STRATEGI KOMUNIKASI BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL (BKKBN)

(Studi Deskriptif tentang Strategi Komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi Jawa Barat dalam Mempersuasi Suami Untuk Mengikuti Program Vasektomi Di Kabupaten Bekasi)

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh Ujian Sarjana

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas

Oleh,

DWIKA OVELIA FRISKANDHI

NIM 41811042

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2015

Abstrak

STRATEGI KOMUNIKASI BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL (BKKBN)

(Studi Deskriptif tentang Strategi Komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi Jawa Barat dalam Mempersuasi Suami Untuk Mengikuti Program Vasektomi Di Kabupaten Bekasi)

Oleh

Dwika Ovelia Friskandhi

41811042

Skripsi ini dibawah bimbingan:

Tine Agustin Wulandari, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi Jawa Barat dalam Mempersuasi Suami Untuk Mengikuti Program Vasektomi Di Kabupaten Bekasi. Untuk menjawab masalah tersebut maka diambil subfokus dari Strategi Komunikasi yaitu, pengenalan khalayak, penyampaian pesan, menetapakan metoda dan menentukan media.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, informan dari penelitian ini berjumlah delapan orang, informan tersebut dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan *internet searching*.

Hasil dari penelitian ini strategi komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada calon aseptor pertama pengenalan khalayak yang digunakan oleh BKKBN adalah analisis data sasaran, kemudian pesan yang digunakan adalah dengan KIE (komunikasi, informasi dan edukasi), penetapan metoda yang digunakan ialah dengan mengulang-ulang pesan, informatif, persuasif, dan edukatif, dan penetapan medianya adalah audio ataupun visual serta cetak

Kesimpulannya strategi komunikasi yang digunakan oleh BKKBN masih kurang dan perlu ditingkatkan lagi untuk memperbanyak lagi calon aseptor terutama pada metoda penyampaian pesan kepada calon aseptor dan memaksimalkan penggunaan media sebagai alat bantu untuk menyampaikan pesan.

Saran yang dapat peneliti sampaikan sebaiknya BKKBN menambah lagi petugas lapangan, memberikan fasilitas dan perkaya materi KIE.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, BKKBN, Vasektomi

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL (BKKBN)

(Descriptive Study About Communication Strategy Of Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (Bkkbn) West Java Province On Persuading Husband For Following The Vasectomy Programe In Bekasi District)

By

DWIKA OVELIA FRISKANDHI

41811042

This research under guidance:

TINE AGUSTIN WULANDARI, M.I.Kom

This research purpose is to know how communication strategy of BadanKependudukandanKeluargaBerencanaNasional (BKKBN) West Java Province works on Persuading Husband in Bekasi District for following the vasectomy program. For answering that problem it took sub focus on communication strategy by Anwar Arifin about society introduction, message delivery, method arranging, and media arranging. Uses qualitative approach and descriptive method.

Informant on this research were eight people, whose selected by purposive sampling. Data obtained with observation, interview, documentation, divining manual study, and internet searching.

Result of this research is strategies used for information delivery for acceptor candidate with society introduction used by BKKBN which target is data analysis, and use message with CIE (Communication, Information, and Education), method set is redundancy, informative, persuasive, and educative, and media set is audio and visual print, like television, advertisement, billboards, and brochure which is used for vasectomy program socialization tool.

Conclution is communication strategy which is used by BKKBN is slightly deficient and need to enhanced for increase acceptor candidate especially in delivery method to acceptor candidate and maximize media use as tools for delivering message.

Suggestions should convey BKKBN add more field workers, facilitate and enrich CIE materials.

Keywords : Communication strategy, BKKBN, Vasectomy

1. Latar Belakang Masalah

Langkah pertama yang diperlukan dalam strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak atau sasaran. Kemudian berdasarkan pengenalan serta penyampai pesan dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

Dari uraian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa bagaimana untuk mencapai suatu tujuan atau (*goal)*, dibutuhkan suatu kesinambungan antara strategi yang diterapkan dan komunikasi yang diterapkan.

