

## **DAMPAK TAYANGAN BERTEMA STIGMATISASI PADA ODHA (ORANG DENGAN HIV/AIDS)**

**Prima Ayu Rizqi Mahanani\***

### **Abstrak**

Masyarakat masih saja menganggap HIV/AIDS adalah penyakit yang kotor dan hina. Stereotip tentang ODHA yang identik dengan penjaja seks komersial (PSK) dan kaum homoseksual sulit untuk dihapuskan. Stigma buruk masih terus membayangi pengidap HIV/AIDS sehingga mereka tersingkir dari kehidupan nyata sehari-hari. ODHA akan terus-menerus mengalami diskriminasi karena dikaitkan dengan perilaku seks.

Metro TV yang dikenal sebagai media anti *mainstream* mendiskusikan tema HIV/AIDS dalam acara Mata Najwa episode "Hidup dalam Stigma" pada 16 Oktober 2013. Tayangan tersebut pastinya sangat membantu ODHA memperbaiki citra negatif dan meluruskan pemahaman masyarakat yang keliru tentang ODHA.

Paper ini berusaha menganalisis dampak tayangan Mata Najwa episode "Hidup dalam Stigma" pada komunitas ODHA Setulus Kasih di Kota Kediri yang juga mengalami diskriminasi dan krisis kepercayaan diri. Gagasan tentang pengaruh media massa yaitu televisi pada khalayaknya, membantu saya menggali lebih dalam efek apa yang terjadi setelah ODHA terpapar tayangan tersebut.

Tulisan yang berorientasi pada khalayak ini bertujuan untuk mengetahui dampak tayangan bertema stigmatisasi pada komunitas ODHA Setulus Kasih. Untuk itu digunakan pendekatan kualitatif melalui metode wawancara mendalam dan observasi kepada sepuluh informan yang dipilih secara *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif milik Miles & Huberman serta validitas datanya menggunakan teknik triangulasi. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa ada dampak positif dari tayangan Mata Najwa episode "Hidup dalam Stigma" pada komunitas ODHA Setulus Kasih Kota Kediri. Efek yang ditimbulkan lebih kepada tataran perubahan sikap, perubahan kognitif, tanggapan emosional, sosialisasi, dan mendefinisikan realitas.

**Kata kunci:** ODHA, Stigma, Tayangan, Dampak

---

\*Dosen STAIN Kediri, Jurusan Ushuluddin dan Ilmu Sosial, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kediri 64127, HP: 0817250841, e-mail: prima.ayu99@yahoo.co.id.

## **Pendahuluan**

Stigma buruk yang sampai saat ini masih melekat pada diri pengidap HIV/AIDS (*Human Immunodeficiency Virus/Acquired Immune Deficiency Syndrome*), membuat mereka dijauhi dan tersisihkan dari kehidupan nyata sehari-hari. Orang Dengan HIV/AIDS (ODHA) sering dianggap tidak punya harapan hidup dan selalu dipandang sebelah mata sebagai pengidap penyakit menular yang sulit disembuhkan. AIDS sangat ditakuti karena merusak sistem kekebalan tubuh terhadap penyakit dan sampai sekarang belum ditemukan obatnya. Yang baru ditemukan adalah obat untuk melambatkan pertumbuhan virus HIV-nya dan harus dikonsumsi seumur hidup.

Jarang ada stereotip tentang ODHA yang hidup bahagia, sukses, berprestasi, terus berkarya, dan berhasil bangkit dari keterpurukkan. Padahal ada banyak orang yang tertular tidak dari perilaku seks yang menyimpang. Ada ODHA yang tertular karena penggunaan jarum suntik bersama, jarum tato, transfusi darah, suami terinfeksi HIV/AIDS yang menularkan kepada istrinya, dan ibu hamil atau ibu menyusui yang terinfeksi HIV/AIDS kepada janin/bayinya.

