



PROSES PENUMBUHAN SELF AWARENESS BAHAYA KANKER SERVIKS PADA MOTIF MANTAN PEKERJA SEKS KOMERSIAL MELALUI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Wiji Sulestari¹, Yeni Nuraeni²

Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta¹, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma²

Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950

Jl. Margonda raya No 100, Depok, Jawa Barat

wijisulestari02@gmail.com¹, ynuraeni.02@gmail.com²

ABSTRACT

The development of the times has brought a lot of modernity and new culture to society. This culture can be various, one of which is deviations such as prostitution. This study aims to determine the process of growing self awareness of the dangers of cervical cancer in the motives of former commercial sex workers through public service advertisements. This study uses a New Media theory that discusses a convergence between digital communication technology that has been computerized into the network, in this context the digital media used is YouTube. This study uses a paradigm of constructivism which is a way of studying the reality formed by humans and also the implications of human interactions. The results showed that there were two categories of self awareness in former commercial sex workers. First is the objective self awareness, which is the feeling of starting to worry about the activities of his work, especially in his own health. Then the second is symbolic self awareness, which is a feeling of guilt from him about the work he has been doing. He felt that if the work he had been doing was something wrong, so there was a desire to stop being a commercial sex worker.

Keywords: Self Awareness, Motive, New Media, Constructivism, Prostitute

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman telah membuat masyarakat memasuki era modern dengan pertukaran budaya yang sangat masif. Masyarakat Indonesia yang juga dapat dikatakan berasal dari budaya timur, kini juga telah terpapar dan mengadopsi budaya barat, salah satunya adalah prostitusi. Secara pengertian kata prostitusi berasal dari bahasa latin, yakni “*pro-stituere*” yang berarti membiarkan dirinya berbuat persundalan, pergendakan, maupun zina (Siregar, 2016). Secara umum prostitusi dapat didefinisikan sebagai praktik hubungan seksual sesaat yang dapat dilakukan dengan siapa saja, dan biasanya berorientasi untuk mendapatkan imbalan uang. Terdapat tiga unsur utama dalam praktik prostitusi, yaitu: pembayaran, promiskuitas, dan ketidakacuhan emosional (Suryanto, 2010). Mereka yang melakukan kegiatan ini dikenal dengan istilah Pekerja Seks Komersial (PSK). Fenomena ini biasa dapat ditemui di kota-kota besar, seperti Jakarta. Dalam konteks ini informan yang



peneliti wawancara adalah mantan Pekerja Seks Komersial (PSK) yang sudah berhenti dan keluar dari kegiatan prostitusi tersebut. Salah satu faktor yang membuat mereka berhenti dari dunia tersebut karena kesadaran diri (*self awareness*) mengenai dampak kesehatan dari aktivitas hubungan seksual tersebut, terutama kekhawatiran terkena kanker serviks.

Self awareness sendiri merupakan suatu wawasan mengenai alasan-alasan dari perilaku dan pemahaman diri sendiri yang sudah di sadari oleh individu tersebut (Baron, 2004). *Self Awareness* memiliki peran penting dalam memberikan kejelasan maupun pemahaman mengenai perilaku seseorang. *Self awareness juga merupakan salah satu* bentuk yang dapat dilakukan melalui media dimana isi pesan yang dibahas merupakan suatu penyelesaian yang sesuai pada dirinya. Pada era globalisasi kini, masyarakat memang cenderung mengikuti pesan informasi yang dapat digunakan dalam berbagai aspek kehidupan yang dapat mendukung diri mereka, salah satunya dengan menggunakan teknologi, informasi, dan komunikasi dalam bentuk media untuk beraktifitas serta mencari sebuah informasi. Dalam konteks ini, media yang digunakan oleh mantan pekerja seks komersial dalam menumbuhkan *self awareness* mengenai bahasa kanker serviks adalah Iklan Layanan Masyarakat yang sering mereka temukan di media Youtube.

