



Strategi Komunikasi BKKBN (Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional) Melalui Program Keluarga Berencana

Holiseh Holiseh ¹, Evi Satispi ², Diaz Tarakarti Gusman ³, Shafira Azahra ⁴, Risya Amalia ⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas

Muhammadiyah Jakarta

Korespondensi email: anandakholise04@gmail.com ¹, evi.satispi@umi.ac.id ², diaztarakartiii@gmail.com ³,
shafiraazahra0@gmail.com ⁴, risya.amali01@gmail.com ⁵

Abstract. *This journal discusses the Government's Communication Strategy through the Family Planning Program. This study aims to provide knowledge about communication strategies for family planning programs to the community. The research method used is a qualitative approach with a descriptive method. The data sources in this study were obtained from references such as journals, books, and other written sources. The results of the family planning program is an activity held by the BKKBN which is a communication medium to become a medium for disseminating the family planning program. This family planning program needs to be well communicated and socialized, so that the younger generation of Indonesia in particular really gain knowledge and have attitudes in accordance with what is desired by the BKKBN. Therefore, a good communication strategy is needed so that the message to be conveyed to the younger generation can be received and realized properly. conclusions regarding the communication strategy of the BKKBN in the Family Planning program to the community to form community awareness itself through a communication strategy.*

Keywords: *Communication Strategy, BKKBN, Family Planning,*

Abstrak. Jurnal ini membahas tentang Strategi Komunikasi Pemerintah Melalui Program Keluarga Berencana. Penelitian ini bertujuan untuk memberi pengetahuan mengenai strategi komunikasi program keluarga berencana kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari referensi seperti jurnal, buku, dan sumber tertulis lainnya. Hasil Program keluarga berencana merupakan Kegiatan yang diadakan BKKBN yang merupakan media komunikasi menjadi media mensosialisasikan program Keluarga berencana. Program keluarga berencana ini perlu dikomunikasikan dan disosialisasikan dengan baik, agar generasi muda Indonesia khususnya benar-benar mendapatkan pengetahuan dan memiliki sikap sesuai dengan yang dikehendaki oleh BKKBN. Maka dari itu, dibutuhkan startegi komunikasi yang baik agar pesan yang ingin disampaikan kepada generasi muda dapat diterima dan direalisasikan dengan baik. kesimpulan mengenai strategi komunikasi BKKBN dalam program Keluarga Berencana kepada masyarakat untuk membentuk kesadaran masyarakat itu sendiri melalui strategi komunikasi.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, BKKBN, Keluarga Berencana,

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk dipahami sebagai perubahan jumlah penduduk di suatu wilayah pada waktu tertentu dibandingkan waktu sebelumnya. Pengertian lainnya adalah perubahan jumlah penduduk di suatu wilayah tertentu setiap tahunnya. Pengendalian laju pertumbuhan penduduk adalah sebuah upaya untuk menekan angka kelahiran manusia guna menciptakan masyarakat yang selaras dengan daya tampung alam. Di Indonesia, pertumbuhan penduduk menjadi sebuah fenomena yang tak terhindarkan. Jumlah jiwa Indonesia mencapai peringkat 4 dunia setelah Cina, India dan Amerika Serikat (Aji, Putra, and Yudianto 2020). Semakin banyaknya jumlah penduduk akan mempengaruhi sektor kehidupan yang lain. Dalam hal kehidupan sosial, kriminalisasi dan marginalisasi penduduk bisa menjadi salah satu dampak dari tingginya jumlah penduduk. Dalam hal sanitasi, dengan adanya jumlah penduduk yang banyak akan mempengaruhi kebersihan lingkungan karena semakin tinggi produksi sampah yang akan dihasilkan dari jumlah penduduk yang banyak. Untuk mengimbangi dan menekan laju pertumbuhan penduduk.

Salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan kependudukan yaitu program KB adalah program yang dikeluarkan pemerintah untuk mengendalikan pertumbuhan penduduk dan angka kelahiran, hal ini dilakukan karena kesejahteraan keluarga Indonesia sangat membantu dalam meningkatkan kualitas generasi yang akan datang. dari bangsa Indonesia. dan mewujudkan pembangunan bagi negara Indonesia. Pembangunan adalah hubungan saling ketergantungan yang memimpin, mengendalikan dan juga mencapai segala bentuk perubahan yang mengarah pada kebutuhan masyarakat (Paradina 2014).