HIV/AIDS akan tetap dianggap sebagai aib dan nista karena dalam pikiran mereka ODHA adalah orang yang suka gonta-ganti pasangan seks. Kampanye tentang cara penularan virusnya dan penyebaran informasi yang lengkap mengenai penyakit ini tidak membuat masyarakat mengubah pandangannya pada ODHA. Karena ini juga tidak dapat dipisahkan dari kultur masyarakat Indonesia yang dinarasikan menganut budaya ketimuran bahwa persoalan seksual adalah hal yang sakral. Sehingga diskriminasi terhadap ODHA akan sulit diperjuangkan apabila masyarakat kita masih menganut pandangan dominan bahwa pengidap HIV/AIDS adalah seseorang yang hina karena pelaku seks menyimpang.

Melalui program acara Mata Najwa di Metro TV episode "Hidup dalam Stigma" yang tayang pada 16 Oktober 2013, mengangkat tema HIV/AIDS bertujuan untuk menyegarkan kembali seluruh masyarakat Indonesia tentang pemahaman yang keliru terhadap ODHA. Di episode tersebut Najwa Shihab sebagai pemandu acara menghadirkan tiga narasumber, yakni Yurike Ferdinandus (ibu rumah tangga), Hardiman (aktivis LSM Medan Plus), dan Rika Loretta

(ODHA yang bersuami bukan ODHA). Ketiga narasumber menceritakan dengan teras teras telah menanggung stigma negatif. Mereka bertiga menuturkan bagaimana mereka terpapar virus tersebut. Mata Najwa ingin menggugah bahwa menderita HIV/AIDS tidak sama dengan kematian. Dari segi angka, jumlah penderita HIV/AIDS di Indonesia juga belum mencapai jutaan.<sup>1</sup> Tayangan tersebut pastinya sangat membantu ODHA untuk memperbaiki citra negatif yang sudah tersebar di masyarakat dan meluruskan pemahaman yang keliru tentang ODHA.

Data ODHA di Kota Kediri yang didapatkan dari Komisi Penanggulangan HIV/AIDS Daerah (KPAD) Kota Kediri tahun 2014 tercatat 141 orang terkena HIV/AIDS. Dengan perincian 98 orang terinfeksi HIV dan 43 orang terkena AIDS, 89 orang laki-laki dan 52 orang perempuan. Dari jenjang usia 0-4 tahun hingga > 60 tahun, penyandang terbanyak adalah usia 25-54 tahun sejumlah 115 orang. Kasus HIV/AIDS berdasarkan profesi, angka tertinggi pada profesi wirausaha sebanyak 35 orang dan ibu rumah tangga sebanyak 35 orang.<sup>2</sup> Angka yang tidak bisa dikatakan kecil untuk ukuran Kota Kediri yang hanya berpenduduk sekitar 312.331 jiwa. Bahkan dari data tahun 2012 hingga tahun 2013, diketahui jumlah penderita HIV/AIDS untuk kelompok anak-anak, remaja, dan mahasiswa mengalami kenaikan tiga kali lipat.<sup>3</sup> Suatu fakta yang tidak bisa kita abaikan begitu saja.

Komunitas ODHA di Kota Kediri yang berhasil terdata antara lain Galery, Icis, dan Setulus Kasih. Saya memilih komunitas ODHA Setulus Kasih karena komunitas ini tergolong masih baru terbentuk dan anggotanya banyak yang mengalami krisis kepercayaan diri sehingga perlu untuk dilakukan pendampingan. Anggota komunitas ODHA Setulus Kasih ini sangatlah membutuhkan dukungan, motivasi serta mengharapkan kehangatan keluarga dan penerimaan masyarakat. Karena ODHA juga berhak memperoleh hak hidup, hak memperoleh pendidikan, hak bermasyarakat, dan hak memperoleh pekerjaan.

Rendahnya edukasi dan informasi memahami cara penularan penyakit

---

<sup>1</sup> <http://www.kompasiana.com>

<sup>2</sup> Data statistik Komisi Penanggulangan HIV/AIDS Daerah (KPAD) Kota Kediri tahun 2015.

<sup>3</sup> Jawa Pos, 20 Maret 2014, hal. 25

HIV/AIDS membuat beberapa anggota komunitas ODHA Setulus Kasih juga mengalami diskriminasi, salah satunya adalah tidak diterima di lingkungan keluarga (tersisih) dan dikeluarkan dari tempat kerja karena membuka statusnya sebagai ODHA. Akibatnya ODHA menjadi stres dan tertekan.

