

HASIL WAWANCARA NARASUMBER

Bapak Andrian Yulianto

Koordinator program Kampanye

Yayasan AIDS Indonesia

28 Oktober 2017

Pertanyaan Panduan

1. **Sudah berapa lama anda bergabung dengan Yayasan AIDS Indonesia?**

“Sudah 17 Tahun di YAIDS”

2. **Apakah YAIDS membentuk lembaga Humas? Mengapa?**

“Kalau lembaga humas sampe sekarang kita belum ada secara khusus di program, karna itu lebih, ya kita temen-temen di internal misalkan di saya, di mba Robi di rekrutmen, di Beben. Kita, ya, masing-masing memang menyampaikan misalnya oh, ada kegiatan apa, ya gandeng nih, misalnya diri sendirinya ini mereka sebagai humasnya YAIDS.”

- a. **Seberapa penting peran humas untuk YAIDS?**

“Sangat penting sekali di jaman sekarang, di era sekarang itu sebenarnya kebutuhan ya kan. Cuma kan, kalo di kami di tataran program bertiga, ya pasti kan harus kordinasi kan dengan temen-temen pengurus YAIDS. Lagi-lagi kebijakan, ya kan, artinya kalo kami ya, ya tadi, butuh. Tapi, oh misalkan oh belum, belum ada nih di YAIDS, ya, mau gak mau kami sendiri akhirnya terjun langsung di program iya, gitu kan. Istilahnya di kerjaan sendiri, ya kan, walaupun pasti keteteran kan, oh harus disikapi nih. Karna kalo ngomongin ini ya, kita jumlah karyawan di YAIDS nya gak banyak, 7 ya kan, dan itu harus kegiatannya ada, rutin kan, dan itu harus ada tim *support*. Tim *support*nya bisa dikatakan minim”.

Pertanyaan

I. Mengenali Situasi

1. Apakah YAIDS melakukan analisis situasi terlebih dahulu? Mengapa?

“Itu sebenarnya, sama jawaban saya kaya di humas sebenarnya. Itu kebutuhan sebenarnya, harusnya. Cuma memang lagi-lagi ada kebijakan yang belum di sana gitu. Itu sih jawaban saya. Belum”

a. Mengapa analisis situasi penting dilakukan?

“Sangat diperlukan karena ya, lagi-lagi itu, kalo jaman sekarang tuntutan untuk kita nganalisa ke depan harus seperti apa, karena kan, kita membangun sistem bukan individu. Kalo kita *project* individu, ya kan beda. Tapi pas kita ini ngomong satu kesatuan suatu yayasan, segala macam kan, harus ada. Ya tadi, kami lebih di pelaksana program, tapi misalkan ada temen-temen di pengurus kebijakan.

Artinya kami gak bisa ngambil keputusan sendiri kan. Apa-apa harus oh, kordinasi dulu nih sama temen-temen pengurus gimana baiknya ke depan.”

2. Apakah YAIDS menerapkan fungsi POAC (dalam pelaksanaan program kampanye? Mengapa dan bagaimana fungsi tersebut diterapkan?

“Kalo di KIE itu ada. Jadi kalo kita lebih sisi teknisnya sebenarnya, karna gini, kegiatan rutin di tiap bulan tadi ada briefing, persiapan, temen-temen itu pelaksanaannya. Terus kita juga ada pelaksanaan di penyuluhan trus sama evaluasi. Nah, secara umum, secara global di kita *campaign* juga kita ada perencanaannya kira-kira tercapai gak, yang tadi kan, mau *nextnya* segala macamnya.

Karna kita pengen ngeliat juga, apa nih kendalanya di lapangan. Karna kan, setiap waktu, setiap tahun pasti beda-beda dinamikanya. Oh, faktornya mungkin bisa faktor SDM, orangnya. Atau misalkan oh, tahun ini mungkin bisa aja, mungkin ternyata karna, oh di budget, atau apa.

Nah, ya kita berusaha nyikapin bagaimana caranya kegiatan tetep, penyuluhan berjalan, penyuluhan. Karena penyuluhan ini adalah kegiatan rutin YAIDS selain ada konseling, rekrutment, terus juga tadi juga di *edutainment*, lomba-lomba segala macamnya.”