Strategi komunikasi bukan hanya suatu peta yang menunjukan arah saja, tetapi strategi juga semestinya diimbangi dengan taktik dalam proses pengapliasikan strategi tersebut.

BKKBN provinsi Jawa Barat juga mempunyai tugas sama yaitu mewujudkan keluarga berencana dan keluarga sejahtera di berbagai kota dan kabupaten di Jawa Barat. Untuk itu BKKBN provinsi Jawa Barat melaksanakan program KB di berbagai lokasi yang tersebar di Jawa Barat seperti di kabupaten Bekasi.

Melihat keberhasilan pemerintah dalam program KB untuk para wanita KB juga bisa dilakukan atau dipakaikan ke pria atau untuk para suami, hal ini terkait dengan kesehatan istri atau yang memang tidak cocok dan tidak bisa dipakaikan alat kontrasepsi, maka dilakukanlah oleh para suami atau prianya. Keberhasilan Program Keluarga Berencana Nasional karena jumlah Wanita yang menggunakan Kontrasepsi lebih banyak dibandingkan dengan Pria. Program sepertinya tidak Setara dan tidak Adil. Kontrasepsi adalah menghindari atau mencegah terjadinya kehamilan sebagai akibat pertemuan antara sel telur yang matang dengan sel sperma.

Vasektomi adalah salah satu cara KB bagi pria yang tidak ingin punya anak lagi dengan melakukan tindakan menutup saluran sperma. Vasektomi merupakan operasi kecil yang lebih ringan dari pada sunat atau khitan pada pria. Bekas operasi hanya berupa satu luka kecil ditengah kantung zakar untuk menghalangi perjalanan spermatozoa ke saluran air mani pria.

Masalah yang timbul sehubungan dengan pemasangan alat kontrasepsi pria ini yang bersifat permanen mengakibatkan peserta KB ini tidak akan lagi mempunyai anak, ketakutan isteri akan suaminya yang akan menjadi nakal atau "jajan" diluar dan resiko pengembalian seperti semula sangat minim bahkan kecil kemungkinan untuk berhasil.

Berkaitan dengan hal itu, mengingat padatnya penduduk di provinsi Jawa Barat dan khususnya di kabupaten Bekasi, untuk menekan angka pertumbuhan penduduk di kabupaten Bekasi maka dilakukanlah program vasektomi oleh BKKBN yang bertujuan untuk pengobatan mencegah infeksi kelenjar prostat atau pada hipertrofi kelenjar prostat.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang peneliti kemukakan maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana Pengenalan Khalayak yang dilakukan Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional dalam Mempersuasi Suami Untuk Mengikuti Program Vasektomi di Kabupaten Bekasi ?
2. Bagaimana Penyusunan Pesan yang dilakukan Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional dalam Mempersuasi Suami Untuk Mengikuti Program Vasektomi di Kabupaten Bekasi ?

3. Bagaimana Menetapkan Metode pelaksanaan yang dilakukan Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional dalam Mempersuasi Suami Untuk Mengikuti Program Vasektomi di Kabupaten Bekasi?
4. Bagaimana Media yang digunakan Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional dalam Mempersuasi Suami Untuk Mengikuti Program Vasektomi di Kabupaten Bekasi?

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi deskriptif mengenati startegi komunikasi, penelitian kualitatif sering disebut juga sebagai metode penelitian naturalistik, hal ini disebabkan karena penelitiannya dilakukan dengan kondisi yang alamiah dengan Teknik pengumpulan data Studi lapangan yang terdiri dari wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi kemudian Srudi pustaka yang terdiri dari studi literatur dan internet Searching. Untuk Pemilihan informan-informan pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, sebagaimana maksud yang disampaikan oleh Sugiyono dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif, adalah : "Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti." (Sugiyono, 2012:54)

4. Hasil Penelitian

Masalah penelitian ini berkaitan dengan strategi komunikasi Badan Kependudukan Keluarga Berencana dan Nasional ditentukan dari identifikasi masalah berdasarkan pengenalan khalayak, penyusunan pesan, menetapkan metode, dan media yang digunakan.