Penelitian saya mempunyai pertanyaan tentang bagaimanakah dampak tayangan Mata Najwa di Metro TV episode "Hidup dalam Stigma" pada komunitas ODHA Setulus Kasih Kota Kediri? Tulisan yang berorientasi pada khalayak ini bertujuan untuk mengetahui dampak tayangan bertema stigmatisasi yang merepresentasikan dirinya pada ODHA.

### **Tinjauan Pustaka**

Ada beberapa penelitian dan pustaka mengenai kajian khalayak (*audience studies*) yang mendukung penelitian ini, diantaranya adalah penelitian Isma Hanim tentang “Pengaruh Tayangan Televisi terhadap Sikap (Studi Korelasional Pengaruh Acara Dahsyat di Stasiun Televisi RCTI Terhadap Sikap Mahasiswa FISIP USU)” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh acara Dahsyat di stasiun televisi RCTI terhadap sikap mahasiswa FISIP USU. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R. Maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi; kuat antara acara dahsyat di stasiun televisi RCTI terhadap sikap mahasiswa FISIP USU.<sup>4</sup>

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Suherman tentang “Pengaruh antara Intensitas Menonton Tayangan Televisi dan Kendali Orang Tua dalam Menonton Tayangan Televisi Terhadap Perilaku Negatif Anak Usia Dini di TK Islam Syaichona Cholil Balikpapan”. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui hubungan baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama antara intensitas menonton tayangan televisi dan kendali orang tua dalam menonton tayangan televisi terhadap perilaku negatif anak usia dini dengan sampel 40 orang. Data dikumpulkan melalui angket dan dianalisis menggunakan korelasi parsial serta teknik regresi ganda yang menunjukkan hasil ada hubungan atau pengaruh yang positif dan signifikan antara intensitas menonton tayangan

---

<sup>4</sup> <https://www.researchgate.net>

televisi terhadap perilaku negatif anak di kalangan siswa TK Islam Syaichona Cholil Balikpapan.<sup>5</sup>

Penelitian ini memilih pendekatan kualitatif karena ingin mendapatkan hasil analisis yang tidak sekedar angka tapi juga penjelasan mendalam dari sepuluh informan yang diteliti. Peneliti memutuskan mempelajari dampak media berlandaskan teori tentang kekuatan dan pengaruh media. Media adalah sumber informasi dan hiburan utama kita. Media mengonstruksi banyak pesan yang dapat mempengaruhi pelbagai pandangan kita terhadap dunia.<sup>6</sup>

Wilbur Schramm menyatakan alasan utama kita mempelajari proses komunikasi adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi itu mendapatkan efek. Kita ingin mengetahui efek dari suatu jenis komunikasi atas seseorang atau sekelompok orang. Schramm menggolongkan efek komunikasi massa ke dalam dua efek, yaitu: efek umum atau efek “dasar” yang diramalkan dapat terjadi akibat pesan-pesan yang disiarkan melalui media massa dan efek khusus berkaitan dengan dampak yang diperkirakan akan timbul pada individu-individu dalam suatu massa. Oleh karena ada kombinasi yang berbeda-beda antara situasi, kepribadian dan kelompok di antara anggota-anggota suatu *mass audience* dalam penerimaan pesan, akan jenis efek yang mungkin timbul (*the possible effect*) akan berbeda-beda pula.<sup>7</sup>

Setiap media massa mampu memberikan efek komunikasi, sesuai dengan media yang digunakan dan pesan yang disampaikan. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan perilaku nyata. Komunikasi dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek-efek atau perubahan-perubahan sebagai yang diharapkan oleh sumber, seperti pengetahuan, sikap dan perilaku atau ketiganya. Perubahan-perubahan di pihak penerima ini diketahui dari tanggapan-tanggapan yang diberikan penerima sebagai umpan balik (Werner dan Tankard, 2005).<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> <http://digilib.uin-suka.ac.id>

<sup>6</sup> Graeme Burton. *Yang Tersembunyi di Balik Media* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), 7.

<sup>7</sup> Dyna Herlina et.al. *Konsumsi dan Negosiasi Penonton, Bunga Rampai Penelitian Khalayak 2* (Yogyakarta: Rumah Sinema, 2002), 128-129.

