

# Strategi Penanggulangan Demam Berdarah Melalui Program Tunggal Dara

**Immanuel Bagaskara<sup>1</sup> Rahmawati Zulfiningrum<sup>2</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia<sup>1,2</sup>  
Email: [immanuelhbagasp23@gmail.com](mailto:immanuelhbagasp23@gmail.com)<sup>1</sup>

## Abstrak

Fenomena Demam Berdarah saat ini semakin meningkat di Wilayah Kota Semarang, hal ini menyebabkan Pemerintah Kota Semarang membuat suatu Program untuk mengatasi Demam berdarah yang memudahkan masyarakat dan unit kesehatan dalam menekan kasus Demam berdarah. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui Strategi Komunikasi Program Tunggal Dara di Kelurahan Tlogosari Kulon, Semarang. Penelitian ini menggunakan teori tahapan strategi komunikasi yang terdiri dari: analisis dan perencanaan, Desain dan implementasi rencana, Pelaksanaan strategi, Tindak lanjut dan komitmen, Serta pelacakan hasil. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan strategi komunikasi dalam program Tunggal Dara sebagai berikut: 1) Kader melakukan analisis dengan memantau secara langsung kegiatan kebersihan di masyarakat dan perencanaan keberhasilan program Tunggal dara dilakukan kerja sama antar sektor pemerintahan untuk menanggulangi demam berdarah; 2) Desain sosialisasi untuk menunjang program Tunggal Dara melalui pamflet, aplikasi dan website serta ragam postingan di media social , serta komunikasi antar kader dengan tokoh masyarakat untuk kelancaran program Tunggal Dara di masyarakat; 3) Pelaksanaan strategi menggunakan teknik komunikasi persuasif dengan sosialisasi mengenai Program Tunggal Dara untuk memutus rantai DBD 4) Program Tunggal Dara memerlukan peningkatan sosialisasi dan kunjungan langsung ke masyarakat serta peningkatan layanan aduan baik offline ataupun online, serta penambahan pemberian obat pestisida untuk menurangi pertumbuhan jentik jentik nyamuk; 5) Pelacakan hasil didapatkan melalui rekapitulasi laporan PjN yang rutin dialporkan oleh masyarakat setiap minggu. Keberhasilan program Tunggal Dara tampak dari penurunan jumlah penderita DBD yang dapat diakses melalui aplikasi atau website Program Tunggal Dara, program ini masih memerlukan peningkatan seperti sosialisasi ke masyarakat, pelatihan kader dan peningkatan layanan aduan, pemberian obat pestisida di masyarakat agar program menjadi lebih baik.

**Kata Kunci:** Demam Berdarah, Program, Tunggal Dara, Strategi Komunikasi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Di Kota Semarang, salah satu penyakit menular bersumber dari hewan adalah demam berdarah dengue (DBD). Dinas Kesehatan Kota (DKK) Semarang berusaha mengurangi DBD di kota ini dengan mengaryakan tenaga epidemiologi di seluruh Puskesmas, meningkatkan kemampuan Petugas Survei Kesehatan (GASURKES), dan meningkatkan Program Siswa cari jentik (SICENTIK) dengan mewajibkan Satu Rumah Satu Jumentik. Selain itu, program Tunggal Dara, juga dikenal sebagai "Bersatu Tanggulangi Deman Berdarah", diciptakan oleh Dinkes Kota Semarang (Iswandari & Retnaningrum, 2021). Data penderita Demam Berdarah di Kota Semarang bisa terlihat pada Gambar 1 berikut,

15	Kedungmundu	22	11	1	1
16	Tlogosari Wetan	16	12	0	0
17	Tlogosari Kulon	14	9	1	1
18	Bangetayu	14	9	1	0
19	Genuk	8	4	0	0
20	Pegandan	3	1	0	0
21	Kagok	2	2	0	0
22	Candilama	3	4	0	1
23	Gayamsari	11	8	1	0
24	Ngemplak Simongan	0	1	0	0
25	Krobokan	4	2	0	0
26	Manyaran	4	0	1	0
27	Lebdosari	5	3	0	0
28	Karangayu	2	0	0	0

