BAB II

KELUARGA BERENCANA UNTUK PRIA DAN KAMPANYE

Keluarga Berencana untuk pria adalah perencanaan kehamilan pada wanita sehingga kehamilan terjadi pada waktu yang diinginkan yang dilakukan pada pria.

II.1 Keluarga Berencana

1. Definisi

KB adalah singkatan dari keluarga berencana menurut kamus besar bahasa Indonesia (2002), maksudnya adalah membentuk keluarga yang sehat dan sejahterah membatasi kelahiran. Pembatasan bisa dilakukan dengan penggunaan alat kontrasepsi atau penanggulangan kelahiran seperti kondom, spiral, IUD dan sebagainya. Jumlah anak dalam keluarga yang dianggap ideal adalah 2 anak.

Keluarga Berencana adalah perencanaan kehamilan sehingga kehamilan terjadi dalam waktu yang diinginkan. Jarak antara kelahiran diperpanjang, dan kelahiran selanjutnya dapat dicegah apabila jumlah anak telah tercapai sesuai dengan yang dikehendaki, untuk membina kesehatan seluruh anggota dengan sebaik-baiknya, menuju norma Keluarga Kecil Bahagia dan Sejahtera (NKKBS)(Waloejono, 2000).

2. Tujuan

Program Keluarga Berencana memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Membentuk keluarga kecil sesuai dengan kekuatan sosial ekonomi suatu keluarga dengan cara pengaturan kelahiran anak, agar diperoleh suatu keluarga bahagia dan sejahtera yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.
2. Pengaturan kelahiran, pendewasaan usia perkawinan, peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarga.
3. Memperbaiki kesehatan dan kesejahteraan ibu, anak, keluarga, dan bangsa.
4. Mengurangi angka kelahiran untuk menaikan taraf hidup rakyat dan bangsa.

Tujuan KB berdasarkan RENSTRA (Rencana Strategis) 2005-2009 meliputi :

1. Keluarga dengan anak ideal
2. Keluarga sehat
3. Keluarga berpendidikan
4. Keluarga sejahtera
5. Keluarga berketahanan
6. Keluarga yang terpenuhi hak-hak reproduksinya
7. Penduduk tumbuh seimbang (PTS)

II.1.2 Dampak Program KB

Program Keluarga Berencana memberikan dampak, yaitu :

1. Penurunan angka kematian ibu dan anak
2. Penanggulangan masalah kesehatan produksi
3. Peningkatan kesejahteraan keluarga
4. Peningkatan derajat kesehatan
5. Peningkatan mutu dan layanan KB-KR
6. Peningkatan sistem pengelolaan dan kapasitas SDM

(sumber : www.lusa.web.id/program-kb-di-indonesia/)

II.2 Keluarga Berencana Terhadap Pria

Partisipasi pria untuk mengikuti program KB masih rendah. Salah satunya disebabkan minimnya akses laki-laki terhadap perolehan informasi, pelayanan KB, dan kesehatan reproduksi. Menurut Peneliti Pusat Studi Kependudukan dan Kebijakan (PSKK) UGM Issac Tri Oktaviatie S.Ant M.Sc, kurangnya promosi atau sosialiasi tentang KB pria dikarenakan kebijakan KB di Indonesia yang masih berfokus pada pencapaian target peserta KB perempuan.

(sumber : suaramerdeka.com)

II.2.1 Jenis Kontrasepsi pada Pria

1. Kondom

Kondom merupakan selubung / sarung karet ya dapat terbuat dari berbagai bahan diantaranya lateks (karet), plastik (vinil), atau bahan alami (produksi hewani) yang dipasang pada penis saat berhubungan seksual. Kondom terbuat dari karet sintetis yang tipis, berbentuk silinder, dengan muaranya berpinggir tebal, yang bila digulung berbentuk rata atau mempunyai bentuk seperti puting susu. Berbagai bahan telah ditambahkan pada kondom baik untuk meningkatkan efektivitas (misalnya penambahan *spermicidal*) maupun sebagai aksesoris aktivitas seksual. Kondom merupakan metode kontrasepsi yang paling banyak digunakan. Cara kerja kondom, mencegah sperma bertemu dengan sel telur yang menyebabkan tidak terjadinya pembuahan. Alat kontrasepsi ini lebih efektif digunakan tetapi jika penggunaannya secara tepat dan benar.
(www.rakyatmerdeka.co.id, 2007)