<sup>8</sup> Ibid., 128.

Pelbagai tipe efek terhadap audiens dari kegiatan komunikasi massa, antara lain:

1. Perubahan sikap: media memiliki efek mengubah cara pikir orang-orang terhadap dunia sehingga mereka memodifikasikan sikap mereka terhadap orang-orang lain dan terhadap pelbagai isu.
2. Perubahan kognitif: media memiliki efek mengubah cara orang-orang berpikir, cara mereka menilai pelbagai hal, sehingga media itu mengubah (atau memodifikasi) kepercayaan-kepercayaan mereka.
3. Kepanikan moral/reaksi kolektif: media memiliki efek memunculkan kecemasan yang tidak berdasar tentang pelbagai isu seperti hukum dan tatanan atau kesehatan publik.
4. Tanggapan emosional/reaksi personal: media mempengaruhi orang-orang dengan membangkitkan reaksi-reaksi emosional.
5. Penetapan agenda: media memiliki efek menetapkan agenda topik-topik yang penting khususnya lewat pelbagai aktivitas berita.
6. Sosialisasi: media memiliki efek mensosialisasikan kepada kita pelbagai norma atau nilai dan perilaku-perilaku yang diterima dalam masyarakat kita.
7. Kontrol sosial: media memiliki efek mengontrol audiens dengan mengemukakan pelbagai argumen yang menyokong konsensus, hukum, dan tatanan, dan dengan menekan pelbagai argumen dan materi yang mempertanyakan cara-cara masyarakat kita beroperasi.
8. Mendefinisikan realitas: media mendefinisikan realitas sosial bagi kita. Realitas sosial adalah apa yang kita anggap sebagai nyata, normal, dan pantas berkaitan dengan cara kita menjalankan masyarakat kita dan cara kita melangsungkan hubungan-hubungan kita dengan orang lain.<sup>9</sup>

Audiens merupakan penerima pesan, mereka adalah pengolah informasi.<sup>10</sup> Alasan mengapa mempelajari media dipandang bermanfaat-dalil bahwa media mempengaruhi pelbagai kepercayaan, sikap, nilai, perilaku kita, secara langsung

---

<sup>9</sup> Burton, *Yang Tersembunyi.*, 233-234.

<sup>10</sup> *Ibid.*, 222.

dan tidak langsung.<sup>11</sup> Suatu prinsip komunikasi menyatakan bahwa cara kita mengatakan sesuatu dan apa yang kita pilih untuk dikatakan dibentuk untuk penerima. Dengan membawa audiens ke dalam materi, produk sebenarnya mendefinisikan audiens yang menjadi tujuan komunikasi tersebut.<sup>12</sup>

Media menghasilkan informasi yang dibutuhkan yaitu tentang dunia bagi audiens. Informasi ini berfungsi untuk membantu kita membentuk pandangan tentang dunia secara geografis, sosial, dan politik. Informasi ini berfungsi untuk menstrukturkan pandangan tertentu tentang dunia dan untuk menentramkan audiens.<sup>13</sup> Setelah menonton tayangan Mata Najwa diharapkan komunitas ODHA Setulus Kasih Kota Kediri mempunyai pandangan yang tidak sempit dalam memaknai penyakitnya dan timbul semangat dalam menjalani hidup.

Teori tentang media massa dalam hubungannya dengan masyarakat, khususnya dalam buku karya Dennis McQuail, *Mass Communication Theory* yaitu teori tanggung jawab sosial yang melihat media sebagai usaha untuk mencapai keadaan ideal objektivitas berdasarkan dimilikinya pemahaman tentang adanya kewajiban terhadap masyarakat secara keseluruhan. Media yang menjalankan sistem ini akan menawarkan pelbagai pandangan yang berlainan, tetapi akan membuat batas tertentu, misalnya tidak mendorong kekerasan atau kriminalitas.<sup>14</sup> Terkait penelitian ini memang mengangkat korpus tayangan televisi yang mempunyai fungsi tanggung jawab sosial pada *audiencenya* seperti program acara Mata Najwa di metro TV episode “Hidup dalam Stigma”. Hasil yang diharapkan tentunya bersifat positif karena mempunyai maksud untuk membantu dan memberikan dukungan komunitas ODHA Setulus Kasih Kota Kediri agar mempunyai kepercayaan diri menjalani kehidupannya yang tidak mudah.

