

STRATEGI KOMUNIKASI PENYULUH LAPANGAN KELUARGA BERENCANA KECAMATAN SAMARINDA KOTA DALAM SOSIALISASI PROGRAM KELUARGA BERENCANA PADA PASANGAN USIA SUBUR DI KOTA SAMARINDA

Muhammad Rizal Oktari¹

Abstrak

Muhammad Rizal Oktari, 2015, Strategi Komunikasi Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana pada Pasangan Usia Subur di Kota Samarinda dibawah bimbingan Ibu Prof. Dr. Hj. Nur Fitriah, M.S selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Ghufron, M,Si selaku Dosen Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) dalam sosialisasi program KB pada Pasangan Usia Subur dan mengetahui faktor penghambat dalam menjalankan strategi komunikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan objek yang diteliti berdasarkan fakta dilapangan, dengan menggunakan informan sebagai sumber data. Data-data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dokumentasi kegiatan, refrensi yang berkaitan dengan penelitian dan data dari internet. Kemudian teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dengan model interaktif dari Matthew B. Miles dan Mechael Huberman.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana dalam sosialisasi program KB yaitu melalui berbagai perencanaan-perencanaan komunikasi antara lain yaitu (1) Menentukan Komunikator, (2) Menentukan Pesan Sosialisasi, (3) Menentukan jenis Komunikasi yang terdiri dari : a. Komunikasi Tatap Muka, b. Komunikasi bermedia, (4) Menentukan Sasaran, (5) Efek yang diharapkan. Strategi komunikasi yang dilaksanakan sudah berjalan cukup baik walaupun masih ada kekurangan dalam pelaksanaannya. Adapun yang menjadi faktor penghambat yang dialami dalam pelaksanaan sosialisasi yaitu hambatan psikologis, teknis, kurangnya Komunikator, dan anggaran dana. Seharusnya hambatan yang di hadapi dapat ditangani secara baik dan diberi solusi jalan keluarnya oleh PLKB dan Pemerintah.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana, Keluarga Berencana

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: rizal.oktari2729@gmail.com

Pendahuluan

Keluarga Berencana menurut WHO (World Health Organization) Expert Committee 1970 adalah tindakan membantu individu atau pasangan suami istri untuk menghindari kelahiran yang tidak diinginkan, mendapat kelahiran yang memang diinginkan, mengatur interval diantara kehamilan, mengontrol waktu saat kelahiran dalam hubungannya dengan umur suami istri, menentukan jumlah anak dalam keluarga (Hartanto, Hanafi, 2004:26).

BKKBN saat ini gencar untuk mensosialisasikan program Keluarga Berencana (KB) dengan menggunakan kembali slogan “dua anak cukup” yang sempat berhasil di masa orde baru, sebelumnya slogan yang digunakan yaitu laki-laki perempuan sama saja kemudian dua anak lebih baik untuk menghormati hak asasi manusia.

Penyuluh keluarga berencana atau petugas lapangan keluarga berencana (PKB/PLKB) di Indonesia kini terus berkurang dan hanya tersisa 15.000 penyuluh. Jumlah ini jika dibandingkan dengan jumlah desa di Indonesia sebanyak 79.000, maka rata-rata satu PKB/PLKB harus menyuluh atau sosialisasi lima desa. Kondisi di lapangan, masih banyak PLKB yang mempunyai wilayah kerja 8 desa sampai 10 desa.

Keberhasilan pembangunan yang dilakukan pemerintah dalam Program Keluarga Berencana tidak dapat dilepaskan keberhasilannya dari adanya peranan Petugas Lapangan Penyuluh Keluarga Berencana (PLKB). Undang-undang No.10 Tahun 1992 tentang perkembangan Kependudukan dan Pembangunan keluarga Sejahtera mengamanatkan pada Bab VII pasal 24 ayat (1) setiap penduduk mempunyai hak dan kesempatan yang seluas luasnya dalam berperan serta dalam upaya Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga Sejahtera, dan hal ini dipertegas kembali dalam ayat ke (2) yakni, peran serta yang dimaksudkan adalah dapat dilakukan melalui Lembaga Swadaya dan Organisasi Masyarakat, pihak Swasta dan perorangan, secara sukarela, dan mandiri serta sesuai dengan kemampuan masing masing.

