

HASIL WAWANCARA NARASUMBER

Bapak Bernhard Adilaksono W

Koordinator Program Edutainment

Yayasan AIDS Indonesia

20 Oktober 2017 & 30 November 2017

Pertanyaan Panduan

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

“9 Tahun”

2. Bagaimana cara Yayasan AIDS Indonesia berkontribusi untuk menghentikan penyebaran virus HIV di Indonesia?

“Umumnya kita berkontribusi itu dalam membentuk campaign/kampanye. Nah, kampanye itu sendiri memang ada beberapa layer yang kita lakukan atau beberapa program. Itu ada rekrutmen dan pelatihan, lalu ada KIE dan ada edutainment. Nah, ketiga caranya itu berbeda.”

3. Apakah YAIDS membentuk lembaga humas? Mengapa?

“Kalau lembaga humas secara terstruktur belum ada, kita belum ada, walaupun kita banyak membuat kegiatan-kegiatan baik *online* atau *offline*. Memang kekurangan kita di sana, kita memang sudah mengajukan tapi masih belum ada jawaban juga, tetapi untuk mengakali itu, ya biasalah kalau misalnya *NGO* kan kita harus punya banyak akal.

Jadi cara mengakalinya kita menggandeng dari universitas-universitas untuk jadi konsultan kita. Jadi mereka nanti akan bantu terapin kira-kira kehumasan kita standarnya harus seperti apa, jadi kayak semacam konsultan lah.”

- a. Seberapa penting peran humas untuk YAIDS?

“Oh penting banget, karena *image* sesuatu, apa ya, sesuatu *NGO* itu ujung tombaknya tuh di humas, *let's say* kita ada 3 program, kalau 3 program ini selama ini kan banyaknya itu dihandle sama *edutainment* kehumasan. Tapi sebenarnya ketika misalnya dihandle sama *edutainment*, akhirnya *overlapping*, dan

ketika *overlapping* akhirnya tidak maksimal. Nah, ada baiknya memang ada divisi humas sendiri atau yang saat ini lebih banyak kita gunakan kerjasama dengan universitas untuk *managing* maupun strategi kehumasan yang tujuannya biar *exposure* kita keluar itu lebih maksimal”

Pertanyaan

I. Mengenal Situasi

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

“Ya, pasti. Jadi kalo kita itu analisis situasi biasanya kita ambil datanya itu dari data Kemenkes, terus kita lihat juga dari faktor, karena kita banyak lebih turun ke remaja, kita perhatikan faktor-faktor lingkungan mereka dan lalu akhirnya kita terapin beberapa strategi. Misalnya contoh, kalau di remaja saat ini kita banyak menggunakan pola-pola strategi marketing, kita pakai konsep AIDA karena gimana caranya mereka biar bisa interest sampai akhirnya mereka bisa ambil action. Itu kita perhitungkan gimana caranya.

Sampai ke pos kita pun yang tadinya, kalau pos informasi kan biasanya umumnya kaku gitu kan, kita bikin jadi kayak kartun atau kadang-kadang hasilnya bagus tapi gimana caranya biar dibikin agak-agak apa ya, aneh dikit gitu loh biar orang tertarik malah akhirnya dari situ ketika ada keanehan-keanehan tertentu banyak orang justru interaksinya makin kuat. Sekarang kita lebih banyak angkat kalau untuk informasi ngangkat gambar-gambar kartun dan kartunnya itu kadang-kadang kita *mix* jadi ada yang dari apa segala macam kita *mix*.

Malah ada beberapa yang kita tanya ke universitas, kan kita ada program ke universitas, sempet tanya aja, menurut kamu gimana sih. Konyol, lucu. Informasinya tuh apa ya, secara visual mereka udah tertarik dulu ke gambar baru mereka mau baca, kalau di materi visual mereka tidak tertarik kemungkinan untuk membaca itu kecil.”

a. Mengapa analisis situasi penting dilakukan?

“Oke, kenapa penting karena untuk menentukan target dan capaiannya, itu yang pertama. Terus kedua, strategi-strategi yang dilakukan otomatis berdasarkan dari analisis lingkungan itu.