Media yang paling dominan sekaligus mempunyai kekhasan adalah media penyiaran terutama televisi. Mengapa? Karena media penyiaran menggunakan ranah publik yaitu frekuensi yang jumlahnya terbatas sehingga diperlakukan

---

<sup>11</sup> Ibid., 229.

<sup>12</sup> Ibid., 215.

<sup>13</sup> Ibid., 88.

<sup>14</sup> Ibid., 41.

secara berbeda dengan media cetak.<sup>15</sup> Televisi menghasilkan pengaruh tertentu pada perilaku mereka dan juga terpengaruh oleh citra-citra media terutama kalau hal ini mencerminkan atau memperkuat kecenderungan yang sudah mapan di dalam suatu budaya. Dalam pandangan Marcel Danesi, akan lebih akurat kalau dikatakan bahwa televisi menghasilkan acara dan citra yang memperkuat gaya hidup masa kini, bukan yang memunculkannya.<sup>16</sup> Sisi positif televisi adalah berperan sangat besar dalam melakukan perubahan penting yang sangat berarti di dalam masyarakat.<sup>17</sup>

Melvin DeFleur telah mengemukakan bahwa individu menanggapi pesan persuasif bukan karena kekuatan hakiki pesan tersebut, tetapi karena kecenderungan dalam kondisi psikologisnya. Dia mengemukakan bahwa ketika individu terpapar suatu pesan persuasif, hal ini mungkin cocok dengan proses-proses psikologi di individu tersebut, yang pada gilirannya akan memicu sebetulnya perilaku yang agak dimodifikasikan dalam diri individu tersebut. Dengan kata lain, kecenderungan psikologislah yang menggerakkan perilaku individu tersebut. Perilaku ini akan diubah bukan dalam isinya, yaitu bahwa perubahan radikal tidaklah mungkin terjadi, tetapi sebaliknya, dalam pengungkapannya.<sup>18</sup>

Meminjam pendapat James G. Webster, khalayak dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu khalayak sebagai massa (*audience as mass*), khalayak sebagai hasil (*audience as outcome*) dan khalayak sebagai agen (*audience as agent*) (Webster, 1998:191).<sup>19</sup> Untuk penelitian ini mendudukan khalayak sebagai hasil bahwa khalayak sebagai entitas yang mendapat terpaan media. Penelitian dengan pendekatan ini memberikan perhatian pada efek atau dampak media terhadap pembentukan pendapat dan sikap penonton.<sup>20</sup>

---

<sup>15</sup> Catatan Kuliah Kekuasaan Media

<sup>16</sup> Marcel Danesi. *Pengantar Memahami Semiotika Media* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 187.

<sup>17</sup> *Ibid.*, 167.

<sup>18</sup> Will Barton dan Andrew Beck. *Bersiap Mempelajari Kajian Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 91.

<sup>19</sup> Herlina, *Konsumsi.*, viii-ix.

<sup>20</sup> *Ibid.*, ix.



## Metode Penelitian

Penelitian ini tergolong pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif memfokuskan pada kedalaman dan proses, tidak dibatasi pada kategori-kategori tertentu saja sehingga memungkinkan peneliti untuk menangkap informasi kualitatif secara mendalam dan detail. Bersifat deskriptif artinya adalah data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka sebagai pernyataan jumlah dan frekuensi. Pengambilan sampelnya dilakukan secara *purposive sampling* yaitu penarikan sampel yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti berdasarkan ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.<sup>21</sup> Sampel yang menjadi pertimbangan peneliti adalah sampel yang bersedia untuk diajak menonton tayangan Mata Najwa dari awal hingga akhir yaitu terdata ada sepuluh informan.

