

Pengembangan Media Promosi Kesehatan Sebagai Upaya Pencegahan HIV/AIDS pada Pekerja Sektor Swasta Formal

Heri Sugiarto^{*)}, Zahroh Shaluhiah^{)}, Bagoes Widjanarko^{**)}**

^{*)} STIKES Indramayu, Jawa Barat
Korespondensi : heraru@gmail.com

^{**)} Magister Promosi Kesehatan Universitas Diponegoro Semarang

ABSTRAK

Saat ini kasus tinggi HIV/AIDS adalah dari faktor resiko pertukaran jarum suntik penyalahguna narkoba, sedangkan mayoritas penyalahguna narkoba adalah pekerja. Informasi tentang pencegahan Narkoba pada pekerja muda masih kurang. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan media promosi kesehatan untuk mencegah HIV/AIDS pada pekerja sektor swasta formal. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode literatur review untuk mengidentifikasi kebutuhan media informasi pada pekerja dan dilanjutkan pengembangan media promosi kesehatan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media yang sesuai dengan karakter pekerja adalah poster dan film. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa media poster dan film ini diharapkan efektif dalam merubah perilaku responden untuk peduli dalam pencegahan Narkoba di tempat kerja terkait penularan HIV/AIDS, karena telah dirancang sesuai dengan karakteristik dan keinginan pekerja. Untuk perusahaan diharapkan dapat menempatkan media ini pada tempat yang strategis dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan lebih lengkap dengan adanya intervensi dan evaluasi.

Kata kunci : *Pekerja, HIV/AIDS, Narkoba, Media.*

ABSTRACT

Health promotion media developing to prevent HIV/AIDS for formal private sector workers; *Now, the highest case number of HIV/AIDS was caused by sharing needle of injecting drug users. In the other hand, many drug users have a worker/employee back ground. The information about drug prevention is less to young workers. The goal of this research is health promotion media developing for formal private sector workers to prevent HIV/AIDS. This research is a qualitative research and using literature review to identify media information needs for workers and to be continued with health promotion media developing. The result of this research is showing that poster and film are appropriate media for workers. Based on this result could be conclude that poster and film could change respondent behaviour effectively for caring each other in drug misuse prevention related HIV/AIDS prevention, because this media has been developed suitable with workers characteristic and need. For factory sectors are suggested to put this media at their strategic place and for the next research is suggested doing with intervention and evaluation phase.*

Keywords : *Worker, HIV/AIDS, Drug, Media.*

PENDAHULUAN

Secara global, jumlah total orang hidup dengan *Human Immunodeficiency Virus* (HIV) pada tahun 2007 adalah sebanyak 33,2 juta. Orang yang baru terinfeksi adalah sebanyak 2,5 juta, dan 2,1 juta mati karena *Acquired Immune Deficiency Syndrome* (AIDS). Setiap hari, lebih dari 6800 orang menjadi terinfeksi HIV dan lebih dari 5700 orang meninggal karena AIDS (UNAIDS, 2007). Di Asia, diperkirakan 5 juta orang hidup dengan HIV pada tahun 2007, termasuk 380.000 orang yang baru terinfeksi dan diperkirakan 380.000 orang mati karena penyakit terkait AIDS (UNAIDS, 2008).

Di Indonesia, sampai dengan bulan Maret 2008, menurut Direktorat Jenderal Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan (PP dan PL) Departemen Kesehatan RI pengidap HIV/AIDS secara kumulatif sudah mencapai 11.868 orang. Kasus HIV/AIDS sudah tersebar di 33 provinsi dan 207 kabupaten/kota. Berdasarkan cara penularannya, (kecuali di Papua yang lebih banyak disebabkan oleh hubungan seks yang tidak aman) 49,5% penularan HIV/AIDS di Indonesia dipicu oleh penggunaan narkotik, psikotropika, dan zat adiktif lainnya (napza) suntik (IDU). Karena pemakaian jarum suntik secara bergantian. Cara penularan lainnya adalah seks tidak aman sebesar 46%. Penggunaan jarum suntik di kalangan pengguna napza adalah cara penularan paling banyak virus HIV/AIDS. Menurut estimasi Depkes 2002, dari para pecandu napza suntik yang merupakan Orang Hidup Dengan HIV/AIDS (ODHA) mencapai 90 ribu-130 ribu (Media Indonesia Online, 2008).

Pekerja adalah salah satu kelompok yang beresiko untuk tertular HIV melalui penyalahgunaan narkoba. Hal ini dikarenakan tingginya persentase penyalahguna narkoba yang berlatarbelakang pekerja/karyawan. Di Indonesia, menurut laporan hasil penelitian masalah narkoba di Lembaga Pemasyarakatan yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Narkotika Nasional (BNN) tahun 2003 menunjukkan bahwa proporsi terbesar narapidana narkoba sebelum masuk penjara mempunyai kegiatan bekerja, yaitu sekitar 72,5%. Hal tersebut cukup beralasan karena narkoba bukanlah barang yang murah. Sehingga orang yang bekerja memiliki peluang mampu membeli narkoba. Proporsi terbesar jenis pekerjaan narapidana narkoba adalah buruh/karyawan, yaitu sekitar 57,6%. Kemudian disusul jenis pekerjaan usaha/pedagang, proporsinya mencapai 36,1% (BNN, 2006).