Iklan layanan masyarakat sendiri merupakan iklan yang biasa digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak, maupun mendidik khalayak dengan tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, namun untuk mendapatkan keuntungan sosial. Dalam konteks ini, keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pada pengetahuan, maupun kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang akan di iklankan, selain itu juga turut serta dalam mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat luas. Sederhananya, dengan bertambahnya pengetahuan maupun memiliki kesadaran sikap dan perubahan perilaku pada masyarakat akan sangat penting bagi kualitas kehidupan masyarakat itu sendiri (Hastuti, 2013). Sebelum memutuskan pilihan media tersebut, biasanya seseorang memiliki motif. Dalam konteks ini, motif seseorang dalam menggunakan media biasanya tergantung pada tingkat kepuasaan dan kegunaan dari media yang akan digunakan.

Motif sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu pendorong yang sangat terikat dengan faktor-faktor lain yang disebut sebagai motivasi (Walgito, 2010). Motif (dalam Effendy, 2007) juga dapat timbul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi oleh seorang individu, kemudian individu tersebut akan merespon kebutuhan dengan bertingkah laku dalam memenuhi kebutuhan melalui penggunaan media. Sederhananya motif merupakan segala sesuatu yang menggerakkan tingkah laku manusia dan kemudian dapat menimbulkan intensitas dalam bertindak, berperilaku yang menjadi kunci kebutuhan mereka. Dalam konteks ini, motif yang terjadi berkaitan dengan media. Terdapat berbagai kebutuhan yang dipuaskan oleh media massa, kemudian pada saat yang sama kebutuhan tersebut juga dapat dipuaskan oleh sumber-sumber lainnya selain media massa (Setyawati, 2015).

Salah satu institusi pemerintah yang melakukan iklan layanan masyarakat adalah Kementerian Kesehatan RI mengenai edukasi kanker serviks, dengan iklan “Cegah Kanker



Serviks Dengan Deteksi Dini”. Iklan layanan masyarakat tersebut mengajak masyarakat umum untuk dapat mengetahui secara dini mengenai penyakit tersebut dan memberikan edukasi bagaimana cara mengobatinya. Iklan ini dikhususkan pada perempuan yang berusia 18-30 tahun, yang ditayangkan melalui media Youtube karena memang media ini diasumsikan lebih efektif dan memiliki power dalam menyampaikan pesan. Iklan tersebut memfokuskan pada kesehatan mantan pekerja seks komersial, terutama edukasi mengenai bahaya kanker serviks. Kanker serviks (*cervical cancer*) merupakan suatu kanker yang menyerang area leher rahim atau serviks seorang perempuan. Kanker serviks juga merupakan kanker yang paling banyak menyerang perempuan di seluruh dunia. Penyebab utama terjadinya kanker serviks adalah karena infeksi *Human Papilloma Virus* (HPV). HPV sendiri merupakan sekelompok virus yang terdiri dari 150 jenis virus yang dapat menginfeksi sel-sel pada permukaan kulit (Mitra Keluarga, 2022). Kanker serviks dapat dicegah melalui *self awareness* perempuan terutama dengan gaya hidup sehat dan melakukan deteksi sejak dini. Berdasarkan latar belakang diatas, maka dari itu peneliti memutuskan untuk membahas mengenai bagaimana Proses Penumbuhan Self Awareness Bahaya Kanker Serviks Pada Motif Mantan Pekerja Seks Komersial Melalui Iklan Layanan Masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Kesehatan

Komunikasi merupakan suatu cara dalam menyampaikan informasi maupun pesan dari satu individu kepada individu lainnya. Secara sederhana, Lasswell memberikan gambaran pengertian mengenai komunikasi agar menjadi lebih efektif, yaitu: “*who says what in which channel tow hom with what effect?*”. Willbur Schramm (Cangara, 2015) menjelaskan jika komunikasi dan masyarakat merupakan dua kesatuan yang tidak mungkin dapat dipisahkan satu dengan lainnya. Komunikasi memiliki beberapa fokus, diantaranya adalah komunikasi kesehatan

