

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bermula dari adanya fenomena penularan HIV/AIDS yang meningkat secara signifikan pada kelompok IDU, penularan HIV terbanyak yang semula berasal dari hubungan seksual kini beralih pada penularan melalui jarum suntik yang dipakai secara bergantian. Kelompok IDU ini memiliki karakter yang lebih tertutup dibandingkan dengan kelompok resiko tinggi tertular HIV/AIDS lainnya. Stigma dan diskriminasi dari masyarakat serta maraknya penegakan hukum terhadap pengguna napza dapat menghambat proses kampanye untuk mempromosikan perubahan perilaku yang positif pada kelompok IDU. Dengan adanya fenomena tersebut, peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu bagaimana strategi kampanye anti HIV/AIDS pada kelompok pengguna napza suntik.

Dalam melakukan penelitian, penulis berpijak pada konsep pemasaran social, kampanye social, dan teori perubahan perilaku. Tinjauan pustaka ini berkaitan dengan strategi kampanye yang digunakan oleh organisasi nonprofit kesehatan untuk menghasilkan perubahan perilaku di kelompok sasaran. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Sasaran penelitian ini adalah organisasi yang melakukan kampanye anti HIV/AIDS di kelompok pengguna napza suntik yaitu Yayasan Bina Hati Surabaya, sedangkan unit analisis penelitian ini adalah informan dari tiga lini manajemen yang berbeda dalam yayasan yaitu top-level management, middle-level management, dan low-level management. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan secara tatap muka, observasi, dan penelusuran dokumen yang relevan. Kemudian analisis data dimulai dengan menganalisa data yang didapat dari transkrip wawancara berupa narasi-narasi kualitatif dan pengamatan pada saat melakukan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye anti HIV/AIDS yang digunakan di kelompok pengguna napza suntik (IDU) adalah melibatkan mantan IDU dalam program, pembentukan kelompok dukungan sebaya (peer group), mendemonstrasikan perubahan perilaku baru melalui distribusi jarum suntik steril, melibatkan media massa dalam kampanye, serta upaya advokasi untuk memperoleh dukungan dari public yayasan.