3. Apa yang menjadi pertimbangan YAIDS dalam membentuk suatu program kampanye? Mengapa?

“Salah satu pertimbangannya kalo di KIE khususnya ya mengedukasi, mensosialisasikan *HIV/AIDS* dasarnya seperti apa, karna ya, ngomong di Jakarta, Jabodetabek masih banyak orang yang awam walaupun sekarang mungkin dari *handphone*, *gadget*, gampang sekali ya informasi *HIV/AIDS* kan. Cuma kadang-kadang, mereka dapet berita *hoax*, segala macemnya.

Jadi, ya kami berusaha pas dateng kan, nyamain persepsi, nyamain pemahaman gitu loh. Untuk supaya mereka juga paham nih, oh ini loh informasi *HIV/AIDS* yang benarnya. Mungkin yang mereka dengar dari teman ataupun dari internet, itu mungkin ada yang kurang tepat.

4. Bagaimana tahapan pembentukan program kampanye YAIDS?

“Kalo secara teknis kalo kami, dari misalkan akhir tahun kaya sekarang, nih untuk tahun 2018. Pasti di internal kami udah punya gambaran lah, target seperti apa, apa yang kami tuju nih, misalkan tahun ini kami ingin mencapai 25 ribu orang yang sudah kita edukasi. Artinya pas kita ngeliat sini, sudah mencapai belum nih, jumlah orang yang kita pengen sampaikan. Apakah sudah di setengahnya dari 25 ribu, atau masih jauh.

Artinya mungkin kita sudah *mapping* gimana caranya untuk bisa lebih agresif untuk, ya ngajak elemen-elemen, temen-temen mahasiswa atau masyarakat untuk bantu nih, sosialisasikan ini *HIV/AIDS* di masyarakat.”

5. Apakah YAIDS memiliki data perkembangan kasus *HIV/AIDS* di Indonesia?

“Punya. Punya dalam arti kami gak, memang fokus di sana. Ya kami dapet rujukan, dapet data dari temen-temen kementerian kesehatan. Ya, kami itu rata-rata ya, kami olah misalkan untuk informasi nih, untuk penyuluhan dan untuk ada *event-event* apa.”

a. Apakah data tersebut digunakan untuk membentuk program YAIDS?

“Salah satunya iya, pasti kita juga melihat data kan, oh seperti apa nih perkembangan terakhirnya setahun terakhir.”

b. Bagaimana data tersebut digunakan?

“Ya, terakhir udah kan, kita liat tadi, oh terakhirnya di apa nih, misalkan ibu rumah tangga, profesi misalkan. Profesi ibu rumah tangga lagi tinggi mungkin, kita juga bisa masuk di penyuluhan kita masuk di ibu-ibu rumah tangga salah satu penyuluhannya.

Jadi itu kan ngeliat juga kan, karena per tiga bulan tersebut, data kasus keluar kan. Desember, Maret, Juni, September, jadi setaun tuh bisa 4 kali data keluar, nah itu salah satu rujukan kita juga untuk melihat trennya lagi banyak di mana sih nih, walaupun secara Nasional kan memang sudah ada.”

II. Mempunyai Tujuan

1. Apa tujuan yang ingin dicapai dari program kampanye YAIDS? Mengapa?

“Tujuan utama kami sih, ya, sebanyak mungkin, khususnya masyarakat Indonesia dan di Jabodetabek paham informasi *HIV/AIDS*, karena emang contoh, salah satu contoh yang kami lakukan yang rutin dari tahun 98 sampe sekarang itu kami banyak di sekolah-sekolah, karena sekolah kan ada per semester ya, artinya kadang-kadang kami masuk ke mereka tuh gak cuma setahun sekali, pas di MOS atau apa tapi setahun dua kali.

Kadang-kadang dari temen-temen sekolah itu butuh informasi tuh rutin, sering, karena dengan diingetin mereka, oh aware nih. Karena mungkin kalo sekali kan belum tentu mereka paham atau denger secara lengkap informasi di awalnya.”

a. Apakah tujuan tersebut sudah tercapai? Mengapa?

“Oke, tujuan pasti berproses, gitu kan. Kalo kami berusaha tadi, dengan mungkin ada kendala atau segala macamnya intinya gimana caranya prosesnya itu yang kami tuju. Pasti kan, pasti ada untuk jumlah orangnya, trus misalkan *audiencenya* gimana paham gak, nah itu mungkin kita berproses lah walaupun mungkin belum 100% tercapai tujuannya.”

b. Bagaimana strategi yang dilakukan agar tujuan tersebut tercapai?