Komunikasi kesehatan adalah bagian dari salah satu komunikasi dengan berfokus terhadap bagaimana individu untuk menghadapi isu-isu mengenai kesehatan agar mereka dapat mengetahui bagaimana upaya untuk memeliharanya. Komunikasi kesehatan merupakan bagian dari komunikasi antar manusia dengan fokus utama pada bagaimana individu menghadapi isu-isu kesehatan serta bagaimana upaya memelihara kesehatannya. Komunikasi kesehatan juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses penyampaian pesan kesehatan oleh komunikator melalui saluran maupun media tertentu kepada komunikan, dengan tujuan untuk dapat mendorong tercapainya kesejahteraan sebagai kekuatan yang sehat dan utuh meliputi rohani, jasmani, dan sosial. Komunikasi kesehatan juga dapat diartikan sebagai seni dalam memberikan edukasi maupun pengetahuan mengenai pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijakan kesehatan, dan lain sebagainya (Rahmadiana, 2012).

Self Awareness



Baron & Byrne (2004) menjelaskan jika *self awareness* merupakan suatu wawasan mengenai alasan-alasan dari perilaku maupun tingkah laku individu yang didasarkan pada pemahaman mengenai dirinya sendiri. *Self awareness* atau yang dapat dikatakan juga sebagai kesadaran diri juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang bisa memungkinkan orang lain untuk mampu mengamati dirinya sendiri serta dapat membedakan dirinya dari orang lain, dan juga dapat memungkinkan orang lain dapat menempatkan diri dari suatu waktu dan keadaan tertentu. *Self awareness* biasanya diadopsi oleh kelompok remaja karena dapat memberikan kesempatan untuk menyampaikan gagasan, perasaan, permasalahan, maupun melepaskan keraguan diri, serta dapat berbagi pengalaman maupun keluhan pada teman maupun orang-orang yang merasakan situasi maupun kejadian yang sama.

Selain itu *self awareness* juga dapat memiliki peran penting bagi individu yang ingin menunjukkan kejelasan maupun pemahaman mengenai perilaku seseorang, dimana kesadaran diri juga telah menjadi titik tolak ukur bagi perkembangan pribadi individu tersebut (Baron, 2004). Menurut Baron & Byrne (2004), mengatakan jika *self awareness* memiliki beberapa bentuk, diantaranya yaitu:

1) Kesadaran diri subjektif (*Subjective Self Awareness*).

Konteks ini berkaitan dengan kemampuan individu untuk dapat membedakan dirinya dengan lingkungan fisik dan sosialnya.

2) Kesadaran diri objektif (*Objective Self Awareness*)

Konteks ini berkaitan dengan kapasitas suatu individu untuk menjadi objek perhatiannya sendiri, kemudian kesadaran akan pikirannya dan serta untuk mengetahui jika dirinya mengetahui dan mengingat apa yang mereka ingat dan rasakan.

3) Kesadaran diri simbolik (*Symbolic Self Awareness*)

Konteks ini berkaitan dengan kemampuan individu dalam membentuk sebuah konsep abstrak dari dirinya melalui bahasa kemampuan yang dapat membuat individu tersebut mampu untuk berkomunikasi, menjalin hubungan, menentukan tujuan, mengevaluasi hasil serta membangun sikap yang saling berhubungan dengan dirinya dan dapat membela diri ketika berada dalam situasi yang mengancam.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan jika *self awareness* atau kesadaran diri adalah kemampuan dalam mengenal maupun memilah-milah perasaan pada diri sendiri, seperti meliputi memahami hal yang sedang kita rasakan dan mengapa hal tersebut dapat kita rasakan, pengaruh perilaku kita terhadap orang lain, serta untuk mengetahui penyebab munculnya perasaan tersebut.