**Gambar 1. Tabel penderita DBD di kota Semarang**  
 Sumber: (Dinas Kesehatan Kota Semarang, 2023)

Hal ini turut terjadi di Kelurahan Tlogosari Kulon, dapat dilihat melalui dashboard Dinas Kesehatan kota Semarang Tahun 2023 bahwa bila Kelurahan Tlogosari Kulon memiliki kasus DBD yang relatif banyak dan jika dilihat melalui peta persebaran DBD Tlogosari kulon masuk ke zona merah, jumlah korban yaitu 9 penderita perempuan dan 14 penderita laki-laki, serta juga 2 kasus meninggal dunia dengan korban 1 laki laki dan perempuan di Kelurahan Tlogosari Kulon. Banyak hal yang mempengaruhi Kelurahan Tlogosari Kulon menjadi kawasan dengan red zone di kota Semarang. Kelurahan Tlogosari Kulon merupakan kelurahan dengan jumlah penduduk terpadat ke 2 di Kec Pedurungan. Hal ini merupakan suatu hal yang mempengaruhi meningkatnya demam berdarah pada kelurahan Tlogosari Kulon. Kota Semarang kini berada pada peringkat atas dalam jumlah kasus demam berdarah dengue (DBD), baik di Jawa Tengah maupun nasional. Dinas Kesehatan Kota Semarang telah mengembangkan program Tunggal Dara atau Bersatu Tanggulangi Demam Berdarah untuk bekerja sama dengan seluruh sektor yang ada di Kota Semarang. Sistem yang terintegrasi ini membantu mengatasi tantangan dalam pengendalian kejadian DBD. Tunggal Dara adalah program integrasi yang mendukung kerja sama antar seluruh lapisan sektor dalam melaporkan dan menerima informasi DBD. Program Tunggal Dara membantu masyarakat, petugas kesehatan, dan pemangku wilayah menangani penyakit DBD karena pelaporan pasien DBD dilakukan secara daring secara real-time dan gateway online mengirimkan pemberitahuan kepada mereka (Dinas Kesehatan Kota Semarang, 2015). Dengan memberantas sarang nyamuk (PSN), kader dan tokoh tokoh pada wilayah bisa saling bekerja sama untuk kemudian dapat menggerakkan masyarakat untuk mencegah penyebaran penyakit DBD. Dalam program Tunggal Dara tersebut tentunya pemerintah dan kelurahan memerlukan strategi komunikasi dalam hal ini pihak Kelurahan Tlogosari Kulon membutuhkan strategi komunikasi dalam rangka menggiatkan program Tunggal Dara supaya diterima dengan baik di tengah masyarakat, sehingga program yang telah diciptakan tersebut sanggup berfungsi secara optimal dan mampu mengendalikan penyebaran penyakit DBD, terutama di Kelurahan Tlogosari Kulon, Kota Semarang. Atas dasar latar belakang yang telah penulis uraikan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Program Tunggal Dara di Kelurahan Tlogosari Kulon, Semarang”.

Berdasarkan pada fenomena ini, penelitian ditunjukkan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dalam Program Tunggal Dara di Kelurahan Tlogosari Kulon, Semarang. Agar penelitian ini dapat lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi pada pemangku program Tunggal Dara serta warga RW 18 Kelurahan Tlogosari Kulon Semarang dengan pengamatan yang dimulai sejak bulan Januari 2023. Limitasi waktunya yaitu bulan Januari hingga bulan November. Januari sampai November menjadi bahan pertimbangan dalam limitasi waktu karena bulan Januari merupakan bulan dimana penulis mengetahui adanya program Tunggal Dara, hingga penelitian pada Program Tunggal Dara di Kelurahan Tlogosari Kulon yang dilakukan sampai bulan November.

## **Landasan Teori**

### **Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi sangat penting untuk kelancaran program dan keberhasilan serta sistematis pencapaian tujuan. Strategi komunikasi yang baik sangat diperlukan agar program dapat berjalan lancar dan mencapai tujuannya. Menurut Cangara (2013) dalam (Somantri et al., n.d.), strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari seluruh komponen komunikasi, yaitu. medium, pesan, saluran (media), penerima dan akibat (efek). Ini dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang paling efektif. Sebagaimana dikemukakan Effendy dalam (Nurhaliza & Rusdi, n.d.) salah satu tugas strategi komunikasi adalah menyalurkan pesan-pesan komunikasi yang informatif, persuasif, dan mendidik secara sistematis kepada kelompok sasaran agar mencapai hasil yang optimal. Komunikasi memerlukan strategi karena dua alasan. Pertama-tama, agar kita mendapat respon yang diharapkan, karena pesan harus diterima dalam arti penerimaan, tetapi juga dalam arti penerimaan. Menurut Kalianda 2018 dalam (Deri et al., 2018), strategi tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi yang meliputi unsur-unsur seperti alat komunikasi, pesan, saluran, alat komunikasi dan efek. Suatu program dapat menggunakan gagasan Phill Jones tentang tahapan strategi komunikasi untuk mencapai tujuan dari program, berikut adalah tahapan strategi komunikasi Phil Jones dalam (Gumilang Prodi Ilmu Komunikasi et al., n.d.) yaitu:

1. Analisis dan Perencanaan Strategis; Tahap Fase pertama, analisis strategis, biasanya melibatkan penelitian lapangan yang luas termasuk pelanggan, pesaing, dan elemen lingkungan eksternal lainnya yang mungkin berdampak pada strategi.
2. Desain Strategi dan Implementasi Perencanaan; Ini adalah tahap kedua, yang terdiri dari perencanaan dan perancangan strategi untuk pelaksanaan. Perubahan selalu menjadi bagian dari strategi. Tahap inilah dimana hikmah yang akan dikirimkan nantinya adalah hikmah yang menyangkut pilihan-pilihan berat dan keadaan yang sulit diterima.
3. Pelaksanaan Strategi; Rencana tersebut akan dilaksanakan pada tahap ketiga, namun terlebih dahulu dipastikan bahwa metode komunikasi untuk masa depan sudah jelas dan rencana tersebut sudah matang. Apa yang diungkapkan.
4. Tindak Lanjut dan Komitmen; Ketika pendekatan ini melewati tahap ini, para praktisi mungkin juga perlu meningkatkan dan memperluas narasi yang melingkupinya.
5. Menambahkan Strategi dan Pelacakan Hasil. Praktisi mulai mengamati hasil nyata dari penyesuaian perilaku awal.

### **Komunikasi Persuasif**

Salah satu aspek utama komunikasi adalah mempengaruhi sikap, pandangan dan perilaku orang lain melalui sarana verbal dan nonverbal. Persuasi adalah keterampilan yang telah digunakan orang sejak lama. Komunikasi persuasif adalah proses mencoba membuat audiens mengubah sikap, keyakinan, atau perilakunya untuk mencapai suatu tujuan. Sederhananya, komunikasi persuasif menyampaikan pesan dengan cara yang memberikan rasa keagenan

kepada audiens dan mendorong mereka untuk setuju. Menurut Suryanto 2015 (Arisetiana et al., 2023), komunikasi persuasif digambarkan sebagai komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi sikap, keyakinan dan perilaku seseorang agar berperilaku sesuai keinginan komunikator. Aspek komunikasi persuasif meliputi 3 hal, ialah:

1. Kognitif atau perilaku individu dalam Ritonga (Mirawati, 2021) kognitif mempengaruhi wawasan dan pengetahuan. Dalam proses ini, dipengaruhi dari pemikiran audiens yang berubah dan juga pengetahuan yang bertambah.
2. Afektif perilaku menurut Ritonga (Mirawati, 2021)) menerangkan bahwa afektif mempengaruhi emosi dan perasaan dari seseorang.
3. Konatif-perilaku menurut Ritonga (Mirawati, 2021) menyangkut perilaku atau tindakan dari seseorang. Konatif dinilai melalui perubahan audiens yang berupa perilaku konkrit yang berubah.

### **Penelitian Terkait**

Peneliti juga mengambil referensi dari penelitian terdahulu, yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain adalah: Penelitian Deri Kalianda (Deri et al., 2018) berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Dalam Mengimplementasikan Program Green City Di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi”. Studi ini menunjukkan bahwa strategi komunikator DLH melibatkan profesor dan ahli lingkungan serta orang-orang yang memengaruhi masyarakat seperti kepala desa, tokoh adat, dan tokoh agama. Strategi penentuan khalayak digunakan oleh Dinas Lingkungan Hidup untuk menentukan khalayak terdekat dari pusat kota, Teluk Kuantan, dan wilayah sekitarnya. Kantor, bisnis, komunitas, dan sekolah termasuk dalam kategori ini. Dinas Lingkungan Hidup menggunakan berbagai bentuk komunikasi, seperti seminar, pelatihan, spanduk, dan iklan. Secara keseluruhan, tujuannya adalah menciptakan kota hijau yang menarik. Radio, situs berita online, baliho atau spanduk, dan media sosial seperti Instagram dan Facebook adalah beberapa media yang dapat digunakan untuk melaksanakan program kota hijau.