“Salah satu strateginya ya, kami rutin sebenarnya. Kalau di kegiatan penyuluhan, khususnya kami lakukan kegiatan ini dari awal tahun Januari tanggal 1 prinsipnya, akhirnya sampe akhir tahun closing di tanggal Desember tanggal 31 ya, kami prinsipnya itu memang, jadi bisa dikatakan kegiatan kami dari

Senin sampai Jumat penyuluhan juga, kaya sekarang nih hari Sabtu, juga ada penyuluhan juga kita di Jakarta Utara, hari Minggu pun besok kita ada di daerah Depok. Jadi hampir setiap waktu ya kita penyuluhan kemanapun masyarakat dan lembaga yang membutuhkan informasi tentang *HIV/AIDS* itu sendiri.”

III. Menentukan Khalayak

1. Bagaimana cara YAIDS menentukan khalayak sasarannya?

“Kalau khalayak sasaran, ya dari tadi saya sampaikan di awal, sebenarnya kita fokusnya di usia produktif. Dari kami berdiri kan, 199, 13 Agustus 1993. Emang dari awal temen-temen pendiri dari pak Sarito, ada pak Amil Salim dan kebetulan dari ibu Martia Wijaya juga memang kami kebetulan fokusnya di usia produktif.

Dulu waktu di awal sampe 98, kami fokusnya di dunia kerja, *workplace*. Nah, karna waktu 98 krismon ya kan, temen-temen perusahaan. Akhirnya kami fokusnya lebih ke segmen lagi di remaja yang paling bawah, akhirnya kita masuk dari 98 sampe sekarang banyak fokus di remaja khususnya di tingkan SMP, SMA, kampus. Walaupun di dunia kerja pun tetep ada penjangkauan.”

2. Apa tujuan yang ingin dicapai YAIDS terhadap khalayak sasaran?

“Ya, kalo kami dari awal emang tujuan utamanya lebih di sosialisasi, lebih informasi orang yang tadinya gak tau jadi tau, ada temen-temen *NGO* lain juga fokusnya di pengobatan, penjangkauan, ya kan temen-temen ODHA, ke keluarganya juga emang temen-temen LSM punya segmen sendiri, punya pasarnya sendiri, gitu.

Karna pas kita emang berusaha *mengcover* itu semua ga gampang kan, ya gak, ya itu tadi ngomongin kampanye aja tuh banyak hal kan sedangkan kalo ngomongin yang tadi saya bilang di awal kan SDM, yakan, itu berpengaruh. Pas kita emang bernai *mengcover* itu semuanya ya *good*, bagus, artinya emang harus punya tim yang banyak”

3. Apakah ada kesulitan untuk membuat khalayak sasaran aware terhadap HIV/AIDS?

“Ya, pastilah ada lah kendala, ya kendalanya pasti. Ya, tadi saya bilang itu di pihak luar tadi misalkan mungkin dia di kerjasama atau mungkin di masyarakatnya, sebenarnya kan masalah kemasan, *packaging*, iya kan.

Kalau jaman sekarang kan, mungkin dengan bantuan media sosial, trus misalkan, oh kita libatkan temen-temen artis, temen-temen ada media, misalkan ada temen-temen apalagi yang hadiah *goodie bag* sponsor, nah sebenarnya orang lebih suka dibanding mungkin konvensional.

Karna pas ngomongin penyuluhan di kampanye yang konvensional, gak semua orang itu suka, karna kan, oh karna, oh diguruin gitu kan, segala macam. Jadi memang harus pinter-pinter si ngebawain materi nih fasilitatornya, pas orangnya ini emang, mohon maaf, jutekan. Nah, trus *audience* juga misalkan gak bisa diatur, nah, itu kan pasti kan tambah lagi.

Makanya salah satu pengembangan juga di *campaign* dan itu pasti kan ada ngajak, ya tadi kemasan, *packaging*. Sebenarnya lagi trennya apa nih gitu kan di masyarakat gitu kan, diketahui dengan media sosial segala macamnya gitu.”

IV. Menentukan Media

1. Media apa saja yang digunakan dalam pelaksanaan program kampanye? Mengapa?

“Medianya salah satunya, ya media yang biasa kita pake kan, sebenarnya kan, yang apa konvensional misalkan ada PT, terus juga ada grup chat. Terus juga yang pasti salah satu sekarang media sosial kan, ada juga di *edutainment* dipake untuk ngebantu untuk menginformasi *HIV/AIDS* di masyarakat karena lebih gampang penyampaiannya.”