Jadi lingkungan ini pengaruhnya sangat besar, jadi tanpa analisis lingkungan saya rasa ya yang namanya program cuma asal jalan program doang gitu, tapi tidak menentukan kita gak akan tahu *goalnya* mau kemana jadinya.”

2. Apakah YAIDS menerapkan fungsi POAC dalam pelaksanaan program kampanye Jakarta Sadar 2017? Mengapa?

“Saat ini belum, dan ini juga bisa menjadi *inside* juga sebenarnya buat kita, karena kalo untuk manajemen *event* biasanya kita memang lebih ke pelaksanaan. Kita ukur ke tingkat keberhasilan pelaksanaan, dan akhirnya ketika pas *controlling* atau *engagementnya* itu kita jadi laporan.

Dan akhirnya, ketika pas tahun baru dimulai, akhirnya kadang-kadang kita suka ngulang lagi tuh. Jadi *cyclenya* itu yang harusnya bisa satu *cycle*, akhirnya *cyclenya* malah berulang lagi. Itu kekurangan kita saat ini, karena memang *manning* kita juga masih terbatas, SDM juga masih terbatas”

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

“Menjadi pertimbangan kita karena kan kita, memang YAIDS ini bergerak dalam bidang *prenetive*. Nah, dan kenapa kita arahnya ke kampanye karena kita berusaha agar orang membuka pemikiran, persepsi orang terhadap pentingnya *HIV/AIDS*.

Nah, jadi mau gak mau gimana caranya, satu-satunya cara cuma kampanye doang. Walaupun bisa lah, kalau sekarang kita mungkin *tools* untuk promosi ada brosur, *leaflet*, segala macam. Tetapi kalau misalnya kita cuma kasih gitu aja tanpa membuat suatu kampanye yang terstruktur, akhirnya kertas itu cuma diliat sebentar, dibuang, selesai.”

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

“Ada. Kita punya datanya walaupun kita, bukan olah sendiri ya. Kita dapet data itu dari kementerian kesehatan, tapi dari data itu kalau sampai saat ini kita lihat cukup spesifik jadi ada angka *HIV*, ada angka *AIDS*, terus ada angka berdasarkan umur, lalu juga ada berdasarkan resiko. Sampai kalau di *AIDSnya* itu ada berdasarkan pekerjaan. Jadi cukup lengkap buat kita olah”

a. Apakah data tersebut digunakan untuk membentuk program YAIDS? Bagaimana data tersebut digunakan?

“Pasti. Itu jadi acuan, jadi salah satu acuan. Karna walaupun misalnya kalau kita lihat secara data, remaja udah bukan faktor kunci lagi seperti tahun 2010 ke bawah, sekarang malah di usia-usia produktif sampai ke 45 tahun yang tinggi. Tapi kenapa kok kita masih turun ke remaja, ya justru karena faktor kita melihat waktu pas awal tahun 2010 remaja sempat naik, sekarang turun, salah satunya adalah karena kita gencar melakukan kampanye, itu yang pertama. Terus kedua, ini pisau bermata dua juga sebenarnya, yang kedua apakah orang yang sudah, data ini kan dari hasil orang tes, di data itu apakah semua yang tes itu berapa persen sih jumlahnya dari jumlah penduduk di Indonesia, apakah kampanye kita sudah menyeluruh atau dalam artian, *let's say* 100% di Jakarta sudah disuluh atau belum. Nah, ketika sudah disuluh apakah mereka sudah berani dites. Nah itu juga jadi faktor-faktor penentu juga gimana kita baiknya turunnya atau isu yang mau kita bawa itu apa”

b. Dari mana penularan *HIV* paling tinggi?

“*Heteroseksual*, hubungan seksual antara laki-laki dan perempuan di usia produktif”

II. Mempunyai Tujuan

1. Apa itu program kampanye Jakarta Sadar 2017?

“Jadi, Jakarta Sadar itu kita buat waktu itu tahun 2015 pertama kalinya, 2015 itu kita melibatkan beberapa *public figure* untuk kita latih, itu ada Vidi Aldiano, terus ada Indah Dewi Pertiwi sama Rini Wulandari. Dan kenapa kita buat kegiatan itu, karena kita melihat gini, pencegahan *HIV* itu umumnya kita lewat kampanye langsung, *strike* kita ngomongin *AIDS*, *strike* kita langsung ngomongin *HIV*.