Kebijakan pemerintah tentang keluarga berencana dituangkan dalam UU No (Indonesia 2009). 52 tahun 2009 terkait pertumbuhan penduduk dan pembangunan keluarga, menggantikan hukum angka. 10 Tahun 1992 yang berkaitan dengan pertumbuhan penduduk dan pembangunan keluarga sejahtera dapat dijadikan sebagai rancangan besar untuk mengendalikan laju pertumbuhan penduduk. Keberadaan undang-undang ini disesuaikan untuk mengakomodir perubahan sistem pemerintahan di negara tersebut dari pemerintahan sentralisasi menjadi pemerintahan desentralisasi. Oleh karena itu, arah pembangunan dapat berupa pembangunan yang berorientasi pada masyarakat yang menekankan pada kualitas sumber daya manusia dalam pembangunan daerah yang berbasis keterampilan. Tujuan dari program Kependudukan - Keluarga Berencana (KB) tidak hanya untuk meningkatkan derajat kesehatan ibu dan anak, tetapi juga untuk memperlambat pertumbuhan penduduk. Laju pertumbuhan penduduk akan menjadi masalah besar

jika tidak ditangani secara serius, karena pertumbuhan penduduk yang tinggi tanpa meningkatkan output akan menjadi beban pemerintah daerah (Pratiwi & Basuki: 2012) dalam (Prasanti 2018) Untuk mendukung secara efektif, Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan dan Ketua Panitia BKKBN mengeluarkan Surat Keputusan No: 70/HK010/B5/2001 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Koordinasi Keluarga Berencana (BKKBN) Provinsi dan Kota dengan membuat kategori khusus peningkatan kepesertaan KB di bawah pimpinan Dinas Keluarga Berencana dan Pengendalian Kesehatan Reproduksi. bertanggung jawab menyusun arsip informasi sesuai dengan kondisi sosial, menyiapkan dan mengembangkan segmen sasaran untuk meningkatkan partisipasi KB, teknis pelaksanaan di tingkat kabupaten dan desa oleh staf lokal Kementerian Penyuluhan Keluarga Berencana (PLKB). yang mengkoordinir dan bertanggung jawab terhadap instansi tersebut diatas (Badan Kel Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan/BKBPP) Kabupaten/Kota.

Atas dasar itu, program keluarga berencana merupakan salah satu solusi untuk mengurangi kepadatan penduduk, yang perlu membantu masyarakat memahami pentingnya program dan tujuannya. Untuk mendukung gagasan tersebut, BKKBN sebagai instansi yang bertanggung jawab langsung terhadap pelaksanaan tentunya harus memiliki strategi yang dapat mendukung pencapaian tujuan tersebut dengan menggunakan strategi komunikasi sehingga dapat dilakukan secara efisien dan efektif.

Peran pemerintah tidak lepas dari adanya strategi dan kebijakan untuk mengelola program ini dengan lebih baik dan meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, partisipasi masyarakat diperlukan untuk memutuskan apakah akan menjalankan program atau tidak. Membangun perusahaan yang sukses dimulai dengan keluarga yang sukses dan bahagia. Salah satu kehidupan keluarga yang makmur dapat dilihat sebagai kesehatan yang lebih baik. Hanya saja program tersebut belum mencapai efektivitas yang optimal karena kurangnya sinkronisasi dan inkonsistensi peran pemerintah dan peran serta masyarakat, semakin rendahnya minat masyarakat terhadap program, tentunya hal ini tidak dapat dipisahkan. masalah program Keluarga Berencana (KB). Kesimpulannya adalah masih kurangnya kesadaran masyarakat tentang adanya program Keluarga Berencana (KB) karena faktor sosial ekonomi. Pemerintah harus berperan dalam menyelesaikan masalah seperti ini. Meskipun pemerintah memberikan kebijakan dan pelayanan kepada masyarakat terkait

dengan program tersebut, namun masih terdapat masalah dengan pertumbuhan penduduk, terutama karena angka kelahiran yang meningkat tajam.

Kebijakan komunikasi dikembangkan dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan menteri, keputusan kepala BKKBN, serta kebijakan tingkat kota yang menetapkan model perencanaan dan strategi komunikasi. Berkaitan dengan hal tersebut (Cangara 2013) dikemukakan bahwa kebijakan yang memberikan prinsip (pedoman) sedangkan perencanaan berada pada tahap pelaksanaan atas dasar prinsip yang telah ditetapkan, sedangkan strategi komunikasi merupakan kiat atau taktik yang dapat digunakan untuk melaksanakan perencanaan media. Strategi penelitian ini dilihat dari unsur-unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media dan saluran komunikasi serta khalayak untuk mencapai efek yang diinginkan.