V. Program Kegiatan Kampanye

1. Apa saja program kampanye yang dilakukan oleh YAIDS?

“Salah satu programnya kalau di kami ya tadi, penyuluhan, talkshow, seminar, pameran, kami juga ada kegiatan salah satu tadi di rekrutmen, relawan, pelatihan, terus juga ada pengembangan di *edutainment*. Karena prinsipnya ya di tiga program tersebut kita bersinergi untuk ngasih tau masyarakat awam khususnya di remaja ini loh info *HIV/AIDS* secara benarnya.”

a. Bagaimana cara pelaksanaannya?

“Cara pelaksanaannya kalo di kami ya kami cari tempat, *mapping*, misalkan gini, oh kami di bulan ini mau nyari sekolah di Jakarta Utara atau misalnya di Timur, nah nih kami sudah telfon atau misalkan punya link di sana ya kami berusaha untuk

konfirmasi ke mereka bisa gak kami datang ke sana untuk penyuluhan.

Dari situ kami ya kirim surat, by email atau *fax* atau emang kami datang langsung untuk negosiasi ngejelasin tujuan kami ngapain sih ke sana, ke temen-temen misalkan ke komunitas, ke temen-temen ibu PKK, ke remaja segala macam, dan juga pas mereka memang welcome dan mereka juga bisa waktunya segala macam ya kita jalan.

Tapi ada juga yang mungkin, oh mereka tempat kami tidak beresiko, gak ada, tempat kami baik-baik aja loh, yaudah artinya kan itu kan pilihan mereka kalo kami berusaha ngajak ngasih informasi tentang *HIV*, ini loh bla bla bla segala macemnya.”

2. Bagaimana cara menentukan materi dan isi program kampanye?

“Kalo materi, isinya memang kita sudah bicarakan di awal, kordinasi waktu itu sama, ada pak Sasanto sebagai ketua komite program. Ada bu Ningrum, nah, artinya memang poin-poin apa, yang disampaikan di materi memang sudah melalui kesepakatan temen-temen dari pengurus, supaya rumusnya memang tersistematis urutannya segala macam, bla bla bla segala macam.”

3. Apakah YAIDS memiliki *endroser* dalam program Jakarta Sadar 2017?

“Kalo taun ini sih sementara, taun ini ya ngomongin taun ini kita gak ada. Kalau taun, 2 taun terakhir kita ada. Temen-temen artis yang *support* kegiatan YAIDS. Kalo taun ini kita emang gak ada secara khusus gitu.”

4. Menurut anda, seberapa penting peran *endroser* di kampanye?

Kalau menurut saya sih, penting. Karna lagi-lagi kebutuhan jaman sekarang dengan gadget, media sosial kan, itu juga karna dengan kita sebenarnya temen-temen *NGO*, sinergi temen-temen artis mereka punya kekuatan apa yang dikatakan diikutin dibanding kita yang ngomong, siapa, siapa elu gitu bahasanya kan. Tapi ketika temen-temen artis A ngomong tentang hal yang positif, jelek pun diikutin kadang-kadang kan, ya kan.

Sisi, sisi plusnya temen-temen artis, ya kan, makanya kamipun eh di tau lalu ngajak temen-temen artis, ngajak temen-temen apa, media, Karena menurut kami dukungan artis, media itu bersinergi dengan kami *NGO* LSM. Dan juga temen-temen, mungkin perusahaan, sponsor, dan pemerintah khususnya. Karena pas kita

LSM, artis, media, terus temen-temen perusahaan, pemerintah pun bersinergi, seiringan itu informasi *HIV/AIDS*, minimal standar di Jakarta orang lebih aware.

Tapi mohon maaf, sekarang yang jadi kendala temen-temen jalan sendiri-sendiri. Kebayang ya, itu salah satu yang itu jadi dinamika. Ntar deh, sekarang bulan apa, Oktober akhir ya. November pasti temen-temen media akan banyak isunya. Temen-temen artis mungkin juga akan pake moment itu untuk kampanye dia, tapi mereka pas menjelang hari *AIDS* sedunia.