Harus pake cara yang agak-agak beda nih, karena melihat generasinya juga sekarang, ketika contoh kita cari subjek kalo misalnya kita pengen tau ya, kita bener-bener pengen tau kita harus, pasti cari langsung ke subjek, subjeknya apa. Tapi kalau kita gak pengen tau dan kita melihat satu judul misalnya di *google* kita lagi cari apa ada muncul suatu judul yang gak membuat kita tertarik ya kita gak akan buka itu.

Nah, gimana cara kita bikin tertarik ya itu kita pakai kata-kata yang agak aneh makanya Jakarta Sadar. Kenapa Jakarta, karena sampai sekarang angka *HIV* paling tinggi di Jakarta, nah makanya kenapa kita gabungin antara Jakarta dan kata Sadar itu dan ketika itu digabung Jakarta Sadar itu maksudnya apa, orang pasti akan bingung nanya-nanya, *gimmicknya* tuh di situ sebenarnya.

Gimmicknya di situ dan kenapa kita populernya juga selalu menggunakan hashtag karena salah satu target kita ke online. Jadi kita ada dua program ada offline dan online.”

2. Apa tujuan yang ingin dicapai dari program kampanye Jakarta Sadar 2017? Mengapa?

“Masyarakat dapat informasi yang tepat, dan terus dari informasi itu akhirnya berani untuk melakukan suatu tindakan YAIDStu tes. Makanya dalam setiap kegiatan offline kita terutama yang di hari AIDS sedunia itu selalu kita ada namanya tes HIV gratis, karena ini kan udah perkembangan juga mengenai treatment HIV/AIDS, jadi kalo dulu ketika kita tahu HIV, kita tunggu dulu sidivor kita sampai turun baru pemerintah mau campur tangan untuk kasih obat, kalo sekarang gak, ketika kita sudah positif HIV, di puskesmas pun kita bisa meminta obat ARV itu gratis.

Nah, makanya kita sekarang mendorong kampanye ke sana jadi kasarnya kita membantu pemerintah untuk menjembatani masyarakat, nah gimana caranya nih kampanyenya kita bikinnya yang kreatif dan menarik”

a. Apakah tujuan tersebut sudah tercapai? Mengapa?

“Sampai kemarin kita acuannya di 2016 kemarin itu untuk tes aja sampai kuwalahan, sampai jam 9 malam pun itu masih ada orang yang mau tes, karena petugasnya juga memang harus pulang karena rumahnya jauh-jauh akhirnya kita alihkan, kita kasih kontak ke puskesmas terdekat dan kita kasih semacam penyuluhan singkat ke mereka.”

b. Mengapa banyak yang mau melakukan tes HIV?

“Kalau misalnya perspektif orang selama ini takut untuk melakukan tes karena dia takut stigma terhadap dia jadi gak enak, dibilang bandel, dibilang nakal, dibilang segala macem. Nah, kita lagi berusaha memperbaiki stigma itu dengan cara kita masukin satu isu lagi tes untuk melindungi keluarga. Secara profesi yang paling tinggi itu adalah ibu rumah tangga.

Kenapa ibu rumah tangga, kan setelah kita paparin fakta ini orang akan bertanya kenapa ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga padahal dia di rumah, aktivitasnya tidak terlalu banyak di luar rumah tapi kok bisa kena HIV, berarti kan

dari luar, dalam arti mungkin dari suami atau dari beberapa hal mungkin.

Nah, ibu rumah tangga yang sehari-hari di rumah aja ternyata profesinya paling tinggi dan seringnya ibu rumah tangga ini tau kalau statusnya dia positif itu setelah pasangannya meninggal atau pasangannya termasuk ke dalam *terminal states*. Kadang-kadang buat si ibu ini juga agak, bukan agak telat sih, butuh penanganan yang agak lebih.