Mengkomunikasikan program keluarga berencana sebagai bagian integral dari sektor kesehatan dan pembangunan. Angka ini dan peningkatan CPR (Angka Penggunaan Kontrasepsi) untuk mencegah LPP (Angka Pertumbuhan Penduduk) tetapi juga mengubah pengetahuan dan perilaku tentang keluarga berencana (M. Asrar As , Anwar Parewangi 2020). Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian ini untuk membandingkan strategi komunikasi program KB kepada masyarakat dan mengidentifikasi faktor-faktor penghambat program KB.

KAJIAN TEORI

Strategi Komunikasi

Strategi media menurut Middleton dalam (Cangara 2013) adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima hingga efek yang dirancang untuk tujuan komunikasi yang optimal.

Strategi adalah cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan taktik adalah tindakan atau langkah-langkah tertentu yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Sebagai kegiatan komunikasi, strategi komunikasi tidak dapat memisahkan unsur-unsur dari suatu proses komunikasi. Oleh karena itu, (Cangara 2013) menegaskan bahwa pendefinisian strategi dalam perencanaan media bergantung pada faktor-faktor komunikasi, yaitu siapa mengatakan apa kepada siapa melalui saluran apa dan dengan dampak apa. Jika dikaitkan dengan komponen kunci dari strategi komunikasi, langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Penetapan komunikator Komunikator adalah sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, sehingga komunikator harus memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni tingkat kepercayaan orang lain terhadap dirinya (kredibilitas), daya tarik (attractive) dan kekuatan (power).
- b. Penetapan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak Memahami masyarakat, terutama yang menjadi target sasaran program komunikasi sangat penting karena aktivitas komunikasi diarahkan pada mereka. Diantaranya ada kelompok yang menentukan dampak suatu program, yaitu kelompok pendukung, kelompok pendukung, kelompok penentang, dan kelompok evaluasi.
- c. Menyusun pesan dan menyebarkannya Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbolik yang dirasakan dan diterima oleh publik dalam berbagai makna. Simbol dapat dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu simbol verbal yang menggunakan bahasa dan simbol nonverbal yang menggunakan bahasa tubuh. Agar pesan menjadi efektif, komunikator terlebih dahulu harus menguasai pesan yang disampaikan, meliputi struktur susunan yang sistematis, penalaran yang logis, kemampuan menggunakan bahasa (suara) dan gerak tubuh, gerak tubuh untuk menarik perhatian pendengar. Penyebaran pesan tergantung pada sifat, karakteristik dan jangkauan media itu sendiri.
- d. Pemilihan Media dan Saluran UNESCO memberikan panduan tentang sejumlah faktor yang harus dipertimbangkan ketika memilih media, termasuk: sumber daya media yang ada di suatu lokasi (kuantitas, status dan kebutuhan masyarakat), tingkat kepemilikan media di masyarakat (televisi, televisi, dll) radio dan surat kabar), jangkauan pesan yang disampaikan melalui media.
- e. Pengaruh Efek yang diharapkan Efek atau effect adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh dikatakan mengena jika perubahan yang terjadi pada penerima informasi sama dengan tujuan komunikator. Terkait efek komunikasi, menurut (Berger 2014) respon khalayak terhadap stimulus kampanye biasanya berlangsung melalui tahap- tahap dasar dan pengolahan sebelum akhirnya tercapai efek tingkat belajar, menyerah dan bertindak.

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN)

Badan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Pengendalian kelahiran dan pengendalian pertumbuhan penduduk merupakan upaya pemerintah melalui program keluarga berencana nasional sejak tahun 1970. Yang berwenang menangani masalah ini adalah Badan Keluarga Berencana Nasional. dan Koordinasi diubah menjadi Badan Nasional Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) berdasarkan Undang-Undang Nomor 52 Tahun 2009. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 52 Tahun 2009 tentang Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, Pasal 53 ayat (2), Badan Nasional Kependudukan dan Keluarga Berencana (Depkes) adalah lembaga swadaya masyarakat, merupakan kementerian yang langsung berada di bawah Presiden dan bertanggung jawab kepada Presiden. Sesuai dengan undang-undang, BKKBN memiliki tugas dan fungsi, khususnya BKKBN bertanggung jawab atas pengendalian kependudukan dan keluarga berencana, yang dalam menjalankan fungsi tersebut (Pasal 56 ayat 1), BKKBN memiliki fungsi sebagai berikut (Pasal 56, ayat 2): (a) pembuatan kebijakan nasional; (b) menetapkan norma, standar, prosedur dan kriteria; (c) melakukan pemantauan dan evaluasi; dan (f) pelatihan, pendampingan dan pendampingan di bidang pengendalian kependudukan dan keluarga berencana (Amalini 2019)