Penelitian Zalita Alda Miarta (2020)(Miarta, 2020) dengan judul “Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “IKT Peduli” PT Indonesia Kendaraan Terminal dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan)”. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa target audience IKT adalah masyarakat secara umum, namun secara khusus ditujukan kepada penerima manfaat CSR (masyarakat Kalibaru). Bagi komunikator, IKT memiliki key person yang dekat dengan masyarakat. Pesan yang ingin ditampilkan, bahwa IKT adalah bagian dari masyarakat, begitu pula sebaliknya. Untuk menyampaikan pesannya IKT menggunakan berbagai media, namun cenderung menggunakan media digital. Untuk evaluasinya, IKT melihat bagaimana output dari pelaksanaan CSR tersebut.

Penelitian Syifa Nurhaliza & Farid Rusdi (2022) (Nurhaliza & Rusdi, n.d.) berjudul “Strategi Komunikasi Program Radio Pendidikan Sebagai Media Sumber Pembelajaran dan Informasi”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa radio Suara Edukas harus menghadapi beberapa tantangan, namun radio mampu menerapkan dengan baik langkah-langkah strategi komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi komunikasi pandemi yang telah dikembangkan dan disempurnakan saat ini sedang digunakan dan dikembangkan lebih lanjut. Penelitian Andi Surahmi dan H. Muhammad Farid (2020) (Surahmi & Farid, 2018) berjudul “Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang adalah sebagai berikut: Pengirim (Communication), Pesan (Message), Saluran (Media) dan Penerima (Komunikasi). Strategi ini digunakan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam

pembangunan daerah melalui faktor pasca pembangunan dan partisipatif. Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang, masyarakat terlibat dalam pembangunan melalui dua cara yaitu secara fisik memberikan bantuan tenaga kerja dan barang, dan secara non fisik memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam rencana pembangunan Kecamatan Duampanua.

## **METODE PENELITIAN**

Metode Kualitatif Menurut Strauss dan Corbin (2003), penelitian dengan pendekatan kualitatif tidak dapat diperoleh melalui pengukuran atau statistik. Secara umum penelitian kualitatif yang mencakup kehidupan sosial dan aktivitas sosial lainnya (Rahmawati & Andrini, n.d.). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan dan pemahaman tentang masalah yang berkaitan dengan strategi komunikasi Program Tunggal Dara di Kelurahan Tlogosari Kulon, Semarang. Pada penelitian ini yang menjadi subyek dalam penelitian adalah masyarakat di RW 18 Kelurahan Tlogosari Kulon, Semarang serta pemangku program dari Kota hingga ke RW dan juga perangkat Kesehatan Kota Semarang. Selain itu obyek dalam penelitian ini sendiri adalah Program Tunggal Dara di Kota Semarang itu sendiri. Pada penelitian ini teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi (pengamatan) dan juga wawancara mendalam. Pengamatan dilakukan dengan mengamati secara langsung pelaksanaan Program Tunggal dara di Rw 18 Kelurahan Tlogosari Kulon dan juga pelaksanaannya secara menyeluruh di kota Semarang, wawancara mendalam dilakukan dengan melakukan interview kepada responden yang dimana adalah masyarakat RW 18, pemangku program dari Kota hingga kelurahan serta pemangku kesehatan seperti puskesmas. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung seperti barang bekas yang meliputi buku, jurnal ilmiah dan artikel yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan sumber data dari jurnal, e-book dan website resmi serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. (Johan Ardianto & Zulfiningrum, 2022)