Nah, gimana caranya biar pasangannya tidak tertular maka baik suami atau istri ataupun siapapun wajib untuk tes untuk melindungi bukan hanya dirinya tapi juga keluarganya. Nah, strategi kita begitu.”

c. Bagaimana cara YAIDS menggerakkan ibu rumah tangga untuk tes HIV?

“Nah, dari yang saya jelaskan di awal itu ada *recruitment* pelatihan, ada KIE (Komunikasi, Informasi dan Edukasi), dan *Edutainment*. *Edutainment* ini kasarnya kita mengemas tampilan luarnya biar orang tertarik. Nah, ketika dengan tampilan luar tertarik terus gaungnya kedengeran kemana-mana maka banyak banyak pula permintaan dari masyarakat untuk disuluh.

Permintaan dari masyarakat untuk disuluh, banyak permintaan juga untuk bergabung jadi relawan dan sebagainya. Ketika masuk ke penyuluhan ternyata, ya begitu kita lihat sampai sekarang ini banyak juga bukan dari lembaga-lembaga sekolah, perusahaan dan lain-lain. Tapi juga udah mulai masuk ke RT/RW, puskesmas RT/RW atau ada beberapa juga yang ke arisan-arisan, reuni, karena sekarang kan kalau diliat lagi agak-agak jaman nih reuni SD, SMP, kita udah mulai masuk-masuk ke sana.”

d. Apakah penyuluhan dilakukan berdasarkan permintaan?

“Ada yang atas permintaan, ada yang kita, jadi ketika misalnya pas penyuluhan karena melihat cara penyuluhan kita yang agak berbeda dari beberapa lembaga lain, mereka tertarik, boleh gak sih nanti pas arisan keluarga ngajak YAIDS, oh boleh bu, kita terima aja. Memang permintaan tapi cara kita membuat permintaan itu ada dengan strategi juga, strateginya kita lakukan itu di rekrutmen pelatihan.

Jadi pada saat pelatihan itu relawan kita latih bukan hanya sekedar paham info *HIV/AIDS* tapi juga secara komunikasi dia baik dalam arti jadi komunikator yang baik lalu memahami efek-efek *psikologis* dari lingkungan yang disuluh. Dan di situ ada untuk alat ukurnya ada *briefing*, pelaksanaan dan evaluasi.”

III. Menentukan Khalayak

1. Bagaimana cara YAIDS menentukan khalayak sasaran dalam program Jakarta Sadar 2017?

“Oke. Jadi kalo kita nentuin khalayak sasarannya itu pertama adalah, karena kita yang pertama di kampus terus yang kedua itu di *mall*, jadi nentuin sasarannya itu memang agak beda-beda. Kalo di *mall* kita pertama nentuin sasarannya pengunjung, orang mau gak mau pasti akan ada *impact* dari situ, terus kedua ke lembaga-lembaga yang pernah bekerjasama, sesuai dengan target kita kan, memang remaja.

Kita dari awal tahun Januari sampe November itu pasti akan turun ke banyak sekolah. Nah, jadi agar mereka bisa bergabung dan mengulang informasi mengenai *HIV/AIDS*, kita ajaklah mereka ke *HAS* walaupun kita tidak mobilisasi tapi setidaknya kita info ke mereka bahwa, kita akan ada kegiatan ini dan kalo diliat dari responnya kemarin walaupun gak semua tapi cukup terinformasi ke mereka.”

2. Faktor apa saja yang menjadi penentu dalam menentukan khalayak sasaran?

“Kalo secara spesifik kita sasar di usia produktif, nah, tetapi ketika ada yang namanya di luar usia produktif mau gak mau kita harus bantu mereka bisa akses juga. Nah, kenapa usia produktif, dasarnya ya data *HIV/AIDS* itu tadi karena datanya tinggi. Dengan data yang tinggi itu kita ngerasa kita juga punya kewajiban untuk menyebarkan informasi karena kalau menurut kita data tersebut itu belum data semuanya yang *real*. Gimana caranya biar ketemu data ini mau gak mau kita harus informasi seluas-luasnya ke masyarakat.”