Kenapa mereka gak bareng sama temen-temen *NGO* LSM *HIV/AIDS* dari awal tahun, media juga dari awal tahun, sponsor itu perusahaan dari awal tahun. Kenapa gak bareng sama temen-temen *NGO AIDS* apapun itu, gak cuman *YAIDS*. Kalo gitu kan orang lebih aware, tahu, orang lebih ngeh, dibanding LSM dengan segmennya masing-masing jalan. Artis jalan menjelang hari *AIDS* sedunia, media juga ngangkat isunya begitu, iya kan, *temporary*. Perusahaan pun begitu, ya kan, pemerintah ya begitu.

Jadi ya itu sebenarnya salah satu yang perlu kita duduk bareng sebenarnya dibahas duduk bareng, ayo nih kita jalanin dari sekarang, dari awal taun januari 2018 sampe desember minimal setaun project bareng, sinergi bareng informasi *HIV/AIDS* orang lebih aware dibanding kalo sudah ngobatin karena kan sekarang Indonesia lebih banyak ngobatinnya dibanding pencegahan. Nah itu, orang Indonesia ya tadi senengnya ngobatin, ngobatin costnya lebih besar dibanding kia kampanye kalo kampanye kan memang harus rutin kan, tapi kadang-kadang ah gitu doang. Gitu kan, toh bosen, boring, ya kenapa gak sekarang ada media sosial, dengan adanya artis, dengan adanya media penyebar informasi, perusahaan bisa ngasih *goodie bag*, ya kan, karna isu ini gak dianggap menarik *HIV/AIDS* sama temen-temen yang tadi saya sebutkan.”

5. Bagaimana peran relawan pada setiap program kampanye yang dilakukan oleh YAIDS?

“Mereka jadi ujung tombak sebenarnya kegiatan YAIDS, karna tanpa mereka kegiatan YAIDS gak berjalan, karna ya tadi, mereka ya paling terdepan dari temen-temen yang baru, terus mereka di latih, mereka terjun sebagai fasilitator, sebagai supervisi, dan mereka emang *event-event* juga mereka *support* jadi mereka yang sebenarnya terdepan yang ngebantu kegiatan ini bisa ada.”

6. Bagaimana cara untuk menentukan peran relawan pada setiap program kampanye?

“Prosesnya mungkin kaya saya cerita di awal, di temen-temen yang baru yang tadi ada istilah fasilitator atau supervisi, pas mereka emang berminat sebagai relawan di YAIDS, mereka dikondisikan sebagai pembicara, mau gak mau, walaupun mereka emang bukan, apa, sukanya, passionnya, di situ ngomong karna tiap orang beda-beda kan ada yang emang orangnya pemalu gak suka ngomong, nah artinya pas mereka ngedaftar kaya sekarang misalnya *interview* kaya gini. Itu mereka apa, ditanya-ditanya dulu sama mba Roby di rekrutmen dan pelatihan.

Trus mereka juga nanti ikut pembekalan tentang informasi *HIV/AIDS*, trus mereka juga ikut tergabung dengan pokja, kelompok kerja, buat proposal segala macamnya, ngirim segala macam, belajar negosiasi Terus mereka walopun sudah syaratnya dari tim rekrutmen, mereka step untuk masuk sebagai apa, fasilitator, mereka pun dilatih sebagai konselor, *hotline* untuk konsultasi *sharing-sharing* curhat segala macam, pas mereka sudah sering-sering ngikutin fasilitator mungkin bisa setaun lebih dan mereka sudah layak sebagai *step* sebagai supervisi, mereka ikut training, training sebagai supervisi.

Artinya temen-temen supervisi nih temen-temen yang sudah kaya pengalaman di lapangan, jam terbangnya sudah ikut turun jadi mereka pun sudah bisa menyikapi sudah bisa belajar sebagai apa, leader tim karna kan mereka kan mulai fasilitator, timnya ada observer juga dan untuk penyambung di antara YAIDS dan pihak yang kita datengin, sekolah, atau misalkan kampus, segala macam. Itu sih gambaran secara globalnya.”

VI. Analisis Hasil Program dan Aplikasinya

1. Apakah dilakukan analisis hasil program dan aplikasinya? Mengapa?

“Ya, kami ya melakukan pas di menjelang akhir tahun pasti kan, dari temen-temen program ngeliat nih seperti apa perkembangan terakhirnya. Apakah memenuhi target dari internal, dari temen-temen di rekrutmen, temen-temen di *campaign*, temen-temen di *edutainment*, supaya pas di tahun depan dia menentukan seperti apa. Itu dia pasti salah satu rujukan juga untuk kita membuat kegiatan.”