Data penelitian ini berupa data kualitatif yaitu data yang abstrak (*intangible*) atau tidak terukur.<sup>22</sup> Sumber datanya terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden atau sumber asli (tidak melalui perantara), untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui wawancara dan observasi. Data sekunder merupakan data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia), diperoleh dengan melakukan studi pustaka.<sup>23</sup> Peneliti mengumpulkan data yang bersifat *emic* yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data, bukan pandangan peneliti.<sup>24</sup>

Metode pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara mendalam yaitu melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari informan serta metode observasi yaitu periset mengamati langsung objek yang diteliti.<sup>25</sup> Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif milik Miles & Huberman

---

<sup>21</sup> Christine Daymon dan Immy Holloway, *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications* (Yogyakarta: Penerbit Bentang, 2002), 246.

<sup>22</sup> Rosady Ruslan, SH., MM., *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 28.

<sup>23</sup> Ibid., hal 29.

<sup>24</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), 12.

<sup>25</sup> Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 64.

yang terdiri dari tiga komponen analisis data mulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas datanya menggunakan teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan data dari sumber dengan dicek dengan sumber lain untuk pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data.<sup>26</sup>

## **Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Salah satu aspek utama komunikasi massa yang dikaji dalam komunikasi adalah pelbagai efek yang dimiliki atau tidak terhadap audiensnya. Keterpaparan terhadap media komunikasi massa menghasilkan pelbagai efek dalam hal perilaku fisik atau verbal yang jelas.<sup>27</sup> Kekuatan utama media terletak pada fakta bahwa media dapat membentuk apa yang kita ketahui tentang dunia dan dapat menjadi sumber utama pelbagai ide dan opini. Media dapat mempengaruhi cara kita berpikir dan bertindak.<sup>28</sup>

Berdasarkan hasil wawancara terstruktur dan mendalam kepada sepuluh informan ODHA Setulus Kasih diketahui bahwa tiga orang yaitu C, E, dan H mengalami diskriminasi seperti yang ada dalam tayangan tersebut dan tujuh orang lainnya yaitu A, B, D, F, G, I, J belum pernah mengalami perlakuan seperti yang dikisahkan oleh narasumber dalam tayangan Mata Najwa. Seperti yang diungkapkan oleh informan C bahwa tayangan tersebut menceritakan kisah hidup yang sama seperti dia alami. Berikut petikan wawancara peneliti dengan informan C:

“Sama seperti apa yang aku rasakan saat ini, tetapi aku harus tetap semangat dalam hidup ini dan jangan lupa bersyukur karena hidup mati Tuhan yang ngatur. Aku harus tetap semangat dan menjalani kewajiban sebagai hamba Allah. Virus ini aku anggap ujian dalam hidupku bahwa aku harus hidup lebih baik lagi dan bersyukur”. Stigma dari masyarakat yang aku alami ini semua tergantung orang-orang yang mengetahui bahwa penyakit ini sulit tertular. Masyarakat belum bisa menerima karena minimnya pengetahuan tentang penularan virus HIV. Menurutku tayangan Mata Najwa ini sangat berguna dalam hidup untuk memberi semangat dan hidup bermanfaat bagi orang lain”.

---

<sup>26</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), 36.

<sup>27</sup> Barton, *Bersiap.*, 87.

<sup>28</sup> Burton, *Yang Tersembunyi.*, 2.

Begitu juga dengan informan E dan H yang mengalami perlakuan diskriminasi tetapi mereka berdua memilih untuk tidak mempedulikan semua pendapat dan sikap dari orang-orang di sekitarnya. Seperti yang disampaikan informan E dalam wawancara berikut:

“Tadinya juga minder tapi setelah saya sehat kembali ya cuek saja yang penting hidup bermanfaat buat orang lain. Orang dengan HIV pastilah masyarakat tetap menstigma kita walaupun masyarakat itu sendiri sudah mengetahui informasi. Tayangan Mata Najwa sangatlah memberikan motivasi untuk kita dan semoga secepatnya ditemukan obat untuk menyembuhkan”.

Sedangkan ketujuh informan yang tidak mengalami diskriminasi dan stigma dikarenakan mereka semua merahasiakan identitas mereka. Seperti yang disampaikan oleh A bahwa “Alhamdulillah belum pernah mengalami stigma dan semoga tidak menghadapinya karena saya memang menutup diri supaya masyarakat tidak mengetahui”. Begitu juga dengan B yang mengatakan bahwa “aku sengaja menyembunyikan jati diri agar masyarakat tidak mengetahui bahwa aku terkena HIV”.