Program Keluarga Berencana

Program Keluarga Berencana yang selanjutnya disingkat Program Cadangan Nasional adalah upaya peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat pada usia sembilan tahun perkawinan, pengendalian kelahiran, dan penguatan ketahanan keluarga. menuju keluarga berkualitas. Berkomunikasi dengan adopter dan calon adopter melalui KIE (Komunikasi, Informasi dan Edukasi), khususnya seluruh proses yang bertujuan membawa perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku positif sasaran (individu/kelompok) melalui penyebaran pesan/informasi secara lengkap, jujur dan tata cara yang benar dengan menggunakan berbagai media/saluran yang tersedia, serta memperhatikan norma dan norma sosial budaya yang hidup di masyarakat (BKKBN, 2012: 1) dalam (Sri et al. 2019)

Berdasarkan jumlah audiens, BKKBN dalam Pedoman dan Konsultan KIE membagi jenis kegiatan KIE ke dalam kategori berikut:

1. KIE Personal, yaitu proses KIE yang berlangsung secara langsung antara agen KIE dan tujuan program KB secara individual.
2. KIE Kelompok, yaitu suatu proses KIE timbul secara langsung antara petugas KIE dengan kelompok (2-15 orang).
3. KIE Massa, yaitu suatu proses KIE yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat dalam jumlah besar.

KIE juga biasa disebut dengan penyuluhan adalah suatu kegiatan komunikasi dimana terjadi proses komunikasi dan edukasi dengan penyebaran informasi. Dalam kaitannya dengan program Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) adalah kegiatan penyampaian informasi untuk meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku individu, keluarga dan masyarakat dalam program Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN, 2012:4) dalam (Sukardi 2018)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. “Metodologi adalah proses, prinsip dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati masalah dan menemukan jawaban” (Mulyana 2008). Metode ini menggunakan data kualitatif dan dideskripsikan secara deskriptif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari referensi seperti jurnal, buku dan sumber tertulis lainnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penggunaan teknik investigasi dokumenter yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan, menyelidiki dan mengumpulkan informasi faktual, lengkap dan relevan terkait dengan topik masalah, subjek yang diteliti. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis penelitian kepustakaan, dimana penelitian ini dilakukan dengan membaca sumber kepustakaan sebagai data (Nazir 2014)

Selain itu, tujuan penggunaan literatur dalam penelitian kualitatif adalah untuk menempatkan hasil penelitian sebelumnya dalam konteks hasil yang baru ditemukan, namun hal ini tidak menyiratkan konfirmasi yang komprehensif dari hasil penelitian sebelumnya (Afiyanti 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Keluarga Berencana yang ditujukan kepada warga negara Indonesia, khususnya anak di bawah umur (10-24 tahun) dan lajang, keluarga dan masyarakat yang merawat anak di bawah umur tersebut, dapat mendorong penundaan usia perkawinan, guna memberikan bekal yang seluas-luasnya. informasi kesehatan reproduksi agar mereka memiliki pendidikan yang terencana, rencana karir dan rencana pernikahan yang komprehensif sesuai dengan siklus kesehatan reproduksi dan mereka memiliki kemampuan untuk mengatasi dan memecahkan masalah dari segi kuantitas dan kualitas kependudukan (khususnya remaja), gratis dari kecanduan narkoba, HIV/AIDS atau kehamilan yang tidak diinginkan dan praktik terbaik keluarga berencana atau keluarga berencana (KB) (kapan menikah, kapan punya anak, berapa anak, dll) untuk memiliki masa depan yang lebih baik.

Keluarga berencana secara luas diakui sebagai intervensi penting untuk mencapai empat (4) dan lima (5) Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs) karena telah terbukti dapat menurunkan angka kematian ibu dan bayi. Keluarga berencana dapat mencegah kehamilan yang tidak diinginkan dan aborsi yang tidak aman. Bahkan beberapa metode KB seperti penggunaan kondom dapat melindungi individu dari infeksi menular seksual (IMS), termasuk HIV/AIDS (Setyorini et al. 2020). Sehingga gerakan keluarga berencana sekarang ini sedang berusaha meningkatkan mutu para pelaksana dan pengelola agar masyarakat mengetahui pentingnya program keluarga berencana. Pemerintah terus memotivasi, menghimbau, dan menekankan pada masyarakat agar memiliki keluarga kecil dengan slogan program keluarga berencana “Dua anak lebih baik”. Keseriusan pemerintah dalam menyukseskan program keluarga berencana dibuktikan dengan kinerja petugas lapangan keluarga berencana (PLKB) yang rutin melakukan penyuluhan keluarga berencana agar masyarakat mau mengikuti program keluarga berencana (Rahman 2019).