2. Bagaimana kordinasi yang dilakukan pada saat program kampanye berlangsung?

“Kalo di internal ya tadi, pas kita emang sudah punya jadwal dari, ya untuk di tim internal sendiri misalkan nyari, karena ada yang namanya kita pokja kan, kelompok kerja. Mereka yang temen-temen nyari tempat atau kita memang diundang. Atau, oh dari internal kita di *campaign* ada tempat penyuluhan, artinya tempat kita emang sudah punya jadwal *schedule*, artinya kita kordinasi dengan temen-temen ada supervisi, trus ada fasilitator, dan ada juga observer.

Artinya kita berusaha nyampein informasi ini selengkap mungkin, walaupun mungkin masih ada kurang maksimalnya, mungkin pas *briefing* gak lengkap timnya atau ada segala macam, itu kan salah satu dari lapangan, ya.”

3. Apakah ada kendala pada pelaksanaan program kampanye?

“Pasti. Pasti setiap tempat tuh pasti punya cerita masing-masing.”

a. Bagaimana cara untuk mengatasi kendala tersebut?

“Salah satunya pasti, pasti kita evaluasi, pasti kita ada briefing. Ada pelaksanaan juga dan ada evaluasi kita berusaha ngingetin, minimal di tim itu, hari itu turun mudah-mudahan kejadian yang misalkan ada *missnya* seperti apa gak terulang lagi.

Ataupun kita, kadang-kadang ada pertemuan rutin ke temen-temen relawan atau temen-temen fasilitator, atau apa, untuk ini loh sebenarnya, kemaren kurang lebih, mungkin sebulan terakhir atau tiga bulan terakhir *note-note* ini kira-kira yang harus kita perbaiki ke depannya.”

4. Menurut anda, apakah program kampanye YAIDS memiliki pengaruh terhadap khalayak sasaran? Mengapa?

“Pengaruh ada, walaupun mungkin gak terlalu besar, ya kita butuh proses karna, alat bantu, alat bantu yang mungkin salah satu untuk ngedukung itu kurang maksimal. Seperti tadi saya bilang, kalo kita sebenarnya bisa duduk bareng sama temen-temen yang saya sebutkan tadi di awal. Itu karna YAIDS fokusnya di kampanye, contoh kaya temen-temen mungkin narkoba lah, mereka di setiap apa, halte transjakarta simple kan, narkoba, narkoba, narkoba, ya kan. lagi.

Nah, sebenarnya kalo *AIDS* itu bisa minimal kaya gitu, masif, gitu kan, itu lebih orang lebih *aware* ya gak, ngajaknya. Dibanding, ah dia ngomong nih, yah bete dong ,kan belum tentu mood dia lagi nyaman ngedengerin ya kan, ya kan orang beda-beda. Atau masuk di *commuter line*, karena ya kalo dari kita YAIDS mungkin sudah mencoba ke sana cuma kan, oh kita bisa *support* ijinnya aja misalkan, tapi untuk, apa, perlengkapan, untuk materinya ini gak bisa, ya kan. Lagi-lagi kan, yang saya bilang, banyak faktor di budget, ya kan. lagi.

Tapi pas temen-temen perusahaan oh, YAIDS dari kontennya, ya kan, temen-temen Jakarta ijin, perusahaan yang ngasih percetakannya, itu selesai kan masalah. Cuma kan ya, ga segampang itu kan ngomong *simplenya* gitu kan. Cuma kan, nganggapnya apa, isunya gak menarik, tapi pas itu dibuat jadi *simple* yang sangat masif kaya temen-temen apa, dhuafa gitu kanl kan masif banget tuh spanduk-spanduk segala macam kan, kenapa gak bisa begitu *AIDS*. lagi.

AIDS sebenarnya masalah sosial loh, iya gak, masih kalah sama narkoba segala macam lah ya yang itu. Jadi kan, sebenarnya apa, untuk bisa sangat masif bisa masuk *AIDS* segala macam sangat keren kan, ya gak, masuk segala macam, ya itu kan lebih ngebantu orang lebih *aware*. Kalo sekarang sih, kalo saya dari tahun 2000 sampe sekarang. 2000-2010 kita masuk sekolah-sekolah tuh agak emang, apa, riskan. Banyak penolakan, 2010 ke bawah ya, tapi pas 2010 ke sini pas kita masuk ke sekolah mereka *welcome*, karena mereka sudah mulai *aware*. lagi.

