh mereka. Hal ini terlihat dari penjelasan ketiga informan yang merasa nyaman selama mengikuti kampanye HIV/AIDS. *Audiens* atau peserta dan kelompok dampingan mendapatkan informasi yang tepat dan cepat terkait HIV/AIDS dan pencegahannya.

Meskipun dalam penjelasan duta, keduanya mengaku kesulitan dalam hal berkomunikasi dengan waria karena tingkat pemahaman waria yang berbeda-beda, komunikasi di antara duta dan peserta masih tergolong efektif atau dalam arti bisa diterima karena sang penerima pesan dapat memahami dan melakukan apa yang terdapat pada informasi yang diterimanya. Terbukti bahwa seluruh informan mengetahui dan memahami informasi seputar HIV/AIDS di luar kepala. Selain itu, penggunaan media yang cocok dan sesuai seperti buku KIE dan Dildo dirasa cukup membantu proses pengefektifan komunikasi antara komunikator dengan komunikan.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi dalam kampanye HIV/AIDS yang digunakan oleh duta Ikatan Waria Malang ialah melalui pendekatan Interpersonal, dimana dalam pendekatan ini, dilakukan berbagai macam kegiatan kampanye diantaranya penjangkauan langsung kepada anggota IWAMA, kegiatan *intern* seperti Rapat Harian, *Peer Educater* (PE), Rapat Pasangan Waria, dan Pertemuan Tokoh Kunci, serta kegiatan menggunakan metode *Edutainment* (Education dan Entertainment) yang dikemas menarik untuk anggota IWAMA atau peserta kampanye. Adapun *Edutainment* dirasa cukup mewakili strategi duta Ikatan Waria Malang mengingat dalam metode ini duta IWAMA dapat mensosialisasikan informasi seputar HIV/AIDS kepada seluruh anggota IWAMA atau peserta kampanye melalui berbagai acara seperti lomba busana dan lain sebagainya.

Meskipun duta Ikatan Waria Malang mengaku terhambat dalam memberikan informasi dikarenakan oleh SDM IWAMA yang memiliki wawasan yang rendah dan masih belum peduli terhadap pentingnya menjaga diri dari bahaya HIV/AIDS, tetapi ternyata efektifitas dari strategi komunikasi duta HIV/AIDS Ikatan Waria Malang dirasakan seluruh informan yang pernah mengikuti kampanye duta IWAMA. Berdasarkan hasil penelitian, seluruh informan sepakat mengatakan bahwa penjelasan duta terkait informasi seputar HIV/AIDS dapat dicerna dengan baik dan sesuai dengan pemahaman seluruh informan. Keberadaan media seperti buku KIE (Komunikasi Informasi Edukasi) dan Dildo (Alat Peraga) juga membantu duta dalam memberikan pemahaman lebih kepada informan yang tidak mengerti penjelasan duta. Selain itu, seluruh informan juga menjelaskan bahwa duta telah melakukan tugasnya dengan baik seperti memberikan penjelasan dan menjawab pertanyaan seluruh informan. Sejauh kampanye berlangsung, informan bebas untuk bertanya kepada duta meskipun diluar

program penjangkauan atau kegiatan *intern*. Karena pada dasarnya, banyaknya komunikasi yang dilakukan oleh duta ialah komunikasi interpersonal atau langsung kepada informan, sehingga setiap informan merasakan manfaatnya secara individu. Seluruh informan mengaku menjadi pribadi yang lebih baik lagi, dengan merubah perilaku seks mereka menjadi lebih baik lagi dibandingkan ketika mereka belum mengikuti kegiatan kampanye HIV/AIDS.

DAFTAR PUSTAKA

- Cultif, M. Scoot. Dkk., 2013. *Effective Public Relations*. [pdf] Tersedia di: <
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CCMQFjAAAhUKEwj3fSH-pXHAhURCI4KHXY6DRo&url=https%3A%2F%2Fwww.rotary.org%2Fmyrotary%2Fen%2Fdocument%2Feffective-public-relations-guide-rotary-clubs&ei=yRvEVavVFZGQuAT29LTQAQ&usg=AFQjCNErX6Fobl-vOkrbkaMXG5jcIJ6LQA&sig2=k8iIyLAb-43lBtoz9tv-MA&bvm=bv.99804247,d.c2E&cad=rja>>. [Diakses pada 25 Januari 2015]
- Departemen kesehatan republik Indonesia (Depkes RI), 2013. *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*. [Website] Tersedia di: www.depkes.go.id/. [Diakses pada 25 Januari 2015]
- Koeswinarno, 2004. *Hidup Sebagai Waria*. Yogyakarta: PT. LKis, Yogyakarta
- Kriyantono, Rachmat, Dkk., 2014. *HIV-AIDS: Perkembangannya di Malang, Pencegahannya dan Penerapan BCC Tools*. [e-book] Tersedia di:
<<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fejournal.undip.ac.id%2Findex.php%2Fmkmi%2Farticle%2Fdownload%2F6168%2F5221&ei=8hzVNYUIMePuATImYGACw&us=AFQjCNH2Q5wIIjFIh-gGIMM1gZqjVPQe7Q>>. [Di akses pada 1 januari 2015]
- Mulyana, Deddy., 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Spiritia, 2014. *Laporan Terakhir Kemenkes*. [online] Yayasan Spiritia. Tersedia di: <<http://www.spiritia.or.id/news/bacanews.php?nwno=2623>>. [Diakses pada 25 November 2014]
- Sugiono, 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Yayasan DKT Indonesia, 2013. *Informasi Seputar Narkoba, HIV/AIDS, Hepatitis & IMS*. [Official publications]