1.1 Jenis-jenis/tipe kondom pria

Jenis/tipe kondom pria adalah:

1. Kondom lateks : sebagian besar kondom terbuat dari karet lateks halus dan berbentuk silinder bulat, umumnya memiliki panjang 15 – 20 cm, tebal 0,03 – 0,08 mm, garis tengah sekitar 3.0 – 3,5 cm, dengan satu ujung buntu yang polos atau berpentil dan dipangkal yang terbuka bertepi bulat. Namun untuk sekarang telah tersedia dalam ukuran yang lebih besar atau lebih kecil dari standar.

2. Kondom berpelumas : Sebagai usaha untuk meningkatkan akseptabilitas, telah diperkenalkan variasi kondom yang berpelumas, mengandung spermatiside, berwarna, memiliki rasa, dan beraroma.

3. Kondom anti alergi : Kondom anti alergi terbuat dari karet lateks dengan rendah residu dan tidak dipralubrikasi.

4. Kondom yang lebih tebal dan melebihi standar, dipasarkan terutama untuk hubungan intim per-anus pada pria homoseks untuk memberikan perlindungan tambahan terhadap penularan HIV/AIDS

- **Kelebihan**

1. Efektif bila digunakan dengan benar.
2. Tidak mengganggu produksi ASI.
3. Tidak mengganggu kesehatan klien.
4. Tidak mempunyai pengaruh sistemik.
5. Murah dan dapat dibeli secara umum.
6. Tidak perlu resep dokter atau pemeriksaan kesehatan secara khusus.
7. Metode kontrasepsi sementara bila metode kontrasepsi lainnya harus ditunda.

- **Kekurangan**

1. Efektifitas tidak terlalu tinggi.
2. Cara penggunaan sangat mempengaruhi keberhasilan kontrasepsi.
3. Agak mengganggu hubungan seksual (mengurangi sentuhan langsung).
4. Pada beberapa klien bisa menyebabkan kesulitan untuk mempertahankan ereksi.
5. Harus selalu tersedia setiap hari berhubungan seksual.
6. Beberapa klien malu untuk membeli kondom ditempat umum.
7. Pembuangan kondom bekas mungkin menimbulkan masalah dalam hal limbah.

- **Efek Samping**

Pada umumnya saat menggunakan kondom, pemakai kondom dan pasangannya tidak akan mengalami efek samping. Namun pada beberapa kasus terutama yang alergi terhadap lateks, bisa menimbulkan iritasi. Apalagi jika lateks kondom dari bahan *plyurethane* atau kondom *natural skinn* serta tidak memakai bahan *spermicidal*.
(Kusmarjadi, 2009)

Banyak pria mengeluhkan kurang sensitif jika memakai kondom, sementara yang lainnya merasa sulit untuk mempertahankan ereksi saat memakai kondom atau saat intercourse. Pada beberapa kasus, baik pria ataupun partner-nya, memakai kondom bisa menghancurkan spontanitas mereka dalam berhubungan seksual. Tetapi hal tersebut bukan merupakan efek samping.
(Kusmarjadi, 2009)

2. Vasektomi

2.1 Definisi

Vasektomi adalah tindakan operasi ringan dengan cara mengikat dan memotong saluran sperma sehingga sperma tidak dapat lewat dan air mani tidak mengandung spermatozoa, dengan demikian tidak terjadi pembuahan, operasi berlangsung kurang lebih 15 menit dan pasien tak perlu dirawat. Operasi dapat dilakukan di Puskesmas, tempat pelayanan kesehatan dengan fasilitas dokter ahli bedah, pemerintah dan swasta, dan karena tindakan vasektomi murah dan ringan sehingga dapat dilakukan di lapangan.
(Siswosudarmo, 2007)

2.2 Jenis-jenis

2.2.1 Klasifikasi berdasarkan cara

1. Vasektomi Tanpa Pisau (VTP atau *No-scalpel Vasectomy*)
   Operasi tidak menggunakan pisau bedah tetapi menggunakan klem (penjepit).
2. Vasektomi Dengan menggunakan pisau