Beberapa tahun belakangan ini, program keluarga berencana mulai digalakkan lagi dan ditargetkan untuk remaja dikarenakan untuk mempersiapkan remajaremaja untuk berumah tangga dan mematangkan usia dalam menikah. Program keluarga berencana sudah ditambah targetnya dahulu yang hanya untuk pasangan suami istri, sekarang program keluarga berencana di khususkan bagi penduduk Indonesia yang berstatus sebagai remaja. Banyak remaja yang seharusnya tidak sempat menikah, namun karena terlalu jauh cinta, mereka harus menikah di usia yang salah. Remaja tidak memiliki informasi yang cukup tentang bagaimana seharusnya berperilaku ketika flirting telah menjadi tren budaya remaja sekarang dan juga banyak remaja melakukan seks

sementara tanpa pengetahuan yang cukup tentang bahaya pergaulan bebas alias seks bebas. Remaja merupakan salah satu kelompok penduduk yang perlu terus didorong dan dikuatkan, agar memiliki sikap dan perilaku yang mendukung pelebagaan dan pembudayaan standar Keluarga Kecil Bahagia dan Sejahtera (NKKBS).

Kegiatan yang diselenggarakan oleh BKKBN ini merupakan sarana komunikasi dalam mensosialisasikan program KB. Untuk itu perlu adanya strategi komunikasi yang dipimpin oleh BKKBN dalam mensosialisasikan program KB. Program KB ini harus dikomunikasikan dan disosialisasikan dengan baik, agar generasi muda Indonesia khususnya dapat benar-benar memperoleh pengetahuan dan sikap yang sesuai dengan yang diinginkan BKKBN. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang baik agar pesan yang disampaikan kepada generasi muda dapat diterima dan dilaksanakan dengan baik. Komunikasi berupa penyampaian pesan dari komunikator dapat mencapai tujuan isi pesan dan memberikan komentar (sebagai ganti) atau tanggapan agar pesan berhasil ditransmisikan, dan menciptakan komunikasi yang efektif (Mulyana, 2015) dalam (Welda Yulia 2021).

Berdasarkan Hasil Sensus Penduduk (SP) Tahun 2020 yang telah diumumkan oleh BPS yang menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia sampai dengan tahun 2020 sebanyak 270,2 juta jiwa. Dengan demikian, total penduduk Indonesia telah bertambah sebanyak 32,56 juta jiwa dibandingkan hasil SP tahun 2010, dengan Laju Pertumbuhan Penduduk (LPP) dalam dekade terakhir sebesar 1,25 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa melalui program Bangga Kencana, LPP telah berhasil diperlambat jika kita bandingkan pada periode tahun 2000-2010 sebesar 1,49 persen per tahun (BKKBN 2021).

Sedangkan Pendataan Keluarga Tahun 2021 dilaksanakan di seluruh wilayah Indonesia kepada seluruh keluarga Indonesia yang berjumlah kurang lebih 77,9 juta kepala keluarga. Petugas Pendataan Keluarga tahun 2021 terdiri dari pemerintah dan masyarakat, yakni Petugas Lini Lapangan KB dari BKKBN dan Kader Keluarga Berencana, yang secara nasional terdiri dari: 7.230 Manajer Pengelolaan PK Tk Kecamatan, 7.230 Manajer Data, 83.441 Supervisor Tk Desa, dan 1,2 juta petugas kader pendata (BKKBN 2021).

Strategi komunikasi program keluarga berencana bisa dilihat dari komponen-komponen strategi komunikasinya yaitu komunikator, pesan, khalayak, media dan saluran komunikasi serta efek komunikasinya (Siak 2017) sebagai berikut:

1. Komunikator

1.	Semua Pegawai Bapermas PP PA dan KB, sasaran Advokasi aktif sebagai komunikator.
2.	Banyak Kredibilitas Komunikator (PKB) yang punya anak lebih dari 2, menurunkan kredibilitas PKB.
3.	Tingkat pendidikan penyuluh sebagian besar SMA dan S1, khususnya Ilmu Komunikasi dianggap kapasitas lebih baik.
4.	Komunikasi dua arah (konseling), memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya.

Pentingnya fungsi komunikasi program KB, dimana BKKBN berada pada posisi struktural. Karena itu, BKKBN jarang melakukan kunjungan lapangan dan bertemu dengan masyarakat. BKKBN memiliki pelaksana lapangan yang berinteraksi langsung dengan warga sehingga BKKBN lebih sering berinteraksi dengan pengurusnya untuk menyampaikan informasi, yang kemudian disampaikan kepada warga oleh pengurus. Pengelola program mulai dari kepala badan KB dan kepala KB beserta jajarannya untuk aktif mengomunikasikan program di tingkat yang sama (SKPD lain, organisasi terkait, LSM, organisasi), agama), tingkat yang lebih tinggi (walikota dan DPRD) dan bawahan, yakni sasaran langsung yang dipegang PKB. Diharapkan para pembela HAM akan menginformasikan program tersebut kepada organisasi atau publiknya. Selain itu, PUS (Pasangan usia subur) yang menjadi peserta KB diharapkan aktif menjadi komunikator program bagi PUS lainnya.