Kesepuluh informan memberikan respon positif terhadap tayangan Mata Najwa karena tayangan tersebut dinilai sangat inspiratif dan motivatif untuk komunitas ODHA Setulus Kasih Kota Kediri agar dapat lebih berdaya dan tidak putus harapan serta memberikan informasi bagi masyarakat awam agar lebih memahami ODHA dan cara penularannya. Seperti yang disampaikan informan D bahwa “tayangan Mata Najwa sangat memberikan motivasi buat kita untuk meneruskan hidup dan tidak menyerah sampai di sini”. Begitu juga dengan informan F yang berkata bahwa “Salut dengan keberanian membuka diri dengan status HIV. Sangat memberi motivasi dan informasi dalam menjalani hidup menjadi ODHA”. Informan G mengatakan bahwa “tayangan Mata Najwa dapat memberikan motivasi hidup karena masyarakat masih banyak yang belum menerima ODHA. Memberi semangat hidup dalam menghadapi penyakit HIV untuk berjuang melawan penyakit ini”.

Semua informan sangat mendukung dan berterima kasih pada Metro TV yang telah mendiskusikan tema ODHA dalam program acara Mata Najwa episode “Hidup dalam Stigma”. Seperti yang disampaikan informan B bahwa “semoga ODHA sering ditayangkan agar semua masyarakat bisa memahami

penyakit HIV tentang cara penularan dan pencegahannya”. Begitu juga dengan informan E bahwa “tayangan tentang ODHA selalu dipertontonkan agar semua khalayak atau masyarakat bisa mengetahui dan tidak memandang rendah penyakit ini”.

Setelah selesai menonton, semua informan merasakan efek positif dari tayangan tersebut, yaitu memberikan pelajaran berharga dan informasi yang penting sekali dalam meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menjalani hidup. Seperti yang disampaikan oleh informan I bahwa “Tayangan Mata Najwa sangat bermanfaat sekali karena sebagai penyemangat hidup yang dapat memberikan motivasi sesama ODHA. Tidak berbeda dengan yang dikatakan informan J bahwa ”Aku jadi lebih semangat dalam menjalani hidup, membangun motivasi untuk hidup karena jadi lebih mengetahui penyakit ini tidak akan mati sampai di sini. Membuat aku tidak putus asa dan sangat berguna untuk menjalani hidup ini dan bersyukur”.

Harapan semua informan setelah penayangan acara tersebut yang pastinya telah ditonton oleh jutaan mata masyarakat adalah tidak ada lagi stigma dan diskriminasi terhadap ODHA. Seperti yang disampaikan informan A bahwa:

“Saya berharap bisa hidup tenang dan legowo menjalankan hidup ini tanpa ada diskriminasi dan semua masyarakat dapat menerima orang dengan HIV di lingkungan mereka dan semoga ODHA semua sehat dan semoga pemerintah cepat menemukan obat penawar HIV”.

Dari paparan data di atas, dihasilkan analisis bahwa tayangan bertema stigmatisasi pada program acara Mata Najwa memberikan dampak yang positif pada komunitas ODHA Setulus Kasih Kota Kediri. Efek yang ditimbulkan lebih kepada tataran perubahan sikap, perubahan kognitif, tanggapan emosional, sosialisasi, dan mendefinisikan realitas.

Efek perubahan sikap ditunjukkan dengan berubahnya pendirian/keyakinan sepuluh informan tentang penyakit HIV yang dideritanya bahwa HIV bukan virus pembunuh nomor satu. Masih ada harapan untuk melawan penyakit tersebut dengan melakukan pemeriksaan dan pengobatan secara rutin serta menjaga pola hidup sehat. Ada perubahan perilaku yang

sebelumnya tidak semangat menjalani hidup sebagai ODHA menjadi termotivasi untuk tidak mudah menyerah dalam menjalani kehidupan yang masih ada stigma dan diskriminasi pada ODHA. Memaknai hidup dengan terus berkarya, melakukan kebaikan, dan tetap bersyukur dalam kondisi apapun.