IV. Menentukan Media

1. Media apa saja yang digunakan dalam pelaksanaan program kampanye Jakarta Sadar 2017? Mengapa?

“Kalo publikasi itu kita saat ini lebih menggunakan media sosial kita sendiri, kita juga kerjasama sama beberapa akun media sosial juga contoh kaya @adaeventJakarta dan lain-lain.

Tetapi kalo secara misalnya contoh media konvensional kaya televisi dan lain-lain belum. Rencananya karena ini kan sebenarnya event yang di kampus ini kan pengulangan sampai di tempat ke 5.

Di tempat ke 5 ini baru kita mau ajak media untuk hadir tujuannya biar gak boring. Karena kalau pengalaman kita, kalau kita bikin event di 5 tempat, yang pertama rame, yang kedua mulai sepi, 3,4,5 kosong. Jadi caranya kita justru ngegigitnya di belakang sekalian udah ngomongin HAS. Jadi strateginya begitu.”

a. Siapa yang menjalankan media sosial YAIDS?

“Saat ini baru saya sendiri. Jadi memang balik lagi tadi SDM itu berpengaruh banget. Sekarang untungnya dalam 2 bulan ini saya dibantu ada tim magang, jadi kita untuk ngepost itu cukup tapi untuk sampai bikin engagement yang lebih kuat belum. Kalau ngepost kita tiap hari ngepost pasti, Cuma untuk bales messagenya atau apa kadang-kadang kita ga sempet untuk itu.”

b. Bagaimana strategi media sosial YAIDS?

“Oke, kalau misalnya strateginya itu pertama kita pasti lihat di lingkungan kita dulu dalam artian kalau kita ngomong *instagram* kita harus *effortable* juga kita harus ngebandingin dengan lembaga yang sama-sama *HIV/AIDS* gitu kan.

Kalau misalnya kita ngebandingin dengan yang serupa memang kalau dibidang kita masih lebih baik, tapi kalau dibandingkan dengan *NGO* luar kita masih kurang. Nah, analisisnya adalah di situ kita mulai yang bulan ini kita munculkan gambar-gambar yang semi kartun, ada agak-agak nyeleneh segala macamnya kayak gitu. Sebenarnya itu hasil dari analisa-analisa yang kita punya.”

V. Menetapkan Anggaran

1. Bagaimana cara YAIDS menetapkan anggaran pelaksanaan kampanye Jakarta Sadar 2017?

“Kalo anggaran itu kita ada, ada tim khusus yang membuat anggaran untuk program. Kita estimasi, lalu dari estimasi itu kita buat pengajuan ke pengurus, gimana nih, ini rencana kita dan anggarannya segini. Disetujui apa nggak.”

a. Darimana YAIDS mendapatkan dana untuk melaksanakan kampanye?

“Nah, kalo ditanya darimana, itu pengurus. Dari pengurus, terus kita juga ada donatur. Tapi untuk jelasnya lagi saya hanya membuat estimasi dan itu nanti ada timnya sendiri”

VI. Program Penggiatan Kampanye

1. Apa pesan yang ingin disampaikan dalam program kampanye Jakarta Sadar 2017?

“Jadi, sebenarnya Jakarta Sadar ini kan, memang ajakannya agar menurunkan angka *HIV* yang sebenarnya. Gimana cara yang sebenarnya, adalah ngajak orang ramai-ramai untuk tes.

Nah, dan juga tidak tertutup, jadi ada beberapa rekan-rekan kita, contoh di Bandung, itu ada namanya Graha Bandung. Mereka akhirnya tergerak dengan ada *event* Jakarta Sadar ini. Dia kontak, “mas boleh gak kalo dari graha Bandung pengen ngusung Bandung Sadar”, ada lagi nanti kemungkinan Bogor Sadar, ada lagi Majalengka Sadar atau semua kota itu bisa mengantisipasi, bebas.

Jadi kita hanya bikin contohnya aja, silakan kota-kota lain kalau ingin atau terinspirasi untuk membuat gerakan yang serupa. Dengan gerakan yang masif, kita percaya setiap ada sesuatu yang kita lakukan gak akan ada yang sia-sia”

2. Bagaimana kegiatan yang dilakukan dalam program kampanye pos informasi?

“Kegiatannya itu memang kita ada tiga kegiatan, yang pertama itu lebih ke gimmick buat games segala macam itu untuk memancing pertanyaan sebenarnya. Terus yang kedua itu lebih pemberian informasi bisa melalui tanya-tanya doang atau yang sampai konsultasi langsung.