2. Pesan

1.	Isi pesan didasarkan pada analisis stakeholders
2.	Slogan 2 anak cukup.
3.	Isi pesan edukatif, variatif, disampaikan melalui konseling. Updating pesan cepat karena teknologi informasi.

Pesan edukatif berisi penjelasan tentang sebab dan akibat KB, sehingga masyarakat diharapkan memiliki pengetahuan kependudukan. Pesan-pesan pendidikan dikomunikasikan dengan KIE dalam bentuk konseling, yaitu proses membantu seseorang kepada orang lain untuk mengambil keputusan atau memecahkan suatu masalah melalui pemahaman terhadap fakta dan

perasaan terkait (BKKBN, 2012:10) dalam (Sri et al. 2019). Selama proses konsultasi dengan penerima KB, orang yang dihubungi memberikan informasi yang lengkap, benar, objektif dan netral, selain komunikasi dua arah dalam bahasa lisan dan bahasa nonverbal.

Pesan yang ingin disampaikan BKKBN melalui program KB adalah membuat keluarga sejahtera, mengasuh perempuan dan mengatur angka kelahiran. Program KB ini memiliki banyak pemikiran tentang program tersebut, namun pada dasarnya adalah untuk mengajak masyarakat agar sadar akan pentingnya KB, menghindari kelahiran yang tidak diinginkan, memiliki bayi yang diinginkan dan mengetahui bagaimana mengatur jarak antar kelahiran, jarak kelahiran, jumlah dan waktu kelahiran anak.

3. Media dan Saluran Komunikasi

1.	Menggunakan media internet
2.	.Saluran komunikasi interpersonal.
3.	Komunikasi melalui media massa radio dan TV interaktif.
4.	Pada media leaflet tampilan berwarna, ada ilustrasi gambar/ foto, isi ringkas, pesan mudah dipahami, menarik.

Dalam media sosialisasi program KB kepada masyarakat, (media dengan gambar dan panduan lengkap KB) KIT, komunikasi interpersonal dan pertemuan khusus. Yang dimaksud dengan media KIT adalah media teknologi informasi, dimana media yang digunakan adalah layar LCD, iPad, serta media lain yang telah memanfaatkan kecanggihan teknologi. Selain itu juga terdapat leaflet informasi KB yang disajikan dalam bentuk yang menarik dan lengkap dengan gambar-gambarnya, semoga menarik dan aktif dibaca masyarakat. Meski begitu, komunikasi antarpribadi, terutama dalam bentuk konsultasi tatap muka, tetap menjadi faktor utama. Selain itu, setelah OTDA mulai menggunakan media internet melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, website, Twitter dan WhatsApp. dan keberadaan layanan KB keliling di media, informasi dan edukasi (KIE) sebagai bentuk sosialisasi program KB sangat penting dan mendukung.pencapaian tujuan kegiatan (Ernayanti, Mukhroman, and Muldi 2020).

4. **Komunikasikan/ Khalayak**

1.	Sasaran PUS dan Remaja, khususnya Pra KS dan KS I.
2.	Informasi khalayak lengkap, mudah berkomunikasi.
3.	Khalayak sasaran masyarakat dan sasaran Advokasi

Khalayak merupakan bagian utama dari program KB yang terutama sebagai penerima informasi, sehingga BKKBN selalu inovatif dan dapat menerima ide-ide baru yang dibawa ke masyarakat dengan membuat program-program baru dan memberikan informasi atau pesan kepada masyarakat.

Program KB dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, baik masyarakat pedesaan maupun perkotaan, yang kesemuanya merupakan target audience dari program KB. Masyarakat pedesaan dan perkotaan perlu menerima informasi yang sama. Budi Utomo mengungkapkan tidak ada perbedaan antara masyarakat di kota dan desa dalam mengumpulkan informasi, semua menerima informasi yang sama dan sesuai dengan kebutuhannya, hanya cara dan kondisi di lapangan yang berbeda. Biasanya masyarakat pedesaan lebih religius dan sulit menyerap informasi baru, sedangkan khalayak perkotaan sangat terbuka (Ernayanti, Mukhroman, and Muldi 2020).