2.2.2 Klasifikasi berdasarkan jenis

1. Vasektomi Permanen
   Vasektomi permanen yakni *vas deferen* yang dipotong dan diikat tidak bisa dibuka kembali untuk berfungsi secara normal.
2. Vasektomi semi permanen
   Vasektomi Semi Permanen yakni *vas deferen* yang diikat dan bisa dibuka kembali untuk berfungsi secara normal kembali dan tergantung dengan lama tidaknya pengikatan *vas deferen*, karena semakin lama vasektomi diikat, maka keberhasilan semakin kecil, sebab vas deferen yang sudah lama tidak dilewati sperma akan menganggap sperma adalah benda asing dan akan menghancurkan benda asing.

a. Kelebihan

1. Teknik operasi kecil yang sederhana dapat dikerjakan kapan saja.
2. Komplikasi yang dijumpai sedikit dan ringan.
3. Biaya murah dan terjangkau oleh masyarakat.
4. Baik dilakukan pada laki-laki yang sudah menikah dan tidak ingin punya anak.
5. Vasektomi lebih murah dan lebih sedikit komplikasi dari sterilisasi tubulus.
6. Laki-laki memiliki kesempatan untuk mengubah kontrasepsi dengan istrinya.
7. Tidak mempengaruhi kemampuan seseorang dalam menikmati hubungan seksual.

b. Kekurangan

1. Ada sedikit rasa sakit dan ketidaknyamananan beberapa kali setelah operasi, rasa sakit ini biasanya dapat lega oleh konsumsi obat-obatan lembut.
2. Seringkali harus melakukan dengan kompres es selama 4 jam untuk mengurangi pembengkakan, pendarahan dan rasa tidak nyaman dan harus memakai celana yang dapat mendukung skrotum selama 2 hari.
3. Pasien diminta untuk memakai kondom terlebih dahulu untuk membersihkan tabung dari sisa sperma yang ada. Untuk mengetahui yang steril atau tidak, pemeriksaan mikroskopis biasanya dilakukan 20-30 hari setelah ejakulasi.
4. Vasektomi tidak memberikan perlindungan terhadap infeksi menular seksual termasuk HIV.

c. Efek Samping

1. Vasektomi tidak memiliki efek yang bersifat merugikan. Sperma yang diproduksi tubuh pria namun tidak bisa disalurkan karena prows vasektomi tersebut, akan kembali diserap tubuh tanpa menyebabkan gangguan metabolisme. Beberapa orang yang menggunakan vasektomi mengeluh tentang gangguan terhadap gairah seksual mereka, tetapi itu hanya bersifat psikologis bukan gejala fisiologis.
2. Rasa nyeri atau ketidaknyamanan akibat pembedahan yang biasanya hanya berlangsung beberapa hari. Pembentukan granuloma relatif jarang dan merupakan keluhan yang nantinya hilang sendiri.
3. Efek sampingnya vasektomi hampir tidak ada kecuali infeksi apabila perawatan pasca operasi tidak bagus. Vasektomi juga tidak ada pengaruhnya terhadap kemampuan pria untuk melakukan hubungan badan malah beberapa kasus disebutkan potensi pria lebih baik karena pengaruh dari psikologis terhindar dari kecemasan terjadinya kehamilan dari istri. Kalaupun ada efek samping hal itu disebabkan karena dari lingkungan luar bukan dari vasektomi itu sendiri. Oleh karena itu fisik maupun mental dan tentunya konsultasi karena yang dipotong/diikat adalah saluran yang mengeluarkan sel sperma bukan cairan semennya. Waktu pembedahan juga singkat hanya sekitar 1-2 jam, setelah pembedahan akan terasa sedikit membengkak sekitar 3-5 hari.

II.3 Kampanye

Menurut Rogers dan Storey dalam *Venus* (2004, h.7), mendefinisikan kampanye sebagai *"serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu".* Apapun ragam dan tujuannya, upaya perubahan yang dilakukan kampanye selalu terkait dengan aspek pengetahuan, sikap dan perilaku.