Dan akhirnya kita udah rutin kan dari 98 kan, jadi mereka juga udah ada *trending* segala macam segala macamnya. Kita lebih gampang masuk diterima gitu dibanding tahun-tahun sebelumnya nih, gitu, jadi memang harus, sangat masif dengan gandeng temen-temen perusahaan, sponsor, karna itu butuh gak butuh gitu kan. Temen-temen media, temen-temen artis, pemberitaan, jadi pas itu dijadiin isu bersama dan mereka emang komit, jalan tuh, eh lebih gampang, ngebangun *awarnessnya* ke masyarakat.” .

5. Menurut anda, apakah program kampanye tersebut sudah efektif sebagai upaya pencegahan HIV/AIDS? Mengapa?

“Kalau sesuai sasaran sih, sesuai sasaran. Untuk prosesnya di penyuluhan kita emang banyak tahun ini masuk di sekolah, ada juga masuk, ya tadi kampus, trus ibu-ibu rumah tangga yang di data kasus emang tinggi nih profesi ibu rumah tangga kasusnya. Jadi kita nyampe di sana gitu, setidaknya-tidaknya untuk, membuka pikiran mereka, informasi mereka.

Karna sama kaya kita mungkin sekolah, atau kuliah kali ya, pas kita emang mendengar informasi di awal mungkin kan gak semuanya langsung *aware*, paham akan merubah sikap. Tapi yang paling penting emang kalo kita bisa dateng rutin, nah rutinnnya ini kan, salah satu yang jadi kendala gak kendala nih, yang tadi di bilang di datanya ada yang mungkin mereka pengennya sekali aja cukup, atau ada minta sebulan sekali emang mereka kepengen, mas rutin dong sebulan dateng, sebenarnya idealnya begitu.

Jadi, jadi ada *controlling* kan, kita juga bisa *month ev*, bisa juga mungkin kuesioner segala macem, jadi lebih dapet nih pengawasannya dibanding kita dateng dan pergi, ya gak. Pas dateng dan pergi kan, belum tentu mereka *aware*, ya kan, ah, pernah denger, ya kan, cuma sekali taun lalu, 2 taun yang lalu, brosurnya juga lupa gitu kan.

Tapi pas kita bisa rutin dateng ke mereka lebih, ini kan mereka juga untuk merubah sikapnya lebih dapet *controllingnya* kaya temen-temen kuliah, sekolah kan emang pengawasannya ada. Jadi pas itunya gak dapet ya, ya ga bisa disalahin mereka juga kurang *aware*, trus ga dapet informasi karna emang ya minim segala macemnya.”

6. Bagaimana cara YAIDS mengevaluasi program kampanye yang dilakukan?

“Kalau kami mengevaluasi pasti ngeliat dari salah satunya jumlah, ya kan, jumlah tempat. Nah, itu juga kira-kira apakah jumlahnya sama, orangnya di taun lalu, atau tempatnya yang sama kadang-kadang kita kan tadi saya bilang di awal kan, bisa aja kita setaun 2 kali turun ke tempat yang sama gitu, karna itu juga menentukan kita pengen sebenarnya punya tempat yang beda-beda. Karna semakin beda tempat yang kita datengin orang lebih *aware* lagi kan, mungkin ke Jakarta Utara, segala macem.

Itu juga untuk ngebantu kita untuk lebih luas lagi penjangkauannya, walaupun tadi emang kegiatan penyuluhan ini kegiatan apa, konvensional kan. Orang mungkin dengernya, ah bosan, beda kalo misalkan ada *talkshow* dari temen-temen artis, ada temen-temen media, ya kan, *packagingnya*, kemasannya beda. Artinya memang harus pinter-pinter dari fasilitatornnya nih untuk ngangkat suatu isu untuk ngobrolin bareng sama masyarakat khususnya salah satu contoh remaja.”

7. Bagaimana komitmen YAIDS dalam upaya pencegahan *HIV/AIDS* melalui pelaksanaan program Jakarta Sadar 2017?

“Komitmen kami di YAIDS, memang fokus utama kami di pencegahan kampanye, mensosialisasikan informasi *HIV/AIDS* kepada masyarakat umum khususnya di usia produktif karena memang temen-temen di usia produktif itu yang butuh informasi. Mau di Indonesia, seJakarta emang banyak temen-temen yang butuh pemahaman untuk supaya oh ini loh informasi yang benar tentang *HIV/AIDS*nya.”