Berdasarkan data kasus tindak pidana narkoba yang dikeluarkan oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) dari tahun 2001-November 2006, diketahui bahwa yang melakukan tindak pidana narkoba 69,59% adalah pekerja. Sedangkan dari semua latar belakang pekerjaan (PNS, Polri/TNI, Swasta, Wiraswasta, Tani, Buruh) pelaku tindak pidana narkoba, paling banyak 52,97% adalah pekerja swasta. Pada Tahun 2006 sampai dengan bulan November, pelaku tindak pidana narkoba yang berlatar belakang pekerja mencapai 76,03%. Kelompok usia pelaku tindak pidana narkoba paling banyak adalah 20-29 tahun, mencapai 52,52%.

Pada tahun 2001 pekerja swasta yang

menggunakan narkoba adalah 1.228 orang dan berdasarkan Badan Narkotika Nasional (BNN), jumlah pengguna narkoba pada pekerja swasta naik dari 8.143 tahun 2005 menjadi 13.914 tahun 2006 (Kompas, 20 Nopember 2007). Berdasarkan Survey Nasional Penyalahgunaan narkoba dan Pengedaran Obat Terlarang pada Pekerja Formal dan Informal (SPPN, 2004), diketahui bahwa 14 dari 100 responden pernah menggunakan narkoba (BNN, 2008). Umur pekerja responden pada survey ini mayoritas (79,7%) adalah berusia 20-39 tahun. Umumnya pertama kali mereka menggunakan narkoba adalah diperkenalkan oleh teman. Dari segi pekerjaan, sebagian besar responden bekerja di sektor formal (88%), hanya sebagian kecil saja yang bekerja di sektor informal (12%). Mayoritas pekerja di sektor formal ini adalah laki-laki (71%). Mayoritas responden penyalahguna narkoba paling banyak berusia antara 19 hingga 39 tahun (89%) (BNN, 2008). Berdasarkan penelitian BNN tentang penyalahgunaan narkoba pada pekerja, diketahui bahwa umumnya pertama kali responden pekerja menggunakan narkoba adalah karena diperkenalkan oleh teman (BNN, 2008). Fakta ini menunjukkan bahwa teman mempunyai pengaruh besar sebagai determinan dari penyalahgunaan narkoba pada pekerja.

Untuk mencegah penularan HIV pada pekerja perlu dilakukan upaya-paya pencegahan yang terfokus pada mencegah perilaku beresiko HIV/AIDS yaitu penyalahgunaan narkoba. Promosi kesehatan perlu dilakukan di tempat kerja untuk menyebarkan informasi pencegahan

narkoba pada pekerja. Menurut laporan *the Substance Abuse and Mental Health Services Administration* (SAMHSA) di Amerika, pekerja muda lebih mungkin untuk menjadi penyalahguna narkoba. Laporan tersebut menunjukkan bahwa hampir 20% pekerja berusia 18-25 tahun menyalahgunakan narkoba pada 1 bulan terakhir, dibanding 10% pada kelompok usia di atasnya (26-64 tahun). Pada saat yang sama pekerja muda mempunyai lebih sedikit mendapatkan akses pencegahan dan pendidikan tentang narkoba di tempat kerja mereka. Ini ditunjukkan dengan 33,33% pekerja berusia 18-25 tahun yang melaporkan bahwa pemilik tempat kerja menawarkan informasi pendidikan tentang narkoba, dibandingkan 40-49% pekerja yang lebih tua. (Cesar Fax, 2007) Karena masih kurangnya informasi tentang narkoba pada pekerja dalam rentang usia tersebut, maka perlu dilakukan promosi kesehatan, dengan memanfaatkan media promosi kesehatan yang sesuai.

Intervensi sebagai upaya pencegahan masalah kesehatan masyarakat dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya adalah menggunakan media untuk mempromosikan kesehatan. Promosi kesehatan tidak dapat lepas dari media karena melalui media, pesan-pesan yang disampaikan dapat lebih menarik dan dipahami, sehingga sasaran dapat mempelajari pesan tersebut sehingga/sampai memutuskan untuk mengadopsi perilaku yang positif (Notoatmojo S, 2005).

Beberapa tujuan atau alasan lain mengapa media sangat diperlukan di dalam pelaksanaan

promosi kesehatan antara lain adalah: media dapat mempermudah penyampaian informasi, menghindari kesalahan persepsi, memperjelas informasi, mempermudah pengertian, mengurangi komunikasi yang verbalistik, dapat menampilkan obyek yang tidak bisa ditangkap dengan mata, memperlancar komunikasi dan lain-lain (Notoatmojo S, 2005).