Yang ketiga adalah *recruitment volunteer*, jadi harapannya sih, misalnya anggaplah mereka gak perlu tahu, mereka ikut games terus mereka tanya dapat *merchandise* akhirnya mereka tertarik mereka pengen tanya lagi lebih jauh dilayanin juga sampai akhirnya oke boleh coba pengen *join* jadi relawan mereka bisa langsung daftar di situ.”

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

“Ada perjalanan kita pakai. Jadi, kita memang nanti di 2017 ini, kita memang udah jalankan beberapa strategi. Pertama strateginya itu kita, ya standar lah informasi mengenai *HIV/AIDS* itu kan buat numbuhin semacam *interestnya* kan, terus kita mulai juga menggunakan iklan berbayar, *promote* lah.

Terus kita juga masukin juga, ya tadi info-info yang *imagenya* agak aneh nyeleneh gitu kan, dan juga kita mulai masukin libatin video, dan juga liputan-liputan ketika kita di universitas-universitas. Jadi untuk ningkatin *desirenya*, dan nanti kita juga ada, strategi kita itu lebih ke apa itu namanya, pentingnya untuk tes dan segala macam dan baru nanti di HAS itu baru ada tes gratis.

Nah, di perjalanan di universitasnya itu kita selalu mengundang narasumber kita itu dari *public figure*, ada yang dari *public figure* penyanyi, ada juga yang *influencer*.

Nah, ini sebenarnya juga proses penyaringan kita, cocok gak, satu visi satu misi gak, karena masalah *HIV/AIDS* ini bukan hanya gue minta tolong selesai gitu. Harus bener-bener ada kepedulian dari mereka.”

4. Bagaimana peran dan fungsi SDM di YAIDS?

“Oke. Kalau secara fungsi tugas dan tanggung jawab, anggaplah *let's say* menentukan deskripsi kerja ya, kalo untuk di *level* staf itu memang sudah ditentukan dari ketua komite program Dr. Sarsanto, tetapi kalau untuk event itu kan kita melibatkan relawan, nah kalo relawan itu biasanya kita melakukan beberapa tes pekerjaan.

Jadi, kaya misalnya contoh *event-event* di kampus yang bagian acaranya itu mereka tuh lagi *roleplay* dengan tujuan mereka akan *handle* event besar YAIDStu hari *AIDS* sedunia. Nah, dan pada saat *event-event* di kampus ini kemungkinan mereka akan berubah-ubah fungsinya, cari *fitnya*, *fit and propernya*. Nah, ketika *fit and propernya* ini dapet yang pas, nah nanti ketika di HAS mereka akan ada di tempat yang bisa maksimal”

5. Apakah ada pembekalan untuk relawan sebagai mediator penyampai pesan YAIDS?

“Untuk menjadi komunikator atau menjadi penyuluh ada, tapi kalo untuk melaksanakan *event*, pelatihannya itu lebih ke *event*, jadi gak pelatihan secara umumnya ada kaya workshop segala macam, ini gak.

Langsung diterjunin ke *event*, abis itu kita evaluasi, diskusi, dan itu walaupun kelihatannya *simple* tapi *impact* dari diskusi itu besar, karena apa, diskusi itu seminggu bisa kita lakukan lebih dari 3 kali. Jadi bener-bener ke *brainstrom* dianya, kebayang harus apa.”

6. Bagaimana cara menentukan relawan untuk terlibat dalam penyuluhan?

“Dari yang saya tahu biasanya setelah nanti kordinator KIE itu menyampaikan bahwa akan ada penyuluhan melalui grup di media sosial, lalu nanti relawannya itu akan japri ke kordinator, setelah ada beberapa nama dijapri ini lalu melakukan analisis sederhana lebih ke feeling, oh ini bagus sama ini, karna ini juga secara skill masih belum terlalu bagus jadi harus dipasangin sama yang bagus, seperti itu.”