Efek perubahan kognitif tercermin dari berubahnya cara berpikir kesepuluh informan berdasarkan pengetahuan faktual yang empiris bahwa ada masa depan bagi ODHA yang belum otomatis mati meskipun mengalami perlakuan dijauhi keluarga dan dimusuhi tetangga. Memahami HIV/AIDS bukan vonis mati bagi ODHA.

Efek tanggapan emosional/reaksi personal diperlihatkan dengan kenikmatan menonton tayangan tersebut karena ada konstruksi yang melibatkan emosi, diantaranya perasaan sedih, terharu, senang, terhibur, bahagia, salut dengan keberanian narasumber ODHA, terinspirasi, dan termotivasi.

Efek sosialisasi terlihat dari ketiga narasumber yang dihadirkan mencoba mensosialisasikan kepada audiens bahwa HIV bukan virus pembunuh nomor satu, tapi AIDS memang kutukan nomor satu. HIV/AIDS memang penyakit menular, tapi tidak gampang bisa menular. Masyarakat diminta untuk menjauhi penyakitnya bukan penderitanya.

Efek mendefinisikan realitas tampak dari kenyataan bahwa ODHA masih tetap mengalami diskriminasi dan stigma buruk tanpa pandang bulu. Stereotip negatif terutama bagi ODHA perempuan yang dikaitkan dengan perilaku seks yang menyimpang. ODHA masih dianggap hal tabu karena dihubungkan dengan PSK dan kaum homoseksual menyebabkan citra ODHA menjadi jelek. Masyarakat belum bisa menerima keberadaan ODHA karena minimnya pengetahuan tentang penularan virus HIV/AIDS. ODHA yang sampai saat ini mendapatkan stigma buruk dari masyarakat dan tidak pernah bisa mengekspresikan dirinya secara normal umumnya manusia bebas. Dihadapkan pada realita bahwa ada kepedulian dari media terhadap ODHA.

## **Kesimpulan**

Hasil penelitian ini mempertegas teori Wilbur Schramm bahwa proses komunikasi yang terjadi adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi itu mendapatkan efek. Program acara Mata Najwa memberikan dampak yang positif pada komunitas ODHA Setulus Kasih Kota Kediri. Efek yang ditimbulkan lebih kepada tataran perubahan sikap, perubahan kognitif, tanggapan emosional, sosialisasi, dan mendefinisikan realitas. Program acara Mata Najwa berperan sangat besar dalam melakukan perubahan penting. Setelah menonton tayangan tersebut, komunitas ODHA Setulus Kasih Kota Kediri menjadi mempunyai pandangan yang tidak sempit dalam memaknai penyakitnya dan timbul semangat dalam menjalani hidup.

Melvin DeFleur telah mengemukakan bahwa individu menanggapi pesan persuasif bukan hanya karena kekuatan hakiki pesan tersebut, tetapi karena kecenderungan dalam kondisi psikologisnya. Dia mengemukakan bahwa ketika individu terpapar suatu pesan persuasif, hal ini mungkin cocok dengan proses-proses psikologi di individu tersebut, yang pada gilirannya akan memicu sebarang perilaku yang agak dimodifikasikan dalam diri individu tersebut. Dengan kata lain, kecenderungan psikologislah yang menggerakkan perilaku individu tersebut.<sup>29</sup>

## **Daftar Pustaka**

- Barton, Will dan Andrew Beck. *Bersiap Mempelajari Kajian Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Burton, Graeme. *Yang Tersembunyi di Balik Media*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Danesi, Marcel. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Daymon, Christine dan Immy Holloway. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang, 2002.
- Herlina, Dyna et.al. *Konsumsi dan Negosiasi Penonton, Bunga Rampai Penelitian Khalayak 2*. Yogyakarta: Rumah Sinema, 2002.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002.

---

<sup>29</sup> Barton, *Bersiap.*, 91.

Ruslan, Rosady SH., MM., *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.

**Internet:**

<http://www.kompasiana.com>

<https://www.researchgate.net>

<http://digilib.uin-suka.ac.id>

**Sumber Lain:**

Catatan Kuliah Materi Kekuasaan Media

Data statistik Komisi Penanggulangan HIV/AIDS Daerah (KPAD) Kota Kediri tahun 2015.

Jawa Pos, 20 Maret 2014, hal. 25