Dalam promosi kesehatan untuk pekerja terkait pencegahan narkoba ini, tentunya harus menggunakan media yang sesuai dengan keinginan dan karakter pekerja. Media yang sesuai dengan pekerja dan yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah media poster dan film. Berdasarkan penelitian efektifitas media internal pada pekerja di PT. Unilever Indonesia Surabaya Tbk yang meliputi papan pengumuman, poster, dan spanduk sebagai rambu-rambu peringatan yang cukup banyak digunakan untuk memberi informasi pada pekerja, ditemukan hasil 56,7% responden sangat setuju bahwa poster merupakan media yang paling banyak memberi informasi pada pekerja, karena responden merasakan manfaat yang besar dari media poster (Universitas Kristen Petra). Disamping itu penelitian lain menunjukkan bahwa poster efektif untuk upaya promosi kesehatan di tempat kerja, berupa promosi penggunaan tangga di tempat kerja untuk naik dan turun dari lantai satu ke lantai lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya penurunan yang signifikan jumlah pengguna tangga, setelah poster dilepas (Science Direct, 2008).

Menurut *Survey Need Assesment* pada suatu proyek (2008-2009) yang bertujuan untuk membatasi penyebaran dan dampak HIV melalui

pengecahan HIV/AIDS dan STIs serta mengurangi resiko penularan diantara pekerja pabrik garmen (*The Ready Made Garmen Industry* di Banglades), diketahui bahwa dari 1000 pekerja, atau sekitar 70% dari mereka adalah penonton televisi dan program pilihan mereka adalah film, drama dan berita (Anonim, 2008).

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa media poster dan film adalah media informasi yang sesuai dengan kebutuhan pekerja, khususnya pekerja swasta formal. Karena persentase responden pekerja swasta formal yang menyukai media tersebut cukup tinggi. Sedangkan tema untuk poster dan film yang akan dibuat dalam penelitian pengembangan media untuk pencegahan HIV/AIDS pada pekerja ini adalah kepedulian teman terhadap pekerja dalam mencegah penyalahgunaan narkoba. Tema ini diambil karena penyalahgunaan narkoba bisa menjadi ancaman bagi pekerja swasta formal yang bisa berdampak terhadap penularan HIV, sedangkan pengaruh teman merupakan determinan yang paling dominan terhadap penyalahgunaan narkoba.

Tujuan umum penelitian ini adalah mengembangkan media promosi kesehatan sebagai upaya pencegahan HIV/AIDS dengan tema kepedulian sesama pekerja dalam pencegahan penyalahgunaan narkoba pada pekerja sektor swasta formal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat tindakan (*action research*) (Babbie, 1986), yaitu berupa

pembuatan media poster dan film. Data-data penelitian didapatkan dari hasil penelitian, buku, artikel dan jurnal-jurnal kesehatan ilmiah yang berkaitan dengan masalah HIV dan narkoba, perilaku terkait HIV, narkoba, dan determinannya pada pekerja di seluruh dunia sampai dengan tahun 2009. Penelitian dilakukan melalui dua tahap, yaitu tahap identifikasi kebutuhan media dan tahap pengembangan media. Identifikasi kebutuhan media informasi sasaran dilakukan melalui review literatur terhadap tulisan-tulisan ilmiah yang berkaitan dengan media pada sasaran/pekerja. Data-data penelitian tentang media pada pekerja didapatkan melalui *searching* materi di internet ataupun mendapatkan buku-buku terkait secara langsung. Sedangkan pada tahap pengembangan media promosi kesehatan, dimulai dengan pengembangan konsep awal, perancangan produk media, *pre-test*, dan pembuatan produk media.

Pengumpulan data uji coba rancangan awal untuk poster adalah dengan menggunakan cara pretes yang berupa interview dengan responden pekerja dan disertai pula dengan konsultasi, meminta pendapat ahli (*expert review*) (AIDSCAP, 2009), yang meliputi ahli media promosi kesehatan dan tenaga pengajar. Sedangkan untuk rancangan film yang berupa skrip tidak dilakukan uji coba terhadap pekerja sasaran, tetapi dilakukan konsultasi dengan meminta pendapat dari ahli media promosi kesehatan, tenaga pengajar dan ahli media film sebagai masukan untuk perbaikan desain film.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **Identifikasi Kebutuhan Media Informasi**

Untuk mengidentifikasi kebutuhan media informasi pada pekerja telah dilakukan *review* literatur dari penelitian tentang media promosi kesehatan pada pekerja. Karena keterbatasan literatur mengenai tema tersebut yang bisa diperoleh selama penelitian ini, maka peneliti hanya menganalisis 5 hasil penelitian tentang media pada pekerja, 2 buku dan 2 artikel.