7. Bagaimana rencana Hari AIDS Sedunia 2017?

“Oke , jadi kita ada, kurang lebih ada 4 kegiatan. Jadi gak ada yang di tanggal 1 Desember, jadi di tanggal 1 Desember kita *sloting* khusus untuk lebih exposure ke media. Nah, selebihnya itu kita ada 4 kegiatan YAIDS, itu tanggal 30 November (*Central Park*, Neo Soho), itu plannya kita bikin acara ini lebih, apa ya, kita sih kasih labelnya *fun AIDS day*, jadi itu lebih kita ngumpulin anak-anak dengan *HIV/AIDS* trus kita ajak mereka jalan. Mereka, apa ya, ngegames trus bisa dengerin *puppet show* dan segala macemnya itu, makan bareng trus mereka nulisin harapannya mereka. Ada 2 harapan yg mereka tulis, yang pertama harapan ke depan, trus yg kedua apa yg mereka inginin.

Nah, yang harapan ke depannya itu itu nanti akan kita terbangkan rame-rame pake balon. Trus yang 1 lagi yang keinginannya dia, itu nanti misalnya kaya, dia berupa barang segala macem, itu nanti kita kerjasama dengan *Central Park*. Dia nanti di *event* berikutnya mereka ada *event* natal itu Santa Clause bisa kasih itu ke mereka. Jadi misalkan mereka pengen pulpen, atau pengen alat tulis, atau apa segala macemnya.

Terus ada tanggal 3 Desember, ada di 2 tempat, yang pertama itu Jakarta, Jakarta Sadar. Terus kedua Bekasi Sadar, jadi dari konsep kita sebelumnya besar 1 tempat, ini sekarang kita pecah nih, kita pecah ada beberapa. Konsep sih kurang lebih sama, *car free day* gitu sama seperti *car free day* pada umumnya. Tapi di situ kita coba *attract* orang gimana biar dia mempunyai *interest*, atau apa ya, suatu keinginan buat tau info *HIV/AIDS* lebih lanjut. Jadi nanti kita kerjasama dengan duta muda ASEAN, terus ada asosiasi mahasiswa kedokteran dari UI.

VII. Analisis Hasil Program dan Aplikasinya

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

“Kalo dari relawan belum, tapi dari kuesionernya, iya. Karena di kuesioner itu ada, kira-kira program apa yang bagus untuk

dilakukan atau penyampaian informasi seperti apa yang bagusnya untuk dilakukan.”

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

“Kita biasanya bikin tim, nah terutama nih kalo kita ngomongin edutainment ya, kita bikin tim jadi umumnya kordinator program yaitu saya itu memimpin beberapa relawan yang sudah diberikan tugas dan fungsinya, jadi ketika kita bikin tim nanti sistemnya itu komando, rantai komando. Jadi dari misalnya contoh LO melaporkannya ke kordinator LO, kordinator LO itu kontaknya ke stage manager sampai ke stage director sampai akhirnya ke executive producer, jadi standarnya seperti itu.”

3. Apakah ada kendala pada pelaksanaan program Jakarta Sadar 2017? Dan bagaimana cara mengatasinya?

“Pasti. Banyak. Baik dari *manning*, karena kan *manning* kita ini kan banyak *volunteer* bisa dibilang tidak terikat. Terikatnya dari dalam artian lebih keterikatan mereka itu tergantung dari *engagement* mereka ke kita. Ketika *engagement*nya gak kuat seperti yang kaya tadi saya coba jelaskan mengenai endroser kalau misalnya dia kurang tertarik gak nyaman, yaudah lepas juga.

Dan begitupun relawan, ketika mereka tidak punya rasa memiliki yang kuat, selesai kabur-kaburan walaupun udah dikasih tugas. Jadi HAS itu sebenarnya bukan hanya 1 hari itu juga, tapi itu hal yang kita lakukan dari awal tahun kita *maintain* relawannya, kita *maintain followers*, *maintain* masyarakat, agar pas HAS itu mereka sudah punya cukup *skill*, mereka cukup punya keterikatan secara lembaga, sampai akhirnya HAS bisa dilakukan oleh relawan, jadi dari kita untuk kita juga sebenarnya.”