Ostergaard dalam *Venus* (2004, h.10), menyebut ketiga aspek tersebut dengan istilah "3A" yaitu *awareness, attitude* dan *action*. Ketiga aspek ini bersifat saling

terkait dan merupakan sasaran pengaruh yang harus dicapai secara bertahap agar satu kondisi perubahan dapat tercipta.

Awareness dalam aspek pertama oleh Ostergaad berarti menggugah kesadaran, menarik perhatian dan memberi informasi tentang produk atau gagasan yang dikampanyekan. Dalam hal ini, konsep ajakan dalam kampanye program Keluarga Berencana untuk pria harus dapat menarik perhatian masyarakat akan pentingnya KB untuk kesejahteraan keluarga.

Aspek berikutnya diarahkan pada perubahan dalam ranah sikap atau *attitude*. Dalam hal ini, kampanye program Keluarga Berencana untuk pria harus memunculkan kepedulian atau keberpihakan masyarakat pada isu-isu yang menjadi tema kampanye.

Sementara pada aspek terakhir kegiatan kampanye kampanye program Keluarga Berencana untuk pria ditujukan untuk mengubah perilaku *(action)* masyarakat secara konkret dan terukur. Tahap ini menghendaki adanya tindakan tertentu yang dilakukan oleh masyarakat. Tindakan tersebut dapat bersifat ”sekali saja” atau ”berkelanjutan”.

II.3.1 Jenis-Jenis Kampanye

Menurut Charles U. Larson dalam Venus (2004, h.11), membagi jenis kampanye dalam tiga kategori yakni:

- *Product oriented campaigns*,
- *Candidate oriented campaigns* dan
- *Ideologically or cause oriented campaigns*.

Product-oriented campaigns atau kampanye yang berorientasi pada produk umumnya terjadi dilingkungan bisnis. Istilah lain adalah *commercial campaigns* atau *corporate campaign*. Motivasi yang mendasarinya adalah memperoleh keuntungan finansial.

Candidate oriented campaigns atau kampanye yang berorientasi pada kandidat pada umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik. Karena itu jenis kampanye ini dapat pula disebut sebagai *political campaigns* (kampanye politik).

Ideologically or cause oriented campaigns adalah jenis kampanye yang beroientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Karena itu kampanye jenis ini sering disebut sebagai *social change campaigns*, yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahaan sikap dan prilaku publik yang terkait.

Setelah melihat dari jenis-jenis kampanye diatas maka kampanye tentang program KB untuk pria tergolong jenis kampanye *ideologically or cause oriented campaigns* karena tujuan dari kampanye ini untuk mengajak atau menyadarkan masyarakat agar lebih tahu tentang program KB untuk pria.

II.3.2 Elemen Penting Kampanye

Menurut Nowak dan Warneryd dalam Venus (2004, h.23) ada delapan elemen kampanye yang saling berkaitan dan harus diperhatikan. Kedelapan elemen tersebut adalah :

- *Intended effect* (efek yang diharapkan). Efek yang hendak dicapai harus dirumuskan dengan jelas. Dengan demikian, penentuan elemen-elemen lainnya akan lebih mudah dilakukan.

- *Competiting communication* (persaingan komunikasi) agar suatu kampanye menjadi efektif, maka perlu diperhitungkan potensi penggunaan dari kampanye yang bertolak belakang *(counter campaign).*

- *Communication object* (objek komunikasi). Objek kampanye biasanya dipusatkan pada satu hal saja, karena untuk objek yang berbeda menghendaki metode komunikasi yang berbeda.

- *Target population & receiving group* (populasi target dan kelompok penerima). Kelompok penerima adalah bagian dari populasi target. Agar penyebaran pesan lebih baik ditujukan kepada *opinion leader* (pemuka rapat).

- *The channel* (saluran). Saluran yang digunakan dapat bermacam-macam tergantung karakteristik kelompok penerima dan jenis pesan kampanye. Media dapat menjangkau hampir seluruh kelompok, namun bila tujuannya adalah mempengaruhi prilaku maka akan lebih efektif bila dilakukan antar pribadi.