Berdasarkan penelitian efektifitas media internal pada pekerja di PT. Unilever Indonesia Surabaya Tbk yang meliputi papan pengumuman, poster, dan spanduk sebagai rambu-rambu peringatan yang cukup banyak digunakan untuk memberi informasi pada pekerja ditemukan hasil sebagai berikut: Sebanyak 49,8% responden lebih dari 3 kali membaca poster dalam sehari karena poster dianggap sangat menarik untuk dilihat. Selain gambar yang menarik, terdapat pesan yang jelas yang disampaikan media poster. Hanya 17% yang tidak setuju dengan media poster karena merasa bosan dengan poster, sehingga kurang dalam membaca poster. Menurut penelitian tersebut, 56,7% responden sangat setuju bahwa poster merupakan media yang paling banyak memberi informasi pada pekerja. Sebaliknya hanya 20,9% responden yang menyatakan poster tidak efektif untuk menyampaikan informasi keselamatan dan kesehatan kerja pada pekerja. Untuk keefektifan poster dalam menyampaikan informasi pada pekerja, sebanyak 33,2% menyatakan cukup efektif dan 45,8% menyatakan poster efektif. Karena responden merasakan manfaat dan

mereka merasa poster adalah media yang menarik untuk dibaca dan dilihat (Universitas Kristen Petra, 2008).

Efektivitas poster juga ditunjukkan pada saat poster digunakan untuk upaya promosi kesehatan di tempat kerja, berupa promosi penggunaan tangga di tempat kerja untuk naik dan turun dari lantai satu ke lantai lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya penurunan yang signifikan jumlah pengguna tangga, setelah poster dilepas. (Science Direct, 2008; Eves, Web, Mutriell, 2006). Satu penelitian menyatakan bahwa poster mempunyai efek signifikan hanya untuk penggunaan tangga ketika turun ke lantai bawah (Kerr, Eves, Carrol, 2001). Hanya ada satu penelitian yang menyatakan bahwa tidak ada efek signifikan dari intervensi poster terhadap penggunaan tangga di tempat kerja (Badland, Schofield, 2005). Pemasangan poster, merupakan salah satu cara untuk mendidik dan membangun keterampilan diantara pekerja, juga merupakan cara yang biasanya dipakai untuk menyampaikan informasi kesehatan di tempat kerja (Ridley, 2006). Untuk tema informasi kesehatan di tempat kerja, tema HIV/AIDS dan narkoba termasuk yang dipilih oleh pekerja untuk disampaikan kepada mereka (Ayubi, 2005).

Untuk kebutuhan media informasi berupa film untuk pekerja. Berdasarkan *Survey Need Assesment* pada suatu proyek (2008-2009) yang bertujuan untuk membatasi penyebaran dan dampak HIV melalui pencegahan HIV/AIDS/STIs serta mengurangi resiko penularan diantara pekerja pabrik garmen (*The Ready Made Garmen Industry* di Banglades), diketahui

bahwa dari 1000 pekerja, atau sekitar 70% dari mereka adalah penonton televisi dan program pilihan mereka adalah film, drama dan berita. Film merupakan media audio visual yang bisa sangat mempengaruhi *target audience*, karena menstimulasi indra penglihatan dan pendengaran secara bersamaan. Sehingga kemungkinan pesan untuk diingat oleh target sasaran menjadi sangat besar jika dibanding media visual atau audio saja. Apabila media ini dibuat semenarik mungkin disesuaikan dengan karakter target sasaran (pekerja), tentunya akan menjadi media informasi yang akan sangat efektif bagi pekerja.

Berdasarkan hasil *review* diatas dapat diketahui bahwa media poster dan film adalah media informasi yang sesuai dengan kebutuhan pekerja. Karena persentase responden pekerja yang menyukai media tersebut cukup tinggi dan efektif digunakan sebagai media informai untuk pekerja.

Pengembangan Media Poster

Target dari poster ini adalah pekerja swasta formal yang bukan penyalahguna narkoba, dengan kategori umur 18-29 tahun, lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA), tingkat penghasilan menengah, bertempat tinggal di daerah perkotaan. Tema poster yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah kepedulian sesama pekerja dapat menjadi faktor yang kuat untuk mempengaruhi perilaku positif, yaitu mencegah penyalahgunaan pekerja. Poster didesain untuk menyadarkan pekerja tentang kepedulian untuk mencegah penyalahgunaan narkoba di tempat kerja. Poster ini menggambarkan pekerja tengah menolong

temannya yang sedang menyalahgunakan narkoba di toilet. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran kepedulian kepada rekan kerja agar mampu membebaskan dirinya dari masalah narkoba. Juga jangan sampai penyalahgunaan narkoba ini terjadi pada pekerja-pekerja yang lain. Tidak selayaknya seorang pekerja bersikap tidak peduli kepada rekannya yang sedang terbelit masalah narkoba. Poster ini dapat dipasang di ruangan tempat kerja, kantin perusahaan, papan pengumuman perusahaan, angkutan karyawan dan *mess* karyawan (Notoatmojo S, 2005). Tulisan pesan poster ini adalah; Cegah narkoba, Bersama Kita Bisa, Banyak pecandu narkoba adalah dari kalangan pekerja. Ayo! Kita bersama, cegah narkoba di tempat kerja kita. Hasil yang diharapkan adalah setelah terpapar media poster, pekerja yang menjadi *target audience* dapat menyadari bahwa dengan adanya kepedulian, mereka dapat mencegah rekan kerja dari menyalahgunakan narkoba.