5. **Efek Strategi Komunikasi**

Efek dari strategi komunikasi adalah tercapainya tujuan sosialisasi program dan memberikan pengetahuan atau informasi kepada masyarakat tentang pentingnya KB itu sendiri. sehingga program KB harus disosialisasikan dengan baik, agar generasi muda Indonesia khususnya dapat benar-benar menyerap pengetahuan dan sikap yang sesuai dengan yang diinginkan BKKBN. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang baik agar pesan yang disampaikan kepada generasi muda dapat diterima dan dilaksanakan dengan baik (Susanti 2015).

Faktor-Faktor Yang Menghambat Program Keluarga Berencana

Gagasan KB yang diiklankan yang dikomunikasikan tidak serta merta diterima dan dilaksanakan oleh masyarakat. Ada kendala yang membuat Gagasan KB ditolak yaitu karena:

- 1) Kepercayaan dan otonomi daerah. Persepsi masyarakat setempat yang dianggap bertentangan dengan program KB adalah “lebih banyak anak, lebih banyak makanan” (Putri 2012). Keluarga yang kurang berpendidikan cenderung berpegang pada keyakinan ini dengan harapan bahwa memiliki anak dapat membantu memecahkan masalah ekonomi. Keluarga

miskin juga menunjukkan eksploitasi pekerja anak untuk pemenuhan ekonomi dengan bekerja sejak usia dini (Ekawati and Ernungtyas 2006). Pandangan lokal lainnya adalah bahwa sistem kekerabatan patriarki masih menganggap anak laki-laki lebih penting daripada anak perempuan (Budisantoso 2008), yang mendorong keluarga untuk memiliki anak laki-laki, bahkan jika mereka sudah memiliki dua anak perempuan. Patriarki ini juga menyebabkan rendahnya partisipasi laki-laki dalam program KB dan persepsi bahwa program tersebut hanya dijalankan oleh perempuan (Budisantoso 2008). Hambatan berikutnya adalah kebijakan otonomi daerah yang menyebabkan tersendatnya koordinasi dan pelaksanaan program KB dalam arti luas. Hal ini menyebabkan Penyuluh Keluarga Berencana (PLKB) yang seharusnya mendidik dan memberi nasehat, menjadi hilang karena kurangnya (Ekawati and Ernungtyas 2006).

- 2) Kurang memadainya fasilitas seperti: tempat atau ruang sosialisasi program penyuluhan atau keluarga berencana (KB). Kenyamanan berada di dewan juga mempengaruhi kelangsungan bisnis. Minimnya penyuluh saat tiba di lapangan menjadi salah satu faktor penghambat sosialisasi program Keluarga Berencana (KB), karena para penyuluh lapangan harus sudah memiliki pengetahuan tentang apa yang akan disampaikan. sehingga tidak dapat digantikan oleh orang lain yang belum memahami sepenuhnya program KB (Pantow 2015).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan mengenai strategi komunikasi BKKBN dalam program Keluarga Berencana kepada masyarakat untuk membentuk kesadaran masyarakat itu sendiri melalui strategi komunikasi yaitu :

1. Pentingnya fungsi komunikator program KB, Bahwa pihak BKKBN merupakan orang-orang yang berada dibawah jabatan struktural.
2. Pesan edukatif berisi penjelasan tentang fenomena-fenomena yang menjadi sebab akibat program KB, sehingga masyarakat diharapkan memiliki pengetahuan kependudukan.
3. Pada media komunikasi untuk mensosialisasikan program KB ke masyarakat, (media yang berisi gambar dan panduan lengkap mengenai KB) KIT, komunikasi interpersonal, dan juga ada pertemuan-pertemuan khusus. Yang dimaksud dengan media KIT adalah media Komunikasi Informasi Teknologi, dimana media yang digunakan seperti LCD, ipad, dan juga media lainnya yang sudah memanfaatkan kecanggihan teknologi.

4. Program Keluarga Berencana dapat mencapai semua lapisan masyarakat, baik masyarakat desa maupun kota semua menjadi sasaran khalayak program KB. Masyarakat di desa maupun dikota harus mendapatkan informasi yang sama.
5. Efek Strategi Komunikasi yaitu untuk tercapainya tujuan dari sosialisasi program dan memberikan pengetahuan atau informasi untuk masyarakat mengenai pentingnya KB itu sendiri. sehingga Program KB harus disosialisasikan dengan baik, agar generasi muda Indonesia khususnya benar-benar mendapatkan pengetahuan dan memiliki sikap sesuai dengan yang dikehendaki oleh BKKBN.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Berger, C dkk. 2014. Handbook Ilmu Komunikasi. Bandung: Nusa Media.
- Cangara, H. 2013. Perencanaan Dan Strategi Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Deddy. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nazir, Moh. 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal

- Amalini, Melly Putri. 2019. "Strategi Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (Bkkbn) Dalam Meningkatkan Pengguna Program Di Kota Samarinda." 7(3): 1379–90.
- Aji, Maulana Satria, Gita Putra, and Heru Yudianto. 2020. "Pemberdayaan Masyarakat ' Kampung KB ' Ditinjau Dari Perspektif Ottawa Charter." 8(2): 206–18.
- Ernayanti, Ega, Iman Mukhroman, and Ail Muldi. 2020. "Strategi Komunikasi Perwakilan BKKBN Provinsi Banten Dalam Pengendalian Penduduk Di Provinsi Banten." Journal of Scientific Communication (Jsc) 1(2): 111–21.
- M. Asrar As , Anwar Parewangi, Ruskin Azikin. 2020. "Strategi Dinas Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Dalam Pelaksanaan Program Kampung KB Di Desa Lipukasi Kecamatan Tanete Rilau Kabupaten Barru." jurnal unismuh 1.
- Prasanti, Ditha. 2018. "Hambatan Komunikasi Dalam Promosi Kesehatan Program Keluarga Berencana (Kb) Iud Di Bandung." (1).
- Rahman, Asep. 2019. "Pengaruh Komunikasi Petugas Lapangan Kb (Plkb) Terhadap Partisipasi Pasangan Usia Subur Dalam Penggunaan Alat Kontrasepsi Di Desa Cigugur Kecamatan Cigugur Kabupaten Pangandaran." jurnal moderat 5: 131–42.
- Setyorini, Retno Heru et al. 2020. "Proses Komunikasi Informasi Edukasi Pada Program Keluarga Berencana." 8: 1–10.
- Sri, Lina et al. 2019. Journal of Rural and Development Volume VI Studi Komparatif Strategi Komunikasi Program Keluarga Berencana Sebelum Dan Setelah Otonomi Daerah Di Kota Surakarta.

- Sukardi. 2018. "Audit Komunikasi Program Komunikasi, Informasi Dan Edukasi (KIE) Keluarga Berencana Pada Perwakilan BKKBN Provinsi Sulawesi Barat." *Jurnal Komunikasi KAREBA* 7(2): 264–74.
<http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/6963>.
- Welda Yulia, Ernita Arif. 2021. "Pelaksanaan Komunikasi Informasi Edukasi (Kie) Kb Mkpj Di Kabupaten Sijunjung." 2(1): 19–33.
- Siak, D I Kabupaten. 2017. "Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak Dan Keluarga Berencana Dalam Mewujudkan Program Kabupaten Layak Anak Di Kabupaten Siak." *JOM FISIP* 4(1): 1–15.
- Afiyanti, Yati. 2014. "Penggunaan Literatur Dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 9(1): 2003–6.
- BKKBN. 2021. "Pendataan Keluarga."
- Budisantoso, I. 2008. "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Partisipasi Pria Dalam Keluarga Berencana Di Kecamatan Jetis Kabupaten Bantul." *Program Pasca Sarjana Promosi Kesehatan FKM UNDIP*.
- Ekawati, Rindang, and Niken F Ernungtyas. 2006. "Efek Iklan Televisi Program Keluarga Berencana." (1): 12–24.
- Pantow, Julia Grace Waleleng. 2015. "Komunikasi Informasi Dan Edukasi (Kie) Sebagai Bentuk Sosialisasi Program Keluarga Berencana (Kb) Di Kelurahan Tingkulu Kecamatan Wanea Manado." *Journal Acta diurna Volume IV. No.1. Tahun 2015 IV(1)*.
- Paradina, Nimas Novita. 2014. "Strategi Komunikasi Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana Dalam Partisipasi Pasangan Usia Subur Pada Program Keluarga Berencana Di Kota Samarinda." *e Journal Ilmu Komunikasi* 2(3): 258–67.
- Putri, P. K. D. 2012. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengetahuan, Sikap, Dan Terpaan Iklan Layanan Masyarakat KB Versi Shireen Sungkar Dan Teuku Wisnu Di TV Terhadap Perilaku KB Pada Wanita Atau Pria Dalam Usia Subur." *Interaksi*,.
- Susanti, Herdiana Ayu. 2015. "Strategi Komunikasi Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN)." *Jurnal ASPIKOM* 2(4): 243.
- Peraturan Perundang-Undangan
- Undang-Undang Nomor 52 Tahun 2009 Tentang Perkembangan Kependudukan Dan Pembangunan Keluarga. 2(5): 255.