Dalam program vasektomi ini tentu ada sebuah strategi komunikasi yang dibangun untuk mencapai suatu tujuan, yaitu berupa peningkatkan partisipasi masyarakat khususnya di Kabupaten Bekasi terhadap program KB ini, dengan proses pengenalan khalayak yang dilakukan oleh BKKBN.

Dan ini yang dilakukan oleh BKKBN terlebih dahulu mengenali khalayak yang akan diberikan sosialisasi KB yang disebut analisa data sasaran berdasarkan frekuensi usia, serta keluarga yang mempunyai anak lebih dari 2, lalu segmentasi khalayak ditentukan kembali berdasarkan wawasan, pendidikan, agama, serta taraf kehidupannya. Hal itu yang memudahkan dalam mensosialisasikan program KB.

Pengenalan khalayak ini dimaksudkan agar BKKBN bisa menilai sejauhmana perkembangan yang terjadi dimasyarakat agar bisa menjadi sasaran selanjutnya dalam memajukan program vasektomi tersebut. Biasanya BKKBN mendapatkan informasi langsung dari petugas lapangan yang bekerja di desa dan kecamatan dan akan mendata selanjutnya untuk ditindaklanjuti.

Lalu yang dilakukan oleh BKKBN, menyusun sebuah pesan yang disampaikan kepada khalayak berupa KIE (komunikasi, informatif, edukasi) atau penyuluhan, penyuluhan yang dilakukan oleh BKKBN berupa penerangan kepada masyarakat khususnya di Kabupaten Bekasi bahwa menggunakan KB pria itu memberikan

keunggulan, positifnya menggunakan KB, serta KB itu tidak berbahaya, dan yang paling penting mengingatkan kepada calon pengguna KB tersebut bahwa dengan menggunakan KB mampu mensejahterakan keluarga khususnya umumnya bangsa. Dan pesan tersebut dirasa akan mampu untuk mempengaruhi, serta menumbuhkan hasrat kepedulian untuk menggunakan KB.

Setelah penentuan pesan untuk khalayak maka yang berikutnya adalah menetapkan metoda, dalam dunia komunikasi pada metoda penyampaian atau mempengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya

Yang dilakukan oleh BKKBN adalah metoda *redunancy*, informatif, persuasif, dan edukatif. Didalam pesan yang disampaikan oleh BKKBN ialah KIE, KIE sendiri berarti adalah Komunikasi, Informasi, Edukasi adalah dengan mendatangi langsung calon peserta KB atau mengadakan penyuluhan di beberapa tempat atau posyandu dan memberikan pengetahuan tentang KB dan vasektomi dan juga memberikan pelajaran tetang bagaimana cara atau proses saat melakukan vasektomi sehingga para calon aseptor bisa lebih mengerti dan jelas sehingga tidak akan merasa takut atau gagal jika menjalankan oprasi vasektomi. Kemudian *redunancy*, *redunancy* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-mengulang pesan kepada khalayak, maka BKKBN dan motivator disini secara terus-menerus memberikan informasi kepada masyarakat tentunya yang bertujuan untuk memberikan suatu bentuk pemahaman kepada calon ataupun pengguna KB agar mereka dapat memahami pentingnya KB, dan menumbuhkan serta memberitahukan secara umum, kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan tentang KB, sikap serta praktik terhadap KB, sehingga dapat terus menumbuhkan calon peserta KB sehingga dapat mempersuasi atau mempengaruhi khalayak untuk mengikuti KB atau vasektomi.

Berlanjut pada penggunaan media yang digunakan oleh BKKBN, BKKBN menggunakan media serta mengoptimalkan media tersebut dengan menggunakan perangkat media cetak, elektronik, pelatihan, diskusi antar individu atau secara berkelompok, contoh media tersebut dapat berupa baliho, selembaran, pemutaran film dan lainnya.

5. Kesimpulan

A. Pengenalan Khalayak yang dilakukan oleh Badan Kependudukan Keluarga Berencana dan Nasional Provinsi Jawa Barat dalam Mempersuasi Suami Di Kabupaten Bekasi Untuk Mengikuti Program Vasektomi ini adalah masyarakat yang belum menggunakan vasektomi, adalah analisis data dilihat dari segi usia serta jumlah anak yang melebihi dari pencanangan program KB atau lebih dari 2 serta yang menjadi target terutamanya masyarakat yang belum menggunakan KB.