Pada penelitian ini, dilakukan *pre-test* terhadap desain awal poster yang dilakukan terhadap 3 orang pekerja sektor swasta formal, 1 ahli media promosi kesehatan dan 1 tenaga pengajar. Berdasarkan hasil *pre-test* pada responden pekerja, diketahui bahwa responden kurang memahami apa yang sebenarnya ingin disampaikan oleh poster ini. Responden menyatakan tidak ada kesesuaian antara kata dengan gambar yang ditampilkan. Responden juga tidak menyukai gambar poster ini. Sedangkan saran-saran untuk perbaikan poster ini adalah memperbaiki gambar, penyesuaian

pesan dan memberikan warna yang lebih terang.

Berdasarkan masukan-masukan dari ahli media promosi kesehatan, dapat diketahui bahwa hal-hal yang perlu diperbaiki dalam rancangan poster ini dari sudut pandang ahli media promosi kesehatan adalah: Pesan kurang menggambarkan kepedulian teman pada pekerja/teman kerja terkait masalah narkoba. Gambar kurang menarik, kurang hidup, lebih menyerupai karikatur, kurang menyatu dengan *background*. Gambar terlalu gelap, sehingga kurang jelas. Pesan pertama dan kedua kurang menstimulasi emosi. Pesan ketiga sebaiknya ditambah fakta-fakta tentang pengguna narkoba. Disarankan untuk tidak menggunakan sebutan “kita” untuk menyebut sasaran. Sedangkan masukan dari seorang tenaga pengajar adalah agar gambar disesuaikan dengan pesan. Kata-kata yang penting untuk ditonjolkan, menggunakan font dengan ukuran atau warna yang berbeda, misalnya kata “narkoba”.

Menurut Swann (1987) media poster adalah suatu media yang dapat mengkomunikasikan pesan langsung kepada target sasaran, beberapa langkah-langkahnya dalam pembuatan poster, yaitu:

- Menetapkan pesan yang akan disampaikan, dalam poster ini pesan yang akan disampaikan adalah pekerja perlu memahami dan mengerti mengenai bahaya narkoba dan memberikan kepeduliannya kepada teman kerja agar tidak terjebak masalah narkoba.
- Menetapkan bentuk, ukuran dan proporsi. Media poster ini berbentuk *portrait* dengan ukuran kertas A3 dan proporsinya lebih

menekankan pada keseimbangan antara pesan dengan gambar yang ditampilkan. Upaya untuk membuat tertarik target sasaran adalah dengan menampilkan gambar pekerja yang penuh peduli tampak menolong rekan kerjanya yang sedang tak sadarkan diri karena menggunakan narkoba.

- Pesan disampaikan secara sederhana dan langsung kepada tujuan. Media poster yang dirancang ini menggunakan kata-kata yang langsung kepada tujuan, yaitu : “Cegah narkoba”.

Media poster ini banyak mendapat kritikan pada aspek pesan dan gambar yang kurang menunjukkan aspek kepedulian terhadap teman kerja dalam kaitannya dengan masalah narkoba. Sehingga untuk revisi media poster pencegahan HIV/AIDS pada pekerja dengan fokus pesan pada pencegahan pemakaian narkoba ini dikembangkan dengan lebih fokus pada aspek kepedulian teman kerja, yaitu dengan mengganti isi pesannya yang lebih menonjolkan kepedulian yaitu pesan utamanya “Kepedulianmu Begitu Berarti”. Dari aspek emosi pada pesan kedua telah dibuat pesan yang menyentuh emosi yaitu “Telah Banyak Teman yang Hilang Karena Kau tak Peduli”. Pada pesan ketiganya sesuai dengan masukan pretes telah ditambah dengan fakta-fakta penyalahgunaan narkoba pada pekerja. Pesan yang dibuat ini juga tidak meninggalkan teori pembuatan media poster itu sendiri, antara lain adalah: pesan bisa terbaca dari jarak 6 meter, tidak menampilkan banyak kata-kata, dapat membuat target tertarik, dan pesan mudah dimengerti. Hal ini sesuai dengan teori yang

menyatakan penyampaian pesan dalam bentuk gambar dan/atau tulisan harus dibuat sedemikian rupa sehingga mudah dimengerti dan menarik bagi siapapun yang melihatnya (Hess, Tosney, Liegel, 2009)

Dengan menggunakan ukuran poster A3, warna yang telah diperbaiki dengan membuat lebih jelas, gambar yang telah diperbaiki sehingga tampak lebih neutral. Karakter huruf yang sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa sebaiknya penyusunan kalimat dengan ukuran jenis dan ukuran huruf yang sesuai dan sederhana, misalnya huruf-huruf sans serif seperti *Helvetica*, *Arial*, dan *Univers*. Jenis huruf ini tidak memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstroke*. Huruf ini berkarakter *streamline*, fungsional, modern dan kontemporer. Pemilihan teks sebaiknya memperhatikan *legibility* dan *readability*. *Legibility* mengacu pada kejelasan/kejernihan huruf atau bagaimana *audience* dapat dengan mudah membedakan satu huruf dengan huruf yang lainnya. Sedangkan *readability* lebih mengacu pada seberapa baik huruf tersebut mempengaruhi dalam komposisi sebuah kata, kalimat dan paragraf. Ukuran huruf yang digunakan sudah sesuai teori yang menyatakan bahwa ukuran huruf sebaiknya tidak kurang dari 12 point. (Hess, et all, 2009; IDEP, 2009; anonym, 2009; Sitepu, 2009)

Ukuran huruf yang digunakan juga cukup besar dan kontras dengan *background*, serta gambar yang ditampilkan adalah gambar yang merepresentasikan tentang kepedulian teman kerja terhadap masalah narkoba, maka diharapkan sudah sesuai dengan teori media

target sasaran adalah dalam bentuk rancangan yang sudah jadi, bukan dalam bentuk naskah skrip. Tetapi karena keterbatasan waktu dan dan, maka untuk pretes film ini dilakukan sampai dengan tahap skrip film.