Disamping itu melalui penyuluh lapangan keluarga berencana (PLKB) kelurahan/desa sebagai pintu terdepan langsung kemasyarakat berkomitmen untuk melaksanakan penyuluhan maupun sosialisasi program KB. Maka itu perlu suatu strategi komunikasi langsung dan tatap muka untuk memberikan pemahaman dan pengertian kepada penerima pesan dalam hal ini dikhususkan pada Pasangan Usia Subur (PUS) tentang pentingnya program keluarga berencana.

Menurut data Rekapitulasi Monitoring Hasil Pendataan Keluarga Tingkat Kota Samarinda Tahun 2014 untuk Kecamatan Samarinda Kota ada 148 Rukun Tangga (RT), khusus Pasangan Usia Subur (PUS) 7.583 dan Bukan Peserta KB 111 hamil, 1.023 ingin anak segera, 1,112 ingin anak ditunda, dan 915 tidak ingin anak lagi. (Sumber. Data BKBKS)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan masalah tersebut yang berjudul “Strategi Komunikasi Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana Kecamatan Samarinda Kota dalam sosialisasi program Keluarga Berencana pada pasangan usia subur di Kota Samarinda”

Kerangka Dasar Teori

Komunikasi

Dari waktu ke waktu istilah dari komunikasi mengalami perkembangan. Munculnya definisi mengenai komunikasi dengan beragam sudut pandang yang berbeda melahirkan istilah komunikasi yang beragam pula. Namun dengan fenomena tersebut pada dasarnya tidak ada definisi yang membenarkan atau yang menyalahkan definisi tersebut, berikut adalah beberapa pendapat dari para ahli komunikasi mengenai komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Carl I. Hovland, pelopor komunikasi Amerika merumuskan komunikasi sebagai: Proses yang memungkinkan seseorang menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (Mulyana, 2001, p.62)
- b. Onong U. Effendy, Guru Besar Madya dalam ilmu komunikasi mendefinisikan ilmu komunikasi sebagai proses penyampaian suatu pesan seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. (Uchjana, 2000, p.5)

Komunikasi Tatap Muka (face to face)

Dikatakan face to face karena ketika komunikasi berlangsung, komunikator dan komunikan saling berhadapan dan melihat. Dalam komunikasi ini, komunikator dapat melihat dan mengkaji efek komunikasi secara langsung pada saat itu juga artinya respon atau tanggapan komunikan itu tersalurkan langsung kepada komunikator, (Effendy, 2003:302). Sehingga komunikasi jenis ini dapat dikatakan efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasif untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang.

Komunikasi Bermedia (Mediated Communications)

Komunikasi bermedia pada umumnya banyak digunakan untuk komunikasi informatif. Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa kurang sekali keampuhannya dalam mengubah tingkah laku komunikan. Walaupun demikian, tetap ada untung ruginya. Kelemahan komunikasi bermedia ialah tidak persuasif, sebaliknya kekuatannya dapat mencapai komunikan dalam jumlah yang besar. Komunikasi tatap muka kekuatannya ialah dalam hal mengubah tingkah laku komunikan, tetapi kelemahannya ialah bahwa komunikan yang dapat diubah tingkah lakunya itu relatif hanya sedikit saja, sejauh bisa berdialog dengannya (Effendy, 2003:303)

Hambatan Komunikasi

Melakukan komunikasi yang efektif tidaklah mudah. Beberapa ahli menyatakan bahwa tidak ada proses komunikasi yang sebenar-benarnya efektif, karena selalu terdapat hambatan. (Effendy, 2003:45) menyatakan bahwa hambatan komunikasi meliputi :

- a. Gangguan (*Noises*), terdiri dari gangguan mekanik dan gangguan semantik. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau

kegaduhan yang bersifat fisik. Seperti gangguan suara pada pesawat radio. Sedangkan gangguan semantik adalah gangguan yang disebabkan oleh perubahan kata-kata.

- b. Prasangka (*Prejudice*), Sikap seseorang terhadap sesuatu secara umum selalu terdapat dua alternatif *like and dislike*, atau pun simpati dan tidak simpati. Dalam sikap negatif (*dislike* juga tidak simpati) termasuk prasangka yang akan melahirkan curiga dan menentang komunikasi. Dalam prasangka emosi memaksa seseorang untuk menarik kesimpulan atas dasar stereotif (tanpa menggunakan pikiran rasional). Emosi sering membutakan pikiran dan pandangan terhadap fakta yang nyata, tidak akan berpikir secara objektif dan segala yang dilihat selalu akan dinilai negatif.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (management) untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy,2003:301).

