

STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEMBERIKAN EDUKASI KELUARGA BERENCANA UNTUK MEMILIH ALAT KONTRASEPSI WANITA DI RUMAH SAKIT BERSALIN AISYIAH KOTA SAMARINDA

LAYL JULIA NINGSIH¹

Layl Julia Ningsih, Strategi Komunikasi Dalam Memberikan Edukasi Keluarga Berencana Untuk Memilih Alat Kontrasepsi Wanita di Rumah Sakit Bersalin Aisyiyah Kota Samarinda, dibawah bimbingan Drs. Endang Erawan, M.Si, dan Hj. Hairunnisa S.Sos., MM

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Tujuannya untuk meneliti strategi komunikasi Rumah Sakit Aisyiyah dalam memberikan edukasi keluarga berencana untuk memilih alat kontrasepsi wanita. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penelitian lapangan (field research) dengan melakukan kegiatan wawancara mendalam (In Depth interview). Populasi dalam penelitian ini adalah Kepala Bidan, Dokter Rumah Sakit Bersalin Aisyiyah dan pasangan usia subur yang dipilih secara acak.

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu mendeskripsikan serta menganalisis data yang telah diperoleh dan selanjutnya dijabarkan dalam bentuk penjelasan sebenarnya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Rumah Sakit Aisyiyah dalam sosialisasi program keluarga berencana dan edukasi pemilihan alat kontrasepsi wanita tidak lepas dari bantuan media massa, dan adanya hambatan yang dialami baik dari segi internal maupun eksternal.

Sesuai dengan hasil observasi peneliti di lapangan, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rumah Sakit Aisyiyah dalam memberikan edukasi pemilihan alat kontrasepsi wanita kepada keluarga berencana sudah tepat. Adapun saran dari peneliti adalah agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi pemberi pelayanan atau petugas keluarga berencana dan penerima layanan atau masyarakat itu sendiri dan juga agar Rumah Sakit Aisyiyah dapat menggunakan media yang sifatnya massa seperti penggunaan layanan SMS atau Blackberry Messenger melalui kerjasama dengan provider telekomunikasi.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Keluarga Berencana, Alat Kontrasepsi Wanita.*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: layljulia@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Keluarga Berencana (KB) merupakan salah satu pelayanan kesehatan preventif yang paling dasar dan utama bagi wanita, meskipun tidak selalu diakui demikian.

Peningkatan dan perluasan pelayanan keluarga berencana merupakan salah satu usaha untuk menurunkan angka kesakitan dan kematian ibu yang sedemikian tinggi akibat kehamilan yang dialami oleh wanita.

Banyak wanita harus menentukan pilihan kontrasepsi yang sulit. Tidak hanya karena terbatasnya jumlah metode yang tersedia, tetapi juga karena metode-metode tersebut mungkin tidak dapat diterima sehubungan dengan kebijakan nasional KB, kesehatan individual, dan seksualitas wanita atau biaya untuk memperoleh kontrasepsi

Banyak wanita harus menentukan pilihan kontrasepsi yang sulit. Tidak hanya karena terbatasnya jumlah metode yang tersedia, tetapi juga karena metode-metode tersebut mungkin tidak dapat diterima sehubungan dengan kebijakan nasional KB, kesehatan individual, dan seksualitas wanita atau