Berdasarkan masukan-masukan dari ahli media promosi kesehatan didapatkan kesimpulan bahwa hal-hal yang harus diperbaiki dalam film ini adalah; pengurangan dialog yang ada dalam film ini, perlunya menampilkan tempat kerja (karena dalam film ini tidak ada penggambaran aktivitas di tempat kerja), menambahkan *scene* kepedulian, terhadap teman kerja yang bermasalah dengan narkoba, membuat *ending* yang dramatis supaya bisa menstimulasi emosi target sasaran.

Berdasarkan masukan-masukan dari ahli media film dapat diketahui bahwa hal-hal yang harus diperbaiki dalam film ini adalah; mengurangi dialog yang ada dalam film ini, mengurangi pengambilan gambar secara *Close Up*, perlunya memasukkan nuansa agama agar sesuai dengan budaya melayu, perlunya memasukkan latar belakang musik yang sesuai yaitu yang beruansa agama karena latar belakang musik menentukan bagus atau tidaknya cerita film.

Berdasarkan masukan dari pengajar dapat diketahui hal-hal yang harus diperbaiki dalam film ini adalah; perlunya menampilkan latar belakang tempat kerja, membuat konflik lebih tajam (sehingga film tidak membosankan), adegan kepedulian terhadap teman yang bermasalah dengan narkoba dibuat lebih kuat lagi.

Media audiovisual mampu menimbulkan dampak yang kuat terhadap *audience*, dengan

tekanan pada dua indera sekaligus yakni penglihatan dan pendengaran. Film juga mampu mengkombinasikan gerakan, kecantikan, suara, warna, drama dan humor (Kuswandi, 1996). Dalam film ini terdapat pesan-pesan moral yang disampaikan oleh tokoh protagonis yang digambarkan sebagai teman yang baik yang mampu memberikan pertolongan kepada temannya yang terjerat masalah narkoba. Dalam film ini digambarkan permasalahan pekerja yang terjerat masalah narkoba yang memang hal tersebut menjadi realita di masyarakat pekerja. Penggambaran yang menyerupai realitas sosial akan membuat penonton merasa berempati dan diharapkan mampu mengubah perilaku mereka menjadi perilaku yang diharapkan seperti yang digambarkan dalam film. Hal ini sesuai dengan pernyataan Jowett (1971) yang menyatakan bahwa film selalu mengambil tema dari realitas sosial.

Alur film ini sesuai dengan teori media audiovisual yang menyatakan bahwa alur film terbagi menjadi tiga bagian yaitu *Act 1* yang berisi pengenalan, *Act 2* yang berisi konflik dan *Act 3* yang berisi penyelesaian (Rayya, 2001). Alur cerita dimulai dari *Act 1*. Yaitu rutinitas pagi hari tokoh bernama Rizal, sebagai tokoh protagonis dia digambarkan sebagai seorang yang religius, berbadan tegap untuk menggambarkan seorang yang sehat. Tampilan pertama dalam film ini dimulai dari aktivitas bangun malam dan sholat tahajud seorang Rizal. Dilanjutkan wudhu dan sholat subuh berjama'ah di masjid. Pada pagi harinya Rizal tampak merapikan buku-buku yang masih tampak berserak pagi itu, karena dia belum

sempat merapikan buku-buku tersebut setelah dia baca tadi malam. Dari beberapa buku tersebut, tampak buku bertema agama dan narkoba. Kemudian Rizal berangkat bekerja dengan baju kerja yang rapi. Tak lupa memasang kartu nama. Pada saat berjalan ke tempat kerja dia menerima pesan singkat dari Hasan yang merupakan teman Rizal. Hasan digambarkan sebagai seorang yang tidak rapi, berbadan kurus, pengguna narkoba. Isi pesan sms dari Hasan adalah dia tidak berangkat kerja hari itu. Dilanjutkan *Act 2*. Rizal pulang kerja, tampak Rizal menuju Apartemen Hasan. Rupanya dia ingin menengok Hasan yang tidak masuk kerja hari itu. Dia mengetuk apartemen Hasan. Tapi Hasan lama membukakan pintu untuknya. Rizal menelponnya. Hasan membuka pintu rumahnya dengan sempoyongan. Rizal terkejut, dia mengikuti Hasan menuju ke kamarnya. Rizal lebih terkejut ketika menemukan serbuk putih di kamar Hasan. Dia bertanya kepada Hasan darimana asal benda itu. Rizal diam saja. *Act 3*. Rizal menolong Hasan untuk menyembuhkannya dari penggunaan narkoba. Dengan memberikan kepedulian berupa pengawasan dan nasehat-nasehat agama. Hasan kemudian terbebas dari masalah narkoba. Rizal berterimakasih kepada Rizal karena telah dibantu untuk lepas dari masalah narkoba. Hasan berjanji untuk menolong juga, jika dia menemukan teman-teman yang bermasalah seperti dia.

Berdasarkan masukan-masukan dari *pre-test* yang telah dilakukan, peneliti memperbaharui skrip. Perbaikan yang dilakukan adalah dengan menambahkan pengambilan *scene* di tempat

kerja, yaitu ketika Rizal merapikan berkas-berkas di tempat kerja, yang sebelumnya tidak ada. Kemudian beberapa dialog juga telah dikurangi, karena memang yang ditonjolkan dalam film adalah efek visualnya. Untuk lebih menunjukkan kepedulian teman, maka ditambahkan *scene* Rizal mendoakan Hasan, supaya dia dapat terbebas dari masalah narkoba, juga dia mengajak Hasan untuk tinggal sementara di apartemennya sampai dia terbebas dari masalahnya. Untuk menambah kesan dramatis, ditambahkan pula *scene* Hasan dipecat dari tempat kerjanya, *scene* ini tidak ada pada *script* sebelumnya. Untuk menambah efek dramatis di akhir cerita ditambah *background* musik yang menyentuh. Kalau pada *script* sebelumnya terlalu banyak pengambilan gambar *close up*, maka pada *script* setelah *pre-tes* lebih banyak *medium dan long shot*, kecuali untuk menegaskan tampilan suatu benda, misal, serbuk narkoba tetap diambil *close up*.

Berdasarkan masukan-masukan dari konsultasi tersebut diatas, maka dilakukan perbaikan terhadap skrip film sebelum dilakukan pelaksanaan *shooting*. Berikut ini adalah synopsis film “Sahabat Sejati” dengan *script* yang telah diperbaiki:

“Rizal sebagai teman dekat Hasan, memutuskan untuk pulang lebih awal, untuk menengok Hasan yang pada hari itu tidak masuk kerja. Rizal datang ke apartemen Hasan, dia sangat terkejut ketika dia melihat Hasan tampak sakit dan dia menemukan narkoba di kamar Hasan.

Rizal ingin menolong Hasan untuk

membebaskannya dari masalah narkoba, terlebih lagi, beberapa hari berikutnya, Hasan dipecat dari tempat kerjanya karena narkoba.

Karena rasa empati pada temannya, Rizal memaksa Hasan untuk tinggal bersamanya, untuk memproteksi Hasan dari menggunakan narkoba lagi. Rizal berpikir bahwa Hasan belum mencapai tahap ketergantungan obat. Dia memutuskan untuk mengawasi perilaku Hasan. Dia mencoba memberi Hasan saran-saran untuk melakukan sesuatu yang positif (seperti, berdo'a, membaca Qur'an dan mendekat pada Allah). Dia menyarankan Hasan minum banyak air untuk membersihkan racun narkoba dari tubuhnya.

Beberapa bulan kemudian, Hasan telah bebas dari masalah narkoba dan mendapat pekerjaan yang baru. Hasan berterimakasih kepada Rizal karena telah menyelamatkannya dari masalah narkoba yang bisa menghancurkan masa depannya. Hasan berjanji untuk tidak menggunakan narkoba dan dia ingin menolong teman-temannya yang juga bermasalah dengan narkoba, seperti apa yang telah dilakukan Rizal padanya”.

SIMPULAN

Media yang dikembangkan untuk pekerja swasta formal berupa poster dan film. Poster yang dikembangkan bertepatan kepedulian kepada teman kerja dalam mencegah penyalahgunaan narkoba. Poster ini akan ditempatkan di ruang tempat kerja, papan pengumuman perusahaan, kantin perusahaan dan mess pekerja, ruangan training. Sehingga memungkinkan bagi pekerja untuk selalu melihat

dan membaca pesan yang ada di poster tersebut.

Film yang dikembangkan adalah film pendek berjudul “Sahabat Sejati”. Film ini dikembangkan dengan mempertimbangkan karakter dan selera sasaran yang sama dengan sasaran media poster. Film ini dapat ditayangkan di televisi yang ada di ruang tempat kerja, kantin perusahaan, atau ditayangkan pada saat training karyawan dengan tema pencegahan HIV/AIDS maupun narkoba.

