

BAB V

PENUTUP

Penelitian ini berangkat dari latar belakang dalam menghadapi epidemi virus HIV/AIDS secara komprehensif, Komisi Penanggulangan AIDS Kota Semarang belum dapat berperan besar dalam menanggulangi virus HIV/AIDS di Kota Semarang karena peningkatan virus HIV/AIDS di Semarang semakin tinggi dari tahun ke tahun. KPA masih menemukan kendala-kendala yang sulit teratasi, kendala ini dapat mengurangi atau memperbesar masalah HIV/AIDS di Kota Semarang. Salah satunya kuatnya norma pada masyarakat Kota Semarang yang “tabu” untuk membicarakan edukasi seks, penularan terkait virus HIV/AIDS.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kampanye komunikasi pencegahan HIV dan AIDS, mengetahui kendala - kendala dalam melaksanakan kampanye komunikasi pencegahan HIV dan AIDS, serta mengetahui dampak persuasi dari kampanye komunikasi pencegahan HIV dan AIDS oleh Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) di Kota Semarang.

5.1 Implikasi Teoritis

Komunikasi strategis kampanye yang dilakukan oleh KPA Kota Semarang dengan melihat Teori persuasi, berfokus pada bagaimana dan mengapa orang cenderung menerima apa yang mereka lihat di media. Negosiasi dibutuhkan untuk saling menguntungkan dalam komunikasi persuasif untuk mencapai kesepakatan yang baik dan memberikan keuntungan bersama. Dibutuhkan anggota tertentu dalam mengerjakan setiap

hasil kegiatan, monitoring dan evaluasi, sehingga data dapat dilihat kenaikan dan penurunan angka HIV dan AIDS di Kota Semarang.

5.2 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi KPA Kota Semarang. Komunikasi strategi dalam melakukan kampanye sosial tentang pencegahan dan penanggulangan HIV dan AIDS di Kota Semarang masih kurang berhasil karena adanya diskriminasi kepada ODHA yang semakin tinggi dan Kota Semarang merupakan wilayah dengan virus HIV dan AIDS tertinggi se Jawa Tengah. Penggunaan pendekatan persuasi dan dilakukannya kampanye melalui media massa masih dirasa belum mencakup seluruh masyarakat.

5.3 Implikasi Sosial

Penelitian yang dilakukan perihal kampanye pencegahan dan penanggulangan HIV dan AIDS oleh KPA di Kota Semarang mempunyai dampak kepada masyarakat menjadi lebih waspada terhadap penyakit virus HIV dan AIDS sehingga tidak meremehkan penyakit ini dengan lebih memperhatikan gaya hidup, setia pada pasangan dan tidak mendiskriminasi terhadap ODHA serta selalu melakukan test VCT agar diketahui sejak dini.

5.4 Simpulan

1. Pencapaian kampanye pencegahan dan penanggulangan HIV dan AIDS di Kota Semarang oleh KPA tahun 2017-2018, menghasilkan kepedulian dan kesadaran masyarakat akan penggunaan kondom dan melakukan tes HIV atau VCT agar terhindar dari penyakit HIV dan AIDS. Penggunaan media melalui AIDA dalam mengencarkan kampanye pencegahan dan penanggulangan HIV dan AIDS terbilang berhasil karena banyak masyarakat yang menggunakan media sosial dan media massa sehingga memudahkan KPA Kota Semarang untuk menjangkau

masyarakat terpencil. Media langsung yang digunakan KPA dalam melakukan kampanye secara langsung juga sangat mendukung untuk menjelaskan secara detail bagaimana seseorang bisa terjangkit HIV dan AIDS.

2. Kampanye komunikasi yang dilakukan KPA Kota Semarang dalam membuat perencanaan strategi untuk menanggulangi dan mencegah HIV dan AIDS di Kota Semarang dengan berpedoman Strategi Rencana Aksi Daerah (SRAD) 2016-2020 dilakukan dengan mengumpulkan bahan dan data serta dilakukan pembahasan bersama dengan para pemangku kepentingan serta pembuatan strategi yang melibatkan berbagai dinas-dinas terkait seperti POKJA, Dinas Kesehatan, BNN dan sebagainya serta komunitas sosial KOOS, LSM dan lain-lain yang membantu KPA Kota Semarang untuk membuat strategi setiap tahunnya. Penggunaan teori AIDA dalam merancang pesan yang disampaikan KPA Kota Semarang dengan kata yang tepat sehingga terjadinya pengambilan keputusan masyarakat untuk berubah menjadi lebih baik.
3. KPA Kota Semarang dalam melakukan kampanye mengalami kendala bahwa masih banyak yang belum memahami program pencegahan dan penanggulangan HIV dan AIDS karena kesadaran diri untuk test HIV masih cukup rendah dan pemakaian kondom juga masih rendah pada kelompok beresiko tinggi (ponci), gay yang menyebabkan tingginya jumlah kasus Infeksi Menular Seksual (IMS), HIV dan AIDS. Permasalahan KPA juga saat ini adalah masyarakat masih mendiskriminasi ODHA karena ODHA menurut mereka adalah orang yang memiliki penyakit menular padahal sudah diberikan pemahaman tentang cara penularannya tetapi masyarakat masih berfikiran hal buruk jika berdekatan dengan ODHA.

4. Persuasi menjadi penting ketika KPA Kota Semarang membujuk tanpa adanya pemaksaan dan melakukan negosiasi dalam melihat keberhasilan dari tujuan untuk melakukan tes VCT, konseling serta pendampingan. Pesan persuasi yang disampaikan kepada masyarakat umum, populasi kunci, gay untuk mau melakukan tes, konseling serta pendampingan dengan kesadaran sendiri dan dampak positif dari diterimanya pesan persuasi tersebut akan diteruskan oleh individu lainnya untuk berbagai informasi tersebut.

5.5 Rekomendasi

1. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya tentang inovasi strategi komunikasi KPA Kota Semarang dengan menggunakan teori Difusi Inovasi. Salah satu teori yang penting dalam memahami proses komunikasi pembangunan adalah Teori Difusi Inovasi. Difusi adalah proses dimana inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu pada suatu jangka waktu tertentu, diantara anggota sistem sosial (Rogers;1995:5-6) Pesan yang disebarluaskan dalam proses komunikasi tersebut berisi ide-ide, atau praktik yang bersifat baru atau dianggap baru, untuk itu teori ini dapat menjadi *agent of change* dari ide-ide baru dari KPA Kota Semarang dan berupaya membujuk seseorang agar mengadopsi suatu inovasi. Sehingga dapat disebut difusi, difusi adalah tipe khusus dari komunikasi, yang isinya pesan tentang ide baru.
2. Peneliti menyarankan perlu dilakukannya meneliti tentang strategi untuk mengurangi pendiskriminasi terhadap ODHA melalui ide-ide yang baru. Diskriminasi ODHA masih menjadi masalah utama KPA Kota Semarang karena sampai sekarang masih banyaknya masyarakat yang mendiskriminasi ODHA dan OHIDHA karena takut

akan terkena penyakit HIV dan AIDS, hal ini menyebabkan ODHA tidak bisa masuk ke lingkup masyarakat seperti selayaknya masyarakat yang tidak terkena virus.