Penganalisisan data menggunakan teori tahapan strategi komunikasi Phil Jones yang meliputi 5 tahapan untuk selanjutnya membagi program Tunggal Dara menjadi 5 tahapan yaitu analisis dan perencanaan, perencanaan dan pelaksanaan, penerapan strategi, pemantauan. dan melacak keterlibatan dan hasil. Dalam penelitian ini, tahap analisis dan perencanaan merupakan tahap pra implementasi, dimana pemangku kepentingan program melihat dan merencanakan strategi sebelum implementasi. rencana awal ditetapkan, barulah terlihat implementasi strateginya. dengan implementasi strategi secara langsung di masyarakat, kewaspadaan dan komitmen dapat dilihat melalui pemantauan terhadap pemangku program yang ada di masyarakat, pemantauan terhadap hasil dapat dilakukan melalui hasil akhir program di masyarakat, apakah mempunyai dampak atau tidak. dampak positif atau negatif, serta pro dan kontra dari program tersebut. Selain itu analisisnya juga menggunakan teori Komunikasi Persuasif Suryanto yang diperoleh dari dampak program terhadap masyarakat apakah dapat mengubah 3 aspek yaitu pikiran, perasaan dan juga hal-hal spesifik yang dilakukan Masyarakat.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini dapat disajikan ilustrasi gambar yang berupa beberapa poin penting untuk mengetahui Strategi Komunikasi Program Tunggal Dara di Kelurahan Tlogosari Kulon Semarang yang dapat kita lihat melalui Gambar 2 Berikut:



**Gambar 2. Kerangka Representasi Tahapan Strategi Komunikasi Dengan Teknik Komunikasi Persuasif Pada Program Tunggal Dara Di Kelurahan Tlogosari Kulon, Semarang**

Berdasarkan penjelasan hasil analisis di atas, strategi komunikasi merupakan suatu cara atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu pengembangan strategi komunikasi menjadi penting, karena keberhasilan kegiatan komunikasi yang efektif ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi tersebut. Supaya program dapat berjalan lancar dan juga mencapai tujuan tentunya perlu adanya proses dan tahapan tahapan strategi komunikasi agar tak salah menentukan strategi komunikasi.

1. Tahap Analisa Dan Perencanaan Strategi. Analisis dan perencanaan dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Semarang sebelum melaksana Program tunggal dara di lapangan dengan cara melakukan analisis langsung ke lapangan melalui kader yang melihat kegiatan kebersihan di masyarakat, keberhasilan perencanaan program Tunggal Dara dilakukan kerja sama antar sektor pemerintahan untuk menanggulangi demam berdarah.
2. Desain Strategi dan Implementasi perencanaan. Dalam terlaksananya Program Tunggal Dara di masyarakat jika terdapat perubahan dan juga keputusan yang sulit diambil maka dilakukan langkah kerja sama dan juga pendekatan ke tokoh masyarakat dan tokoh agama untuk melakukan pendekatan ke warga atau bisa juga kader melakukan pendekatan pribadi ke warga untuk menanyakan kendala dan juga penyelesaian dalam Program Tunggal Dara selain itu dari Dinas Kesehatan juga mengembangkan beberapa desain program yang terdiri dari pamflet, aplikasi atau website serta beberapa postingan di media social untuk menunjang Program Tunggal Dara.

3. Pelaksanaan Strategi. Program Tunggal dara sudah terlaksana cukup baik antar sektor dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif dengan cara sosialisasi ke masyarakat secara langsung mengenai program Tunggal Dara untuk memutus rantai DBD . Sosialisasi ini cukup mempengaruhi aspek afektif kognitif dan juga konatif, tetapi untuk kunjungan dan monitoring secara langsung dari kader ke RW 18 berhenti sejak terjadinya pandemi Covid.
4. Tindak lanjut dan komitmen. Program Tunggal Dara masih memerlukan peningkatan pelatihan pada kader atau bimbingan lebih mendalam ke kader agar dapat konsisten dan juga berkomitmen lebih ke masyarakat supaya kendala kendala dalam program ini seperti pemberian obat pestisida , dan layanan aduan dapat ditanggapi dengan cepat sehingga membuat program menjadi semakin lebih baik lagi. Sebab masyarakat di RW 18 hanya mengandalkan info dari WA untuk reminder program dan saling mengingatkan semenjak COVID 19.
5. Pelacakan hasil. Pelacakan hasil program Tunggal didapatkan melalui hasil rekapitulasi pelaporan PJN, bak mandi serta air tergenang yang rutin setiap minggu untuk memutus rantai DBD , Keberhasilan Program Tunggal Dara dapat dilihat pada penurunan angka DBD di RW 18 Kelurahan Tlogosari Kulon , Semarang yang dapat diakses pada website Tunggal Dara maupun website dari Dinas Kesehatan.

Komunikasi persuasif memiliki maksud untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tingkah laku seseorang, kelompok, untuk kemudian melakukan tindakan/perbuatan sebagaimana dikehendaki. Untuk mengetahui lebih dalam mengenai Komunikasi persuasif pada Program Tunggal Dara, dalam penelitian ini merujuk pada tiga aspek komponen yang akan dipengaruhi, ketiga komponen tersebut yaitu kognitif , afektif , dan konatif.

1. Aspek kognitif yang dimana didalamnya Program mencoba mempengaruhi aspek logis pola pikir dan juga pemahaman masyarakat tentang Program Tunggal Dara dalam aspek ini pola pikir dan juga pemahaman masyarakat di RW 18 Kelurahan Tlogosari Kulon mulai berubah ke arah yang lebih positif Melalui edukasi dalam sosialisasi yang diberikan kader membuat masyarakat menjadi semakin tau akan cara menangani pemutusan DBD dan juga menjaga lingkungan secara baik.
2. Aspek afektif yaitu aspek yang mempengaruhi perasaan dan sikap , dalam Program Tunggal Dara masyarakat memiliki sikap yang antusias akan program supportive dan juga terbuka untuk menjalankan program selain itu masyarakat juga merasa aman dan tenang serta senang dalam menjalankan program untuk kesehatan, hal ini terlihat melalui kunjungan kader secara langsung untuk memberikan sosialisasi yang disambut baik oleh Masyarakat dan juga dapat dilihat melalui laporan yang rutin setiap minggu dari warga karena warga sadar hal ini untuk kebaikan warga.
3. Aspek konatif terlihat pada perubahan kebiasaan yang konkret terjadi di masyarakat Kelurahan Tlogosari Kulon dengan semakin rajin melakukan pembersihan untuk tempat yang menjadi sarang nyamuk serta lingkungan hal ini dapat dilihat melalui rutin nya laporan bak mandi kamar mandi dan air tergenang setiap minggu yang tentunya mengharuskan masyarakat untuk membersihkan nya agar laporan baik dan terhindar dari rantai penyakit DBD.

## **Pembahasan**

Strategi Komunikasi Program Tunggal Dara di Kelurahan Tlogosari Kulon, dalam penelitian ini merujuk pada 5 tahapan tahapan strategi komunikasi untuk menjembatani strategi komunikasi agar berjalan lancar sampai mencapai tujuan dari Program Tunggal Dara. Tahapan tahapan strategi komunikasi, yaitu Analisis dan perencanaan strategi, Desain strategi dan implementasi rencana, Pelaksanaan strategi, tindak lanjut dan komitmen serta pelacakan

hasil. Dari hasil penelitian yang dilakukan menggunakan teori tahapan tahapan strategi komunikasi dapat ditunjukkan bahwa Program Tunggal Dara menggunakan teknik komunikasi persuasif yang cukup berhasil dalam strategi komunikasinya. Komunikasi persuasif dilihat melalui 3 aspek yaitu kognitif, afektif dan juga konatif. Komunikasi persuasif sendiri adalah komunikasi yang memiliki tujuan mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga berbuat sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator, tetapi pada RW 18 Kelurahan Tlogosari Kulon yang dimana merupakan RW dengan jumlah angka DBD tertinggi di Kelurahan Tlogosari Kulon, diketahui bahwa tahap tindak lanjut pada program masih perlu peningkatan, dapat dilihat melalui pemangku program yang masih perlu melakukan tindakan lebih lanjut mengenai sosialisasi, layanan aduan baik offline atau online dan pemberian obat anti jentik nyamuk sebab masyarakat masih mengeluhkan untuk minim nya kunjungan kader ke masyarakat semenjak COVID untuk bersosialisasi sehingga informasi yang didapat oleh masyarakat sangat minim dan juga ada beberapa hal yang masyarakat masih awam seperti media sosial untuk akses program Tunggal Dara dan juga monitoring secara langsung untuk pengecekan jentik nyamuk, ini juga perlu dihimbau sebab kadang hasil pada pengecekan individu masyarakat berbeda dengan hasil yang disajikan di data data website pemerintahan. Walau pada RW 18 Kelurahan Tlogosari Kulon sekarang ini mulai berkurang untuk angka penyakit DBD tetapi tetap hal ini memerlukan peningkatan pada program Tunggal Dara supaya masyarakat merasa nyaman dan tenang dari penyakit DBD.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan dapat disimpulkan bahwa ,dalam penerapan strategi komunikasi pada Program Tunggal Dara di Kelurahan Tlogosari Kulon menggunakan teknik komunikasi persuasif yang cukup berpengaruh dalam mendorong untuk mempengaruhi warga agar berjalan sesuai rencana program dan juga tujuan dapat tercapai. Dapat terlihat melalui 3 aspek yang berhasil dipengaruhi yaitu aspek kognitif yang dimana mempengaruhi pola pikir, kemudian lewat aspek afektif yang dimana masyarakat sangat antusias dan juga terbuka terhadap program sebab dan yang terakhir program dapat mempengaruhi habit masyarakat menjadi lebih baik. Komunikasi persuasif yang berhasil dalam strategi komunikasi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi cukup berhasil tetapi memang perlu peningkatan dalam tahap tindak lanjut sosialisasi dan juga kunjungan langsung dari kader ke masyarakat RW 18 yang membuat RW 18 masih menjadi RW dengan angka DBD tertinggi di wilayah Tlogosari Kulon. Dapat diketahui dalam penelitian ini bahwa pada tahap tindak lanjut dan komitmen bisa dilakukan pelatihan pada kader atau bimbingan lebih mendalam ke kader agar dapat konsisten dan juga berkomitmen lebih ke masyarakat supaya kendala kendala dalam program ini seperti pemberian obat pestisida, dan layanan aduan dapat ditanggapi dengan cepat sehingga membuat program menjadi semakin lebih baik lagi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arisetiana, E., Riris, P., Simamora, T., Perwirawati, ) Elok, Universitas, ), & Agung, D. (2023). Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Strategi Marketing Perumahan Harmoni Asri. In *Jurnal Social Opinion* (Vol. 8, Issue 1).
- Deri, O, Pembimbing, K., Yohana, N., Sos, S., & Ikom, M. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (Dlh) Dalam Mengimplementasikan Program Green City Di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. In *Jom Fisip* (Vol. 5, Issue 1).
- Dinas Kesehatan Kota Semarang. (2015). Tunggal Dara Bersatu Tanggulangi Demam Berdarah. [Http://116.254.113.136:8080/Tunggaldara/](http://116.254.113.136:8080/Tunggaldara/).
- Dinas Kesehatan Kota Semarang. (2023). Dashboard Dbd Kesehatan Dinas Kesehatan Kota Semarang. [Http://119.2.50.170:9095/DashboardNew/Index.Php](http://119.2.50.170:9095/DashboardNew/Index.Php).



- Gumilang Prodi Ilmu Komunikasi, G., Ilmu Sosial, J., & Ilmu Sosial dan Hukum, F. (n.d.). Strategi Komunikasi Radio Hard Rock Fm Surabaya Dalam Mengelola Program Siaran Pada Masa Pandemi Covid-19. In Tahun (Vol. 04, Issue 2). [www.HardRockFM.com](http://www.HardRockFM.com).
- Iswandari, H. D., & Retnaningrum, O. T. D. (2021). Penguatan Peran Siswa SD Bandarharjo dalam Upaya Menurunkan Angka Demam Berdarah di Kelurahan Bandarharjo Semarang Utara. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 1(1), 57–62. <https://doi.org/10.54082/jamsi.15>
- Johan Ardianto, D., & Zulfiningrum, R. (2022). Penggunaan TikTok Sebagai Personal Branding Benjamin Master Adhisurya (iben\_ma). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3).
- Miarta, Z. A. (2020). Strategi Komunikasi Program Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus Strategi Komunikasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) “IKT Peduli” PT. Indonesia Kendaraan Terminal, Jakarta Utara dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan).
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. <https://www.apijii.or.id>
- Nurhaliza, S., & Rusdi, F. (n.d.). Strategi Komunikasi Program Radio Pendidikan Sebagai Media Sumber Pembelajaran dan Informasi.
- Rahmawati, S., & Andrini, S. (n.d.). Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Summertide Melalui Perubahan Kemasan Ramah Lingkungan Public Relations Communication Strategy in Building the Company Image of Summertide Through Environmentally Friendly Packaging Changes.
- Somantri, R. P., Rachma, Y., Prodi, P., & Komunikasi, I. (n.d.). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang Dalam Menyosialisasikan Visi Sumedang Simpati The Communication Strategy Of Sumedang Regency Government Public Relations Sozialitation Sumedang Simpati Vision.
- Surahmi, A., & Farid, H. M. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang Communication Strategy in Encouraging People’s Participation toward Development in Duampanua Subdistrict, Pinrang Regency. In *Jurnal Komunikasi KAREBA* (Vol. 7, Issue 2).