B. Penyusunan Pesan yang dilakukan Badan Kependudukan Keluarga Berencana dan Nasional Provinsi Jawa Barat dalam Mempersuasi Suami Di Kabupaten Bekasi Untuk Mengikuti Program Vasektomi berupa KIE yaitu informasi yang sifatnya mengedukasi, untuk memberikan suatu bentuk pemahaman kepada masyarakat dalam menggunakan KB, dan menjelaskan kepada masyarakat bagaimana pentingnya KB, kegunaan, serta manfaat vasektomi, agar masyarakat tersebut tergugah untuk memakai vasektomi sebagai alat kontrasepsinya.

C. Menetapkan Metode Pelaksanaan yang dilakukan yang dilakukan Badan Kependudukan Keluarga Berencana dan Nasional Provinsi Jawa Barat dalam Mempersuasi Suami Di Kabupaten Bekasi Untuk Mengikuti Program Vasektomi berupa *redunancy*, informatif, persuasif, dan edukatif. Dimana metode tersebut dirasa oleh BKKBN mampu untuk mempengaruhi calon pengguna KB dalam

mengapresiasi program KB namun seharusnya masih ada satu pilihan metode lain yang bisa digunakan BKKBN untuk mempengaruhi khalayak seperti metode *canalizing*.

D. Media yang digunakan Badan Kependudukan Keluarga Berencana dan Nasional Provinsi Jawa Barat dalam Mempersuasi Suami Di Kabupaten Bekasi Untuk Mengikuti Program Vasektomi ini yaitu media yang biasa digunakan tersebut dapat berbentuk audio ataupun visual serta cetak, seperti adanya media televisi, iklan, baliho, plang dan brosur-brosur yang digunakan sebagai alat sosialisasi program KB. Namun yang sering digunakan hanya dua yaitu sticker dan pamplet yang dirasa sangat kurang efektif.

6. Daftar Pustaka

Buku :

Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armindo.

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif,* Bandung: Simbiosa Rekatama Medika.

Betinghaus, Erwin P. 1973. *Persuasif Communication.*

Cangara, Hafied, 2005, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Effendy, Onong 2013, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy, 2001, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar : Bandung: PT Remaka Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2007, *Metode Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Maulana. 2013. *Psikologi komunikasi dan Persuasi*. Jakarta : PT Indeks

Moleong, 2006 *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Nurudin. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.

Pace. R. Wayne & Faules. Don f. 2002. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Terjemahan. Deddy Mulyana,MA.,Ph. D) Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Riduwan 2010 *Dasar-dasar Statitika.* Bandung : Alfabeta Bandung

Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*, Jakarta: Rineka Cipta

Sugyiono, 2007 *Journal of Marketing Research*. Bandung : CV Alvabeta

Sumber Lain :

Situs Resmi BKKBN Jawa Barat

http://jabar.bkkbn.go.id/ViewProfil.aspx (17 Maret 2015 pukul 20.12)

Asrip dan Data Resmi BKKBN Provinsi Jawa Barat dan Kabupaten Bekasi tahun 2007-2015

Pamplet BKKBN Vasektomi tahun 2015

Hasibuan Mochamad Rif'ad. 2012. Strategi Komunikasi Badan Keluarga Berencana Dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Kegiatan Tentara Nasional Indonesia Manunggal Keluarga Berencana Kesehatan. Srkripsi, Ilmu Komunikasi. UNIKOM

Mukhlisin Ibnu. 2010. Strategi Komunikasi Badan Keluarga Berencana Pemerintah Kota Bekasi Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana Di Kota Bekasi. Skripsi, Ilmu Komunikasi. UNIKOM

Sulistiawati Tri Adis. 2014. Strategi Komunikasi Korporat dalam meningkatkan employee engagement di PT. Carrefour Indonesia. Skripsi, Ilmu Komunikasi. UNPAD