4. Menurut anda, Apakah ada pengaruh dari pelaksanaan program Jakarta Sadar 2017 terhadap khalayak sasaran YAIDS? Mengapa?

“Kalo diliat sih ada ya, karena kalo diliat *trend* dari perusahaan-perusahaan yang minta ada penyuluhan juga saat ini cukup tinggi sejak ada program Jakarta Sadar, kenapa, karena mereka banyak suka melihat dari *instagram*. Umumnya begitu, padahal kita masih belum iklan tuh, jadi bisa kebayang ketika nanti kita udah masukin unsur *endorment*, terus unsur iklan berbayar, *impact* nya pasti akan jauh lebih besar lagi, karena kenapa, data yang kita punya itu sudah cukup banyak.

Kalau dulu kan datanya kita gak cukup banyak, tapi dengan ada *event* terus kegiatan yang *threadnya* jakarta sadar, data kita cukup banyak untuk dipublish. Tinggal nanti masyarakat tinggal sortir mau ambil yang mana. Dan kalau untuk remaja itu kalau dilihat cukup berhasil atau tidak kalau dilihat dari tingkat pengetahuan sih kemarin kita ukur di universitas cukup lah ya, walaupun masih ada beberapa isu-isu yang masih memang harus ditekankan.”

5. Apakah YAIDS memiliki data yang dapat menunjukkan pengaruh dari pelaksanaan program kampanye Jakarta Sadar?

“Oke. Kalo misalnya secara data, data dari 2016 kita ada dari kuesioner dan terus ada juga dari data dari yang bergerak dari relawan. Itu istilahnya, daftar jadi relawan itu ada, tapi memang kendalanya kita ketika relawan yang daftar di 2016 itu ketika kita ajak di pembukaan relawan di 2017 bentrok di masalah waktu. Itu kalau masalah di relawan ya, Tapi kan kalo di kuesioner itu udah tetap, udah *still* tuh ada”

6. Sejauh mana pengaruh yang diharapkan dari program kampanye YAIDS terhadap khalayak sasaran?

“Tindakan. Karena kenapa di dalam setiap kegiatan kita itu ada namanya *open recruitment* relawan, jadi *cyclenya* itu setelah kita buat orang itu jadi mikir kalo ini penting, sampai akhirnya dia berfikir oke ini penting. Terus, abis itu dia punya keinginan untuk bergabung sampai akhirnya dia mengambil suatu aksi.”

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

“Kalo untuk efektivitas yang 2017 saya belum bisa ukur, tapi kalau dilihat dari 2016 itu belum. Nah, kenapa akhirnya di 2017 ini kita coba terapkan beberapa strategi, contoh misalnya strategi pos, terus strategi dalam kegiatan *offline*, tujuannya untuk efektivitas ke sana.

Contoh misalnya dari kegiatan ke kampus-kampus itu kita akhirnya mempunyai kurang lebih sampai saat ini baru 3 kampus tapi kita sudah punya sekitar *let's say* 150 calon relawan yang mendaftar.”

8. Apa yang menjadi acuan dalam perencanaan program di masa yang akan datang? Mengapa?

“Oke. Jadi ini kita memang masih jalan, dalam artian karena kalau kita bikin program terutama yang program Jakarta Sadar ini kita punya target itu kurang lebih lima tahun untuk dijalanin atau mengukur suatu efektivitas suatu program.

Nah, 5 tahun ini dari tahun 2015 yang awalnya itu cuma asal jalan aja, cuma kita libatin *public figure*. 2016 kita udah mulai berfikir lebih detail lagi kita terapin kuesioner segala macam. 2017 ini harapan kita, kita udah bisa ngukur lebih dalam lagi. Contoh, kegiatan kampanye seperti apa yang baik menurut mereka bisa dilihat dari kuesioner, seperti itu sih.”

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

“Komitmen kita kalau ditanya bagaimana, ya kita tekan terus tepat dengan komitmen kita. Karena memang dari 1993 sampai 2017 ini kita terus gak pernah nyerah, kita terus yang namanya semangat dalam mengkampanyekan *HIV/AIDS* sampai sekarang.”