- *The message* (pesan). Pesan dapat berbentuk sesuai dengan karakteristik kelompok yang menerimanya. Pesan juga dapat dibagi dalam tiga fungsi yaitu :
  1 Menumbuhkan kesadaran
  2 Mempengaruhi
  3 Mempertegas dan meyakinkan penerima pesan bahwa pilihan atau tindakan mereka adalah benar.

- *The communicator / sender* (komunikator / pengirim pesan). Komunikator dapat dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya seorang yang ahli atau seorang yang dipercaya khalayak, atau malah memiliki kedia sifat tersebut. Komunikator harus memiliki kredibilitas dimata penerima pesan.

II.3.3 Tujuan Kampanye

Efek yang ingin dicapai dalam sebuah kampanye menurut Nowak dan Warneryd adalah sebagai berikut :

1. Kognitif (perhatian, peningkatan pengetahuan dan kesadaran

2. Efektif (berhubungan dengan perasaan, *mood* dan sikap)
3. Konatif (keputusan bertindak dan sikap)

II.4 Kuesioner & Wawancara

Untuk melengkapi data dibutuhkan observasi di lapangan dengan menggunakan metode kuesioner dan wawancara. Kuesioner adalah alat riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau melalui daftar pertanyaan.

II.4.1 Kuesioner

1. Dari 50 responden terdapat 40% pria yang belum menikah, dan 60% pria yang sudah menikah.
2. Sedangkan yang mengetahui mengenai program keluarga berencana terhadap pria, dari 50 responden 75% mengaku tidak mengetahui adanya KB terhadap pria, dan 25% mengetahui program keluarga berencana terhadap pria.
3. Dari 25% yang mengetahui program keluarga berencana terhadap pria. Sebagian besar mengetahui dari orang sekitar, puskesmas dan media (internet).
4. Responden yang mengetahui program keluarga berencana terhadap pria sebagian besar belum pernah melakukan KB pria.
5. Sedangkan responden yang belum mengetahui mengenai program KB terhadap pria mengaku ingin mengetahui secara lanjut.
6. Dari 50 responden 80% setuju terhadap program keluarga berencana terhadap pria. Dan 20% tidak setuju terhadap program KB pada pria.

Dari hasil kuesioner terhadap 50 responden 75% belum mengetahui tapi masih belum mengetahui mengenai program keluarga berencana terhadap pria. Dan 25% sudah mengetahui. Sebagian besar yang belum mengetahui KB pria adalah pria yang belum menikah. Namun minat untuk mengetahui mengenai KB pria sangat

besar walaupun beberapa dari mereka tidak setuju dengan adanya program keluarga berencana terhadap pria.

II.4.2 Wawancara

Wawancara bersama dr. Harriet Qie, kasubid (kepala sub bidang) bina kesertaan KB jalur pemerintah BKKBN. Pertanyaan mendasar dengan topik KB pria vasektomi, menurut dr. Harriet Qie keikutsertaan pria dalam KB sangat minim sekali dikarenakan masih beredarnya rumor yang tidak benar mengenai KB pria, contohnya masih banyak yang mengira vasektomi adalah metode yang sama dengan kebiri yang membuat para pria mulai takut untuk ikut KB. Dari wawancara tersebut pula dapat ditemukan bahwa target BKKBN dalam KB pria ini untuk yang sudah berumur 30 tahun keatas dan telah memiliki dua anak yang dikhususkan anak yang terkecil sudah berumur 5 tahun baru boleh mengikuti KB pria ini. Menurut dr. Harriet Qie untuk keikut sertaan KB diluar syarat yang berlaku juga diijinkan asalkan membuat surat pernyataan bahwa memang sudah tidak ingin memiliki anak lagi dan sudah disetujui oleh istri. Berdasarkan wawancara dengan dr. Harriet Qie masih ada yang belum tau kebenaran mengenai KB pria, dapat disimpulkan masih kurangnya sosialisasi mengenai program KB bagi pria. Masih ada pula yang beranggapan bahwa memiliki banyak anak banyak rezeki, dan pria masih takut untuk dioperasi karena pemikiran operasi sendiri sangat menyeramkan. Sehingga dibutuhkan media informasi dengan cara kampanye agar tidak salah dalam penyampaian pesan yang sebenarnya tentang KB pria ini.