Menurut Harold D. Laswell (dalam Uchjana, 1993:301), menyatakan, bahwa dalam proses komunikasi harus dapat menjawab pertanyaan “who says what, in wich channel to whom and with what effect” yaitu :

- a. *Who?* (Siapa) siapa yang menjadi komunikator
- b. *Says what?* (pesan apa yang dinyatakannya) isi pesan yang disampaikan harus diikuti atau dilaksanakan
- c. *In which channel?* (media apa yang digunakannya) media yang digunakan dalam proses komunikasi adalah langsung atau tatap muka.
- d. *To whom?* (siapa komunikannya) tujuan sasaran atau komunikan
- e. *With what effect?* (efek apa yang diharapkan) hasil yang ditimbulkan setelah

Langkah-langkah Menyusun Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun suatu strategi komunikasi perlu diperhatikan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini juga bergantung kepada tujuan komunikasi terhadap komunikan, apakah menginginkan agar komunikan hanya sekedar mengetahui atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu.

- b. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak sekali jumlahnya. Namun pada umumnya media komunikasi ini dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio-visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi, kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan dicapai, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Namun apapun tekniknya, pertama-tama komunikan harus mengerti pesan komunikasi itu. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa bermacam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, kial (*gesture*), dan sebagainya.

d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu:

1) Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

2) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikan kepada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Berdasarkan kedua faktor di atas, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik (*empathy*), yaitu kemampuan untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. (Effendy, 2005:35-39)

Media Komunikasi

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, media bentuk jamak dari medium. Medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (Vardiansyah, 2004 : 24 - 26)

Proses Komunikasi Bermedia

Yaitu komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan atau banyak jumlahnya. Feedback tidak terjadi pada saat komunikasi dilakukan. Dan berdasarkan banyaknya, komunikasi bermedia di bagi menjadi dua, yaitu:

1. Komunikasi bermedia massa

Digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang di gunakan yaitu radio, surat kabar, televisi, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi.

2. Komunikasi bermedia nirmedia

Digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu. Surat, telepon, telegram, telex, papan pengumuman, poster,

spanduk, pamflet, brosur, dll adalah media nirmassa karena tidak memiliki daya keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal. (Effendy, 1986 : 11)

Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu proses yang menempatkan anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat di tempat dia menjadi anggota, Soerjono Soekanto (2002). Sedangkan menurut Karel J. Veeger (dalam Soejono Soekanto, 2002) sosialisasi adalah salah satu proses belajar mengajar. Artinya sosialisasi merupakan cara memberikan pemahaman dan pengertian kepada orang lain agar dapat saling mengerti.

Pasangan Usia Subur

Pasangan Usia Subur adalah suami istri yang istrinya berumur antara 15 sampai dengan 49 tahun dan masih haid atau pasangan suami istri yang istri berumur kurang dari 15 tahun dan sudah haid atau istri sudah 50 tahun, tetapi masih haid. (BKKBN, 2007:8).

Teori Model S-M-C-R

Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah : S singkatan dari Source yang berarti sumber atau komunikator; M singkatan dari Message yang berarti pesan; C singkatan dari Channel yang berarti saluran atau media, sedangkan R singkatan dari Receiver yang berarti penerima atau komunikan. Effendy (2003:256)

1. *Source* (sumber)

Komunikator sebagai penyampai informasi akan benar-benar memberikan sajian informasi yang besar maknanya untuk penerima pesan.

2. *Message* (pesan)

Pesan adalah semua informasi yang akan disampaikan oleh Sumber kepada Penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.

3. *Channel* (media)

Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan atau sebagai saluran untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Saluran adalah semua organ (Mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah) yang dapat digunakan oleh penerima di dalam menerima pesan dari Sumber. Dalam media massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya.

4. *Receiver* (penerima)

Penerima adalah Orang yang menerima pesan dari Sumber.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. “jenis deskriptif ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek-objek tertentu”. (Kriyantono, 2010:69)

Dalam penelitian ini peneliti melakukan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu peneliti menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan dengan menggunakan metode wawancara, pengamatan langsung, dokumentasi, dan sebagainya. Dalam hal ini adalah “Strategi Komunikasi Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana kecamatan Samarinda Kota dalam sosialisasi program Keluarga Berencana pada Pasangan Usia Subur di kota Samarinda”

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksud untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan mempermudah penelitian dan dalam mengelola data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan.

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan, maka penelitian ini berfokus pada :

1. Strategi komunikasi yang dilakukan Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana Kecamatan Samarinda Kota dalam sosialisasi program Keluarga Berencana pada Pasangan Usia Subur di Kota Samarinda, meliputi :
 - a. Menentukan Komunikator
 - b. Menentukan pesan
 - c. Menentukan jenis komunikasi
 1. Melalui komunikasi tatap muka
 2. Melalui komunikasi bermedia
 - d. Menentukan sasaran
 - e. *Feedback* yang di harapkan
2. Faktor penghambat pelaksanaan strategi komunikasi Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana kecamatan Samarinda Kota dalam sosialisasi program Keluarga Berencana pada Pasangan Usia Subur di kota Samarinda.

Jenis Data dan Sumber Data

Penunjukan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive Sampling, sebagaimana yang dinyatakan Sugiyono (2009:218). Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dengan kriteria-kriteria yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dapat dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi observasi. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan kata-kata dan disusun dalam teks yang diperluas.

Adapun yang menjadi pusat informasi dan penelitian yang di teliti oleh peneliti, yaitu *Key informan* dan *informan*

1. Key Informan :

1. Drs. Akhmad Yuliansyah selaku Ka. UPTB (Unit Pelaksana Teknis Badan) Kecamatan Samarinda Kota

2. Informan :

1. Katri Astuti selaku Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana Kelurahan Pelabuhan Kota Samarinda.
2. Bertha Sule selaku Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana Kelurahan Bugis dan Kelurahan Pasar Pagi Kota Samarinda.

3. 5 Pasangan Usia Subur (PUS) yang berada di Kecamatan Samarinda Kota.
Kriteria Informan Pasangan Usia Subur (PUS) yang belum berKB yaitu:
 1. Sedang Hamil
 2. Ingin anak segera
 3. Ingin anak ditunda
 4. Tidak ingin anak lagi

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian berlangsung atau berpusat di Kecamatan Samarinda Kota. Kecamatan Samarinda Kota berlokasi di Jl. Flores No. 7 RT. 20 Kalimantan Timur. Kecamatan Samarinda Kota mempunyai luas wilayah 292,98 Ha, dengan jumlah penduduk 31.353 jiwa yang terdiri dari Lima Kelurahan yaitu Kelurahan Karang Mumus, Kelurahan Pelabuhan, Kelurahan Pasar Pagi, Kelurahan Bugis, dan Kelurahan Sungai Pinang Luar

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, antara lain :

- a. Teknik observasi yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian
- b. Wawancara yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung (wawancara secara bebas), kepada para informan.
- c. Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan mendapatkan data sekunder berupa dokumen atau arsip, foto, rekaman suara atau gambar dan kliping koran yang relevan dengan penelitian ini, hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel atau dapat dipercaya kalau didukung oleh dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Analisis data deskriptif kualitatif adalah analisis yang hanya mendeskripsikan data apa adanya dan menjelaskan data atau kejadian dengan kalimat-kalimat penjelasan secara kualitatif. Dalam teknik analisa data, peneliti mengacu pada model Interaktif oleh Miles dan Huberman (Sugiyono. 2008:247-253) sebagai berikut :

Adapun penjelasan dari gambar model interaktif yang dikembangkan Miles dan Huberman dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengumpulan data
Pengumpulan data adalah data pertama atau mentah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Data mentah berupa wawancara.
2. Reduksi data atau penyederhanaan data
Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan keputusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis data yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan,

membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi.

3. Penyajian data

Penyajian data merupakan alur penting yang kedua dari kegiatan analisis penelitian membatasi suatu “penyajian” sebagai suatu kumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan atau pengambilan tindakan.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Menarik kesimpulan data ini disusun pada waktu penelitian mendapatkan inti data yang diperlukan dalam penelitian, setelah pengumpulan data berakhir, peneliti berusaha menarik kesimpulan atau verifikasi berdasarkan fielnote. Apabila fielnote dirasa cukup atau tidak didapatkan peneliti wajib mencari kelengkapan dari data di lapangan secara khusus sebagai catatan-catatan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pembahasan

Dalam pembahasan ini maka peneliti akan menggambarkan dan menganalisis strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh PLKB Kecamatan Samarinda Kota dalam Sosialisasi Program KB.

Dari hasil penelitian yang peneliti peroleh strategi komunikasi sosialisasi program KB yang dilakukan oleh PLKB sudah sangat tepat. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PLKB merupakan langkah-langkah menyusun strategi komunikasi meliputi mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, peran komunikator dalam komunikasi (Effendy, 2005:35-39)

Berikut peneliti akan membahas masing-masing fokus yang telah diteliti :

Menentukan Komunikator

Hal pertama yang dilakukan dalam strategi komunikasi adalah menentukan komunikator. Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Seorang komunikator harus memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap dan tingkah laku komunikan, serta mempunyai kemampuan untuk mensejajarkan diri dengan komunikan (Effendy, 2003:304).

Yang menjadi komunikator dalam sosialisasi Program KB adalah PLKB Kecamatan Samarinda Kota yang dipilih langsung oleh BKKBN dengan memilih orang-orang yang berkompeten dalam melakukan sosialisai program KB selain itu harus memiliki pengetahuan mengenai program KB serta pandai dalam berkomunikasi. Yang menjadi pilihan sebagai komunikator orang yang pernah bekerja sebagai perawat, bidan, dan lain-lain yang berkaitan dengan pengetahuan program KB.

Menentukan Pesan

Pesan merupakan komponen penting dalam komunikasi. Pesan yang disampaikan dalam sosialisasi program KB adalah pesan informatif dan persuasif. Pesan informatif bertujuan untuk memberikan informasi yang memperluas wawasan

dan kesadaran masyarakat mengenai program KB, PLKB memberikan pesan kepada PUS mengenai apa saja program KB dan bagaimana cara menggunakan alat kontrasepsi. Biasanya PLKB sosialisasi program KB dengan menggunakan media nirmassa yaitu melalui poster, spanduk, alat peraga, dan lembar balik. Sedangkan pesan persuasif adalah pesan yang bertujuan untuk merubah persepsi sikap dan pendapat masyarakat, PLKB memberikan pesan manfaat apa saja yang didapatkan apabila ikut berKB agar terciptanya keluarga sehat, bahagia, dan sejahtera. Dengan menggunakan pesan persuasif PLKB biasanya langsung kerumah atau ke posyandu untuk sosialisasi langsung kepada PUS agar lebih dekat dan mampu menarik perhatian untuk berKB.

Seperti yang dikemukakan oleh Effendy (1992:22) dampak pesan persuasif lebih tinggi dari pada pesan informatif yakni adanya dampak kognitif, dampak efektif, dampak behavioral dimana terjadi perubahan sikap dari komunikan akibat dari pesan yang disampaikan.

Jenis Komunikasi dalam Sosialisasi Komunikasi Tatap Muka (Face to face)

Komunikasi Tatap Muka atau *face to face* merupakan proses komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang saling berhadap-hadapan langsung.

Dalam sosialisasi Program KB oleh PLKB, kegiatan sosialisasi yang dilakukan melalui komunikasi langsung adalah diskusi dan pelayanan kontrasepsi langsung ke rumah warga dan melakukan sosialisasi rutin setiap bulannya di beberapa posyandu. Kedua kegiatan tersebut bertujuan untuk memberikan informasi dan merubah pikiran PUS mengenai program KB.

Dalam komunikasi tatap muka atau *face to face*, komunikator dapat melihat dan mengkaji *efek* komunikasi secara langsung pada saat itu juga artinya respon atau tanggapan komunikan itu tersalurkan langsung kepada komunikator, (Effendy, 2003:302). Sehingga komunikasi jenis ini dapat dikatakan efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasif untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang.

Komunikasi Bermedia

Komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan banyak jumlahnya. Dalam sosialisasi Program KB, PLKB menggunakan dua jenis media, yaitu media nirmassa dan media massa. Untuk media nirmassa PLKB menggunakan poster, spanduk, alat peraga dan lembar balik. Sedangkan untuk media massa PLKB menggunakan radio sebagai sarana penyampai pesan sosialisasi.

Poster dan spanduk berfungsi untuk mempengaruhi masyarakat melalui tulisan dan gambar. Pesan disampaikan dalam bentuk informasi dengan tujuan untuk memberikan wawasan bagi komunikan. Sedangkan alat peraga dan lembar balik bukan termasuk dalam media nirmassa tetapi dianggap mempengaruhi masyarakat secara psikologis, melalui gambar dan contoh alat yang dibuat semenarik mungkin. Dalam Rahmat (2008:287) menyatakan bahwa setiap media bisa dimanfaatkan secara baik atau tidak baik, untuk menangkap makna apa yang dibaca tidak cukup dengan

ilmu bahasa dipadukan dengan imajinasi gambar. Tujuan menggunakan alat peraga dan lembar balik dalam sosialisasi program KB adalah untuk memperoleh daya tarik dan pemahaman yang lebih dapat dipahami oleh masyarakat.

Dipilihnya radio sebagai media penyampaian pesan sosialisasi karena radio dianggap dapat menembus masyarakat dari berbagai kalangan dan dapat menjangkau masyarakat yang tidak dapat dijangkau oleh media nirmassa. Effendy (1992:108) menyatakan bahwa radio mempunyai tiga kelebihan, yaitu radio siaran bersifat langsung, radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan serta memiliki daya tarik.

PLKB mensosialisasikan program KB melalui radio bertujuan untuk menjangkau khalayak atau PUS yang sulit dijangkau.

Menentukan Sasaran Sosialisasi (Komunikan)

Menentukan komunikan merupakan salah satu strategi komunikasi. Berhasil atau tidaknya suatu komunikasi ditentukan oleh masyarakat atau komunikan. Sasaran sosialisasi program KB melalui komunikasi langsung adalah Pasangan Usia Subur (PUS) yang belum menggunakan alat kontrasepsi KB.

Dipilihnya PUS yang belum menggunakan alat kontrasepsi mempertimbangkan pada masa itu pasangan suami istri yang istrinya berumur 15 sampai dengan 49 tahun sudah Haid atau istri sudah berumur 50 tahun tetapi masih Haid. (BKKBN, 2007:8) Pada saat itulah kelahiran terus terjadi sehingga perlunya sosialisasi langsung yang dilakukan oleh PLKB kepada PUS yang berada di Kecamatan Samarinda Kota untuk membantu mengarahkan kepada PUS bila ingin anak segera, ingin anak tapi ditunda, atau tidak ingin anak lagi agar terciptanya keluarga sehat, bahagia dan sejahtera. Sasaran sosialisasi program KB melalui media yakni masyarakat atau PUS yang sulit dijangkau dan mencakup semua kalangan.

Efek yang diharapkan

Efek atau pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Efek komunikasi dikatakan positif apabila terjadi perubahan pada komunikan sesuai dengan tujuan komunikasi komunikator.

Efek yang diharapkan oleh PLKB adalah meningkatkan peserta KB Nasional di Kecamatan Samarinda Kota dan merubah pola pikir masyarakat mengenai program KB. Efek yang diharapkan oleh PLKB bersifat menyebarkan informasi dan melakukan persuasi. Dengan meramalkan efek yang diharapkan maka akan diketahui proses komunikasi yang harus dilakukan.

Hambatan yang dihadapi

Selain mengenai strategi komunikasi sosialisasi program Keluarga Berencana (KB) oleh PLKB, peneliti juga membahas mengenai hambatan PLKB dalam melakukan sosialisasi Program KB. hambatan yang dihadapi oleh PLKB yaitu :

Perbedaan bahasa merupakan gangguan semantik. Gangguan semantik adalah gangguan yang berkaitan dengan pesan komunikasi yang rusak, yaitu adanya kekacauan penggunaan bahasa sehingga terjadi perbedaan pengertian dan istilah antara komunikator dan komunikan. Karena di Kecamatan Samarinda kota terdapat

berbagai macam suku sehingga banyaknya perbedaan bahasa, pada saat PLKB sosialisasi terkadang tidak sengaja menggunakan bahasa daerah sehingga PUS tidak mengerti atau salah mengartikan apa yang di sampaikan oleh PLKB begitu juga sebaliknya dan mengakibatkan rusaknya atau salah mengartikan sebuah pesan yang di sampaikan.

Hambatan psikologis berkaitan dengan prasangka (*prejudice*). Dimana dalam suatu pelaksana sosialisasi banyak PUS yang tidak terlalu mempercayai atau menghiraukan manfaat dari Program KB yang di sampaikan oleh PLKB, sehingga hanya sedikit warga yang ikut serta dalam kegiatan sosialisasi. Prasangka menurut Effendy (2003:43) “merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi dimana komunikasi sudah terlebih dahulu bersifat curiga terhadap komunikator”.

Selanjutnya gangguan teknis pada pesawat radio disebut gangguan mekanik. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Hal ini biasanya terjadi pada saat cuaca buruk seperti hujan deras dan badai sehingga mengganggu frekuensi saluran radio yang mengakibatkan kurang jelasnya atau terputusnya pesan yang di sampaikan oleh PLKB saat sosialisasi melalui radio kepada pendengar.

Posyandu adalah pusat kegiatan masyarakat dalam upaya pelayanan kesehatan dan keluarga berencana. (Effendi, Nasrul. 1998: 267) Kurangnya penempatan Poster dan Spanduk di setiap posyandu sehingga masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui informasi program KB melalui media tersebut.

Kurangnya PLKB yang mensosialisasikan proram KB di setiap Kelurahan. Sehingga PLKB yang sekarang harus bekerja dua kali lipat untuk sosialisasi program KB karena di Kelurahan Samarinda Kota ada lima Kelurahan sedangkan PLKB hanya dua yaitu di kelurahan Pasar Pagi dan kelurahan Pelabuhan.

Kurangnya anggaran dana juga menjadi hambatan bagi petugas PLKB dalam sosialisasi program KB, dengan kekurangan dana mengakibatkan kurang efektifnya PLKB saat mensosialisasikan program KB.

Sudah seharusnya hambatan yang di hadapi dapat ditangani secara baik dan diberi solusi jalan keluarnya oleh PLKB dan Pemerintah. Agar proses sosialisasi program KB dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan harapan PLKB.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kemukakan maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Samarinda Kota dalam sosialisasi Program Keluarga Berencana (KB) melalui langkah-langkah menyusun strategi komunikasi.

1. Strategi Komunikasi sosialisasi yang dilaksanakan oleh PLKB adalah sebagai berikut:
 - a. Menentukan Komunikator Sosialisasi
Komunikator dalam sosialisasi program KB di tentukan berdasarkan kemampuan dalam berkomunikasi dan pengetahuan yang cukup luas mengenai program KB. Yang menjadi komunikator dalam sosialisasi

- program KB adalah PLKB (Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana). Sehingga dipilihnya PLKB sebagai komunikator dapat dikatakan cukup tepat seperti yang pernah bekerja sebagai perawat, bidan dan lain-lain yang berkaitan dengan program KB.
- b. Menentukan Pesan Sosialisasi
Pesan sosialisasi program KB bersifat informatif dan persuasif. Pesan informatif bertujuan untuk menambah wawasan dan memberikan informasi kepada komunikan. Sedangkan pesan persuasif bertujuan untuk mempengaruhi dan merubah pola pikir komunikan agar mau mengikuti program KB.
 - c. Jenis Komunikasi Dalam Sosialisasi
Jenis komunikasi yang digunakan dalam sosialisasi adalah komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia.
 1. Komunikasi tatap muka dilakukan melalui diskusi dan pelayanan alat kontrasepsi langsung ke rumah warga dan melakukan sosialisasi rutin setiap bulannya di beberapa posyandu.
 2. Komunikasi bermedia dilakukan dengan menggunakan media nirmassa seperti poster, spanduk, alat peraga, dan lembar balik. Sedangkan media massa yang digunakan adalah radio.
 - d. Menentukan Sasaran Sosialisasi
Sasaran dalam sosialisasi dibagi menjadi dua yaitu sasaran sosialisasi tatap muka dan sasaran sosialisasi melalui media. Sasaran sosialisasi tatap muka yaitu Pasangan Usia Subur yang belum berKB, sedangkan sasaran sosialisasi melalui media adalah masyarakat atau PUS yang sulit terjangkau.
 - e. Efek atau Harapan
Efek yang diharapkan oleh PLKB adalah memberikan informasi dan melakukan persuasif. Memberikan informasi yaitu bertambahnya wawasan dan pengetahuan PUS mengenai program KB. sedangkan melakukan persuasi yaitu bertambahnya jumlah partisipasi atau keikutsertaan PUS untuk mengikuti program KB dan mampu merubah pola pikir dari komunikan mengenai pentingnya program KB.
2. Faktor-faktor penghambat strategi komunikasi PLKB dalam sosialisasi program KB yaitu :
- a. Gangguan semantik atau karena perbedaan bahasa antara komunikator dengan komunikan.
 - b. Hambatan yang bersifat prasangka hambatan ini terjadi dalam sosialisasi karena adanya prasangka atau tidak percayanya kepada PLKB dalam sosialisasi program KB.
 - c. Gangguan mekanik yaitu gangguan suara pada pesawat radio yang menyebabkan kurang jelasnya atau tidak tersampainya pesan sosialisasi melalui radio.
 - d. Kurangnya penempatan spanduk dan poster juga menyebabkan kurang luasnya informasi yang didapatkan oleh PUS melalui media tersebut.
 - e. Kurangnya petugas PLKB di setiap Kelurahan yang berada di kecamatan Samarinda Kota.

- f. Anggaran dana yang kurang merupakan hambatan dalam sosialisasi yg dilakukan oleh PLKB.

Strategi Komunikasi yang dilaksanakan sudah cukup baik walaupun belum sepenuhnya maksimal karena adanya beberapa hambatan yang PLKB hadapi dalam pelaksanaannya.

Saran

Dari pemaparan kesimpulan diatas dan telah dilakukan penelitian, ada beberapa saran untuk PLKB Kecamatan Samarinda Kota dalam merumuskan strategi komunikasi yang akan digunakan dalam sosialisasi Program Keluarga Berencana (KB).

1. Semestinya PLKB harus ditambah jumlahnya agar sosialisasi lebih efektif karena perlunya PLKB di setiap kelurahan untuk sosialisasi langsung. Dalam komunikasi langsung, komunikator dapat melihat dan mengkaji efek komunikasi secara langsung pada saat itu juga. Hendaknya pemerintah menambah jumlah PLKB disetiap Kelurahan agar sosialisasi berjalan efektif dan sesuai dengan program kerjanya.
2. Sebaiknya PLKB menambah wawasan mengenai bahasa sasaran sosialisasi agar tidak terjadi kesalahan persepsi dalam menyampaikan sebuah pesan sosialisasi. Solusinya adalah dengan mengadakan pelatihan atau *sharing* kepada para PLKB dari seluruh Kota Samarinda secara berkala mengenai masalah yang dihadapi oleh seluruh PLKB.
3. Agar pesan sosialisasi dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat ada baiknya PLKB memanfaatkan media sosial yang relatif murah dan efisien seperti facebook, twitter, blog, dan website.
4. Diharapkan untuk kepada PUS agar tidak berprasangka atau kurang percaya kepada PLKB yang melakukan sosialisasi, karena Program KB merupakan program yang bertujuan untuk menciptakan keluarga bahagia, sehat dan sejahtera.
5. Diharapkan kepada pemerintah agar lebih peduli dan mendukung PLKB dalam sosialisasi Program KB. dengan menyediakan anggaran dana yang cukup untuk sosialisasi Program KB pada PLKB.
6. Sebaiknya lebih diperbanyak poster dan spanduk yang akan ditempatkan disetiap posyandu agar masyarakat lebih mengetahui tentang program KB melalui media tersebut.

Daftar Pustaka

- Arifin, Noor, 2007. *Ilmu Sosial Dasar*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Effendy, Nasrul. 1998. *Dasar-Dasar Keperawatan Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: EGC.
- Effendy, Onong Uchjana, (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Hartanto, Hanafi. 2007. *Keluarga Berencana dan Kontrasepsi (KB)*, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan

- Krisyantono, Rachmat. 2010. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Komsiah, Siti, 2008. *Pengantar Sosiologi, Pusat Pengembangan Bahan Ajar UMB*, Jakarta
- Nasution, Zulkarimen. 2002. *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya*. PT Raja Grafindo Persada.
- Nurudin, (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Rohim, Syaiful, 2009. *Teori komunikasi : perspektif, Ragam dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya
- Rosady, Ruslan (2002). *Kiat dan strategi kampanye Public Relations*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2008). *Metodelogi penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, CV*, Alfabeta, Bandung.
- Soekanto, Soerjono (2002). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: penerbit PT Raja Grafindo Persada
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sumber lain :

- 1992, Undang-undang Nomor 10 Tahun 1992 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga Sejahtera.
- 2009, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang perkembangan penduduk dan pembangunan keluarga.
- Tim Dosen. 2009. Pedoman Penyusunan Tugas Akhir (proposal Skripsi dan Skripsi). Samarinda : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman
- BKKBN. 2011. Pedoman Tata Cara Kerja PLKB/PKB Dalam Program KB Nasional di Tingkat Desa/Kelurahan, provinsi Kalimantan Timur.
- <http://www.bkkbn.go.id> (diakses 17 februari)
- <http://www.bps.go.id/> (diakses 20 maret)
- <http://finance.detik.com/read/2014/06/18/154437/2611877/4/ini-kunci-sukses-program-kb-di-era-soeharto> (diakses 23 februari)
- <http://health.liputan6.com/read/359124/alasan-program-kb-zaman-orba-sukses> (diakses 23 februari)
- <http://samarindakota.bps.go.id/> (diakses 28 februari)
- <http://www.bkkbn.go.id/layouts/mobile/dispform.aspx?List=9c6767ad-abfe-48e3-9120-af89b76d56f4&View=174a5cf7-357b-4b83-a7ac-be983c5ddb0e&ID=934>. (diakses 28 februari)