KEPUSTAKAAN

- AIDSCAP (The AIDS Control and Prevention) Project. 2009. How to Conduct Effective Pretests: Ensuring Meaningful BCC Messages and Materials. Dalam www.fhi.org/NR/rdonlyres/conducteffectivepretestenhv.pdf diakses pada tanggal 3 Maret 2009.
- Anonim. 2008. Young Power in Social Actions, HIV/AIDS and Work-Place Interventions. Dalam http://www.ypsa.org/gfatm_912.htm diakses pada tanggal 13 Desember 2008.
- Anonim. 2009. What's the Right Typeface for Text: How to Choose a Type Face for Clear, Easy Reading Over Long Distances. Dalam <http://www.BAmagazine.com> diakses pada tanggal 3 Maret 2009.
- Ayubi, Dian, Soekidjo. 2005. Promosi Kesehatan di Tempat Kerja. Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Babbie, E. 1986 The Practice of Social Research Fourth Edition, Belmont California, Wadsworth Publishing Co.

- Badland, H. M. & Schofield, G. M. 2005. Posters in a sample of professional workplaces have no effect on objectively measured physical activity. *Health Promotion Journal of Australia*, 2005.
- BNN. 2006. Data Kasus Tindak Pidana narkoba di Indonesia tahun 2001-2006 Nopember, Dit IV/narkoba, 2006.
- BNN. 2004. Himpunan Hasil Penelitian BNN. Dalam <http://www.bnn.go.id/file/statistik/Himpunan%20hasil%20Lit%20BNN%202003%20&%202004.pdf> diakses pada tanggal 13 Desember 2008.
- Cesar Fax. 2007. Young Adult Workers Have Highest Rate of Illicit Drug Use; Least Access to Workplace Drug Education and Employee Assistance Program., A Weekly Fax from The Center for Substance Abuse Research University of Maryland.
- Direktorat Jenderal PPM & PL Departemen Kesehatan RI. 2008. Laporan Kasus HIV/AIDS di Indonesia sampai dengan bulan Maret 2008. Depkes RI.
- Eves, F. F., Webb, O. J. & Mutrie, N. A. 2006. Workplace intervention to promote stair climbing: greater effects in the overweight. *Obesity*.
- Hess, G., Tosney, K., dan Liegel, L. 2009. Creating Effective Poster Presentation: An Effective Poster. North Carolina State University. Dalam <http://www.ncsu.edu/project/posters/NewSite/> diakses pada tanggal 1 Februari 2009.
- IDEP. 2009. Panduan Desain Media Cetak: Mendesaian Media Visual dan Cetak yang Efektif. Dalam <http://www.idepfoundation.org> diakses pada tanggal 3 Maret 2009.
- Jowett, G., dan Linton JM. 1971. *Movies As Mass Communications*. London: Sage Publication.
- Kerr, J., Eves, F. & Carroll, D. 2001. Can posters prompt stair use in a workplace environment? *Journal of Occupational Health* 2001.
- Kompas. 2007. narkoba Marak Digunakan Pekerja, Indonesia Dianggap Kondusif untuk Aktivitas Produksi. Kompas. 20 Nopember 2007.
- Kuswandi, W. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Media Indonesia Online. 2008. Saatnya Pemerintah Tepati Janji soal AIDS. Dalam http://mediaindonesia.com/index.php?ar_id=MjM1NjU= diakses pada tanggal 11 November 2008.
- Notoatmodjo, S. 2005. *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta. Jakarta.
- Rayya, M, 2001. *Penulisan Skenario: Program Bimbingan Anak Sampoerna, Pop Corner*.
- Ridley, John. 2006. *Ikhtisar Kesehatan dan Keselamatan Kerja*. Edisi Ketiga. Editor: Lameda Simarmata. Penerbit Erlangga. Jakarta.

- SAMHSA. Departement of Health and Human Services. 2008, Substance Abuse and Mental Health Services Administration Office of Applied Studies The 2007 National Survey on Drug Use and Health: National Findings. [Online]. Dalam <http://oas.samhsa.gov/nsduh/2k7nsduh/2k7Results.pdf> diakses pada tanggal 13 November 2008.
- Science Direct. 2008. Can poster promote stair use worksite environment joh.med.uoeh-u.ac.jp/pdf/E43/E43_4_07.pdf. Dalam http://www.sciencedirect.com/science?ob=ArticleURL&_udi=B6WPG4NTB9393&user=10&rdoc=1&fmt=&orig=search&sort=d&docanchor=&view=c&_searchStrId=948709911&_rerunOrigin=google&_acct=C000050221&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=99773f5a4c40b9855c42450541d1e1b8 diakses pada tanggal 13 Desember 2008.
- Sitepu, V. 2009. Panduan Mengenal Desain Grafis. Dalam <http://www.escaeva.com> diakses pada tanggal 3 Maret 2009.
- Swann, A. 1987. How to Understand and Use Design and Layout. Quarto Publishing PLC, London.
- Universitas Kristen Petra. 2008. Efektifitas Media Internal dalam Menyampaikan Informasi Mengenai Keselamatan dan Kesehatan Kerja di PT Unilever Tbk-Rungkut Industri Surabaya. Dalam <http://digilib.petra.ac.id/jiunkpe/s1/ikom/2007/jiunkpe-ns-s1-2007-51402081-5041-internal-chapter4.pdf> diakses pada tanggal 13 Desember 2008.
- UNAIDS. 2007 AIDS Epidemic Update, WHO; 2007.
- UNAIDS. 2008. Report on The Global AIDS Epidemic, UNAIDS; 2008