Motif Penggunaan Media

Motif merupakan suatu dorongan dalam diri manusia untuk dapat memenuhi setiap kebutuhan-kebutuhan mereka sendiri. Segala bentuk tingkah laku maupun perilaku manusia didasari pada alasan-alasan maupun dorongan dalam diri setiap individu yang kemudian berdampak pada apa yang akan mereka lakukan terhadap sesuatu. Motif juga dapat didefinisikan sebagai pendorong dalam melakukan beberapa tindakan maupun perilaku yang

telah dipengaruhi oleh faktor-faktor lain (Walgito, 2010). Selanjutnya motif juga dapat diartikan sebagai suatu kekuatan yang terdapat pada dalam diri individu yang memiliki tujuan maupun upaya untuk mendorong sebuah tindakan atau *driving force*. Motif juga dapat disebut sebagai motivasi yang merupakan keadaan dalam diri individu maupun organisme yang mendorong perilaku ke arah suatu tujuan tertentu.

Media saat ini telah menjadi konsumsi bagi manusia dalam proses memenuhi kebutuhan informasi mereka sendiri. Penggunaan media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang ada pada lingkungan sosial dan psikologis. Ketika motif dihubungkan dengan konsumsi media, secara tidak langsung segala faktor serta pendorong dalam diri individu telah menyebabkan media digunakan untuk memperoleh tujuan tertentu pula. Menurut Katz (dalam Prihatiningsih, 2017) menjelaskan jika terdapat tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan penggunaan media dimana tipologi tersebut terbagi kedalam lima kelompok, yaitu:

- 1) Kebutuhan kognitif. Dimana kebutuhan ini berkaitan dengan informasi, pengetahuan, maupun pemahaman mengenai lingkungan.
- 2) Kebutuhan afektif. Kebutuhan ini menjawab mengenai pengalaman yang telah diraskan.
- 3) Kebutuhan integratif personal. Kebutuhan ini berhubungan dengan kepercayaan, kesetiaan, serta status pribadi.
- 4) Kebutuhan integratif sosial. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan individu untuk berafiliasi.
- 5) Kebutuhan berkhayal. Kebutuhan ini berkaitan dengan pelepasan ketegangan maupun untuk hiburan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan jika motif merupakan suatu aspek pendorong yang ada pada diri setiap individu yang menjadi latar belakang bagi dirinya dalam melakukan suatu tindakan maupun perilaku yang mendukung nilai-nilai diri yang ada pada dirinya.

New Media

New media merupakan sebuah teori yang membahas mengenai perkembangan media yang didalamnya terdapat konvergensi dari beberapa media. *New media* dapat juga didefinisikan sebagai suatu perkembangan teknologi digital, yang merujuk pada sisi teknologi multimedia yang memiliki ciri-ciri interaktif dan intertekstual (dalam Lievrouw, 2011). Selain itu pergeseran teknologi tradisional dan beralih ke teknologi digital juga telah membawa perubahan besar dalam kebiasaan cara manusia berkomunikasi. Jika sebelumnya khalayak selalu dikendalikan oleh informasi dari lembaga media massa, namun ketika perubahan teknologi telah bergeser ke arah digitalisasi, maka terjadi pula perubahan pada pola distribusi konten media yang dapat berpindah secara cepat dan tepat pada khalayak. Hal tersebut berdampak pada dominasi media yang kini penyedia konten media tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi, malainkan sebaliknya khalayak juga telah dapat menciptakan konten media itu sendiri (Tamburaka, 2013).



Volume 13 No. 1 Maret 2023 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809

Jurnal Ilmu Komunikasi



New media (media baru) juga telah memungkinkan masyarakat untuk dapat membuat, memodifikasi, maupun berbagi pesan dengan orang lain. *New media* telah menyatukan segala aspek yang telah dimiliki oleh media lama, melalui internet kini semua dapat disatukan dengan baik tulisan, suara, maupun gambar hidup. Selain itu internet yang sering juga disebut sebagai salah satu penemuan dalam *new media*, juga telah mengubah pola hidup masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana hasil data yang dikumpulkan bukan berupa data statistik yang dapat diuji, melainkan data berupa hasil wawancara serta observasi yang dilakukan peneliti terhadap para informan. Penelitian kualitatif juga dapat bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode dalam memperdalam masalah penelitiannya. Moleong (2014) mendefinisikan jika penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami sebuah fenomena secara holistik (utuh) yang telah dialami oleh subjek penelitian yang kemudian akan diolah dalam bentuk kata-kata dan bahasa, tergantung pada konteks khusus metode maupun teori yang digunakan pada penelitian tersebut.

Selain itu penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivisme dimana suatu kebenaran terhadap realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas sosial yang bersifat relatif (Moleong, 2014). Paradigma konstruktivisme juga berusaha melihat komunikasi sebagai suatu produksi dan pertukaran makna, pada paradigma ini yang menjadi fokus bukan ada pada bagaimana seseorang mengirim pesan, namun ada pada bagaimana masing-masing pihak dapat saling bertukar makna dari isi pesan komunikasi yang sudah diberikan. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yang dapat didefinisikan sebagai suatu rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam mengenai suatu program, peristiwa, serta aktivitas baik pada perorangan, sekelompok orang, lembaga, maupun organisasi dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan mendalam mengenai peristiwa tersebut. Menurut Yin (2008), studi kasus merupakan suatu empiris yang menyelidiki mengenai fenomena dalam konteks kehidupan yang nyata, dimana terdapat batas-batas antar fenomena dan konteks yang tidak tampak dengan tegas dan juga terdapat multi-sumber yang dapat dimanfaatkan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari wawancara terhadap lima informan yang merupakan seorang mantan pekerja seks komersial. Selain itu peneliti juga melakukan observasi dengan melihat isi konten dari Iklan Layanan Masyarakat mengenai “Bahaya Kanker Serviks” yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan Indonesia.. Kemudian peneliti juga menggunakan teknik pemeriksaan triangulasi untuk keabsahan data penelitian. Triangulasi merupakan suatu teknik dalam pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data yang ada dengan tujuan keperluan untuk melakukan pengecekan maupun sebagai data pembanding dari data yang sudah dikumpulkan



sebelumnya. Pada penelitian ini keabsahan data yang peneliti lakukan adalah dengan melakukan teknik triangulasi sumber. Menurut Patton (dalam Moleong, 2014) triangulasi sumber merupakan suatu prosedur dalam membandingkan maupun memvalidasi nilai kepercayaan pada suatu informasi yang telah diperoleh melalui waktu serta berbagai alat yang berbeda dengan mengacu pada langkah-langkah didalam metode kualitatif.

HASIL DAN DISKUSI

Pada penelitian ini peneliti lima informan yang merupakan mantan pekerja seks komersial. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan jika informan satu menggunakan tiga motif dalam menggunakan Iklan Layanan Masyarakat sebagai alasan dirinya untuk berhenti, motif tersebut adalah identitas pribadi (*personal identity*) yang menjadi dorongan bagi dirinya untuk mengenal dirinya sendiri di masa mendatang. Kemudian ada juga motif informasi (*surveillance*) yang menunjukkan jika informasi pengetahuan mengenai Iklan Layanan Masyarakat mengenai topik kesehatan menjadi hal fundamental bagi dirinya untuk lebih *aware* terhadap kesehatan dirinya sendiri. Kemudian yang terakhir merupakan motif hiburan (*diversi*) dimana dirinya menggunakan media, dalam konteks ini Youtube sebagai cara dari diri mereka untuk menghilangkan rasa lelah dari kegiatan sehari-harinya.

Motif identitas bagi mereka sendiri dianggap sebagai suatu dorongan dari berbagai cara mereka agar dapat mengenal dirinya sendiri menjadi lebih baik. Biasanya mereka mencoba untuk selalu memberikan keyakinan pada dirinya sendiri mengenai nilai-nilai yang dirinya pegang, namun melalui Iklan Layanan Masyarakat mengenai bahaya kanker serviks telah sedikit merubah sudut pandang mereka terhadap profesi yang sedang mereka lakukan setiap saat, dimana pemahaman tersebut timbul dari isi pesan edukasi yang disampaikan melalui Iklan Layanan Masyarakat yang mereka tonton melalui media Youtube tersebut.

***Self Awareness* Mantan Pekerja Seks Komersial**

Kesadaran diri atau *self awareness* merupakan suatu wawasan mengenai alasan maupun tingkah laku seorang individu dalam memahami dirinya sendiri. Baron & Byrne (2004) menjelaskan jika *self awareness* memiliki tiga bentuk, yaitu: Kesadaran diri subjektif (*Subjective self awareness*) yang menjelaskan mengenai kemampuan individu untuk membedakan dirinya dari lingkungan fisik serta sosialnya. Kemudian ada kesadaran diri objektif (*objective self awareness*) dimana kapasitas individu untuk menjadi objek perhatiannya sendiri, meliputi juga kesadaran akan keadaan pikirannya dan bagaimana caranya ia mengetahui bahwa dirinya tau dan mengingat apa yang mereka ingat dan rasakan. Lalu yang terakhir adalah kesadaran diri simbolik (*symbolic self awareness*) yang merupakan suatu kemampuan pada individu untuk membentuk sebuah konsep abstrak dari diri melalui bahasa kemampuan untuk berkomunikasi, menjalin hubungan, menentukan tujuan, serta untuk mengevaluasi hasil dan membangun sikap yang berhubungan dengan dirinya sendiri.



Dalam konteks ini peneliti telah melakukan wawancara dengan ke-lima informan peneliti mengenai *self awareness* mereka melalui Iklan Layanan Masyarakat tentang bahaya kanker serviks. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada informan pertama, menjelaskan jika *self awareness* yang terjadi oleh informan satu, menunjukkan jika kesadaran diri mengenai pikirannya dan juga mengetahui bahwa dirinya tahu serta mengingat perbuatannya di masa lampau, membuat dirinya merasa bersalah dan terus berpikir mengenai perbuatannya. Kesadaran diri sendiri didukung oleh hati yang sebenarnya bagi dirinya sudah merasa tidak tenang lagi dengan pekerjaan tersebut. Dengan begitu dengan hadirnya Iklan Layanan Masyarakat mengenai kesehatan dan bahaya kanker serviks, yang kemudian dengan modal keyakinan tersebut yang membuat informan satu ingin berubah kearah yang lebih baik dan ingin berhenti untuk menjadi seorang pekerja seks komersial.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada informan kedua, menjelaskan jika *self awareness* yang terjadi pada dirinya merupakan kesadaran diri objektif (*objective self awareness*). Salah satu faktor yang menguatkan dirinya pada kesadaran diri objektif adalah keinginan dari dirinya untuk dapat berhenti dari profesi yang sudah lama ia geluti, yaitu sebagai pekerja seks komersial. Terlebih lagi menurut dirinya sudah ada beberapa teman seprofesinya yang di vonis atau bahkan telah meninggal dunia akibat penyakit kanker serviks. Dengan pengalaman dan pengetahuan tersebut, serta diliputi dengan momen ingatan mengenai kegiatan yang pernah ia lakukan secara sadar, hal tersebut membuat dirinya merasa khawatir jika suatu waktu ia juga akan terkena penyakit tersebut. Sehingga dengan begitu dirinya merasa sudah waktunya untuk sadar dan peduli dengan kesehatan dirinya sendiri dengan meninggalkan profesi tersebut.

Lalu pada hasil wawancara peneliti dengan informan ketiga menunjukkan jika *self awareness* pada dirinya adalah kesadaran diri simbolik (*symbolic self awareness*), dimana dirinya merasa bahwa profesi yang saat ini ia lakukan merupakan sebuah tindakan maupun kegiatan yang keliru dan salah. Dirinya mencoba untuk mengevaluasi profesinya tersebut dan menentukan tujuan ake arah yang sebenarnya, sehingga dirinya juga dapat memberikan persepsi yang baru dan tidak menimbulkan masalah mengenai profesi yang sedang dirinya lakukan. Berdasarkan hal tersebut dirinya juga ingin meninggalkan profesinya sebagai seorang pekerja seks komersial.

Setelah itu berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan keempat menunjukkan jika dirinya menggunakan kesadaran diri objektif (*objective self awareness*) dimana hal tersebut didasari pada alasannya yang tidak ingin terus-menerus bekerja sebagai seorang pekerja seks komersial. Dirinya mengakui jika selalu merasa dalam kondisi serba salah ketika selesai melakukan pekerjaan pada profesi tersebut. Terdapat dorongan pada dirinya untuk berhenti dari profesinya sebagai seorang pekerja seks komersial, salah satu faktornya juga ada pada kesehatan pada dirinya sendiri.

Lalu yang terakhir setelah peneliti melakukan wawancara ada informan kelima menunjukkan adanya kesadaran diri objektif (*objective self awareness*) dimana hal tersebut terjadi karena dirinya sudah terkena suatu penyakit dari dampak pekerjaan yang sedang ia

lakukan tersebut. Kepada peneliti dirinya menjelaskan jika sudah terkena kista *bartholin* yaitu berupa kelenjar yang tersumbat dalam organ vital dan dapat menyebabkan serviks. Berdasarkan hal tersebut yang kemudian membuat dirinya ingin berhenti menjadi pekerja seks komersial.

Iklan Layanan Masyarakat Melalui Youtube Sebagai Edukasi Kepada Mantan Pekerja Seks Komersial

Berdasarkan hasil wawancara, secara umum Iklan Layanan Masyarakat mengenai bahaya kanker serviks melalui media Youtube juga memberikan edukasi bagi mantan pekerja seks komersial untuk berhenti dari profesinya tersebut. Dimana juga terdapat motif informasi (*surveillance*) yaitu kebutuhan mengenai informasi yang penting dan dapat mempengaruhi seorang individu dalam melakukan maupun memutuskan sesuatu. Selain itu juga terdapat motif identitas pribadi (*personal identity*) dimana para mantan pekerja seks komersial mulai memahami dirinya sendiri jika nilai-nilai yang selama ini ia yakini merupakan suatu kesalahan dan mulai menata kembali realitas dalam hidupnya. Lalu yang terakhir merupakan motif hiburan (*diversi*), dimana penggunaan media Youtube bagi mereka digunakan sebagai alat pelarian dari keseharian maupun rutinitas yang sedang dirinya jalani.

Kemudian jika dibahas mengenai *self awareness* terdapat dua pokok pembagian pada kesadaran diri bagi kelima informan mantan pekerja seks komersial. Dua pembagian tersebut ialah kesadaran diri objektif (*objective self awareness*) dimana mantan pekerja seks komersial yang mengadopsi nilai ini beralasan jika mulai merasa khawatir mengenai aktivitas pekerjaan yang selama ini sering ia lakukan, terutama pada bidang kesehatan. Mereka memiliki kekhawatiran jika gaya hidup mereka yang tidak sehat ini dapat mengantarkan dirinya pada sebuah situasi yang paling ditakuti oleh sesama rekan kerja kerjanya, yaitu terkena penyakit kanker serviks. Dengan alasan tersebut yang kemudian membuat dirinya untuk mulai sadar dan harus berhenti menjadi pekerja seks komersial.

Lalu yang kedua adalah kesadaran diri simbolik (*symbolic self awareness*) dimana mantan pekerja seks komersial yang mengadopsi nilai ini mulai merasa jika profesi yang selama ini ia lakukan merupakan sesuatu yang keliru dan salah. Bahkan tidak jarang dirinya merasa cemas maupun berada dalam kondisi merasa bersalah setelah melakukan pekerjaannya. Pesan-pesan simbolik tersebut yang kemudian membentuk sebuah konsep abstrak pada dirinya, yang diliputi perasaan keraguan dalam memulai kembali menjalin hubungan maupun interaksi dengan orang lain. Sehingga dirinya secara tidak langsung mulai mengevaluasi pengalamannya dan mencoba untuk menentukan sebuah tujuan yang baru, dengan begitu dirinya merasa memiliki keinginan untuk berhenti menjadi pekerja seks komersial dan menjalani lembara kehidupannya yang baru.

KESIMPULAN DAN SARAN



Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ini memberikan fakta bahwa terdapat dorongan dalam diri mantan pekerja seks komersial untuk berhenti dari profesinya tersebut. Dalam konteks ini, dorongan tersebut dipengaruhi oleh Iklan Layanan Masyarakat mengenai bahaya kanker serviks yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan melalui Youtube. Bagi mantan pekerja seks komersial, edukasi maupun pesan yang disampaikan oleh Iklan Layanan Masyarakat tersebut telah membuat wawasan maupun pengetahuan diri mereka menjadi lebih luas mengenai dampak dari profesi yang sedang mereka lakukan tersebut. Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan jika terdapat tiga motif yang terjadi pada mantan pekerja seks komersial, pertama adalah motif informasi (*surveillance*) dimana mereka merasa kebutuhan mengenai informasi yang penting dan dapat mempengaruhi seorang individu dalam melakukan maupun memutuskan sesuatu, dalam konteks ini adalah edukasi mengenai bahaya kanker serviks. Kemudian yang kedua adalah motif identitas pribadi (*personal identity*) dengan memberikan penguatan nilai-nilai yang dirinya yakini, sehingga nilai tersebut dapat menjadi dorongan bagi mereka untuk meninggalkan profesi tersebut. Lalu yang terakhir adalah motif hiburan (*diversi*) yang diadopsi oleh mereka sebagai pelarian dari rutinitas masalah atau dari kegiatan keseharian mereka.

Selain itu dalam keterkaitannya dengan *self awareness* pada kelima informan mantan pekerja seks komersial, berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan jika terdapat dua kategori yang pertama adalah kesadaran diri objektif (*objective self awareness*) dimana mereka mulai khawatir mengenai aktivitas pekerjaan yang selama ini sering ia lakukan, terutama pada kesehatan diri mereka sendiri. Kekhawatiran tersebut didasari pada kesadaran diri yang timbul dari dirinya jika gaya hidup maupun kegiatan yang selama ini mereka lakukan tidak sehat, dengan kekhawatiran terbesar adalah terkena kanker serviks. Lalu yang kedua adalah kesadaran diri simbolik (*symbolic self awareness*) dimana pada konteks ini hanya terdapat satu informan yang mengadopsi kategori ini. Hal tersebut didasari pada perasaan pada dirinya jika profesi yang selama ini ia lakukan merupakan sesuatu tindakan yang keliru dan salah. Bahkan tidak jarang dirinya merasa cemas maupun berada dalam kondisi merasa bersalah setelah melakukan aktivitas pekerjaannya tersebut. Pesan-pesan simbolik tersebut yang kemudian membentuk sebuah konsep abstrak pada dirinya dan timbul keinginan untuk berhenti menjadi pekerja seks komersial.

REFERENSI

- Baron, R. A. & Byrne, D. (2004). Psikologi Sosial 2. Jakarta: Erlangga
- Cangara, H. (2015). Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi 2. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Effendy, O. U. (2007). Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek). Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 67-72



Volume 13 No. 1 Maret 2023 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809

Jurnal Ilmu Komunikasi



- Lievrouw, L. A. (2011). "New Media, Mediation, and Communication Study". *Information, Communication, & Society*, 12(3), 303-325
- Mitra Keluarga. (2022). Apakah Kanker Serviks Dapat Dicegah. <https://www.mitrakeluarga.com/artikel/artikel-kesehatan/kanker-serviks-dapat-dicegah>
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8(1), 51-65
- Rahmadiana, M. (2012). Komunikasi Kesehatan: Sebuah Tinjauan. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1), 88-94
- Setyawati, N. (2015). Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Acara Berita Kriminal Kecek MHTV. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(1), 1-10
- Siregar, K. & Sadat, A. (2016). Pencegahan Praktik Prostitusi Berbasis Masyarakat Adat Dalihan Na Tolu. *Mimbar Hukum*, 28(3), 414-426
- Suryanto, B. (2010). *Masalah Sosial Anak*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset
- Yin, R. K. (2008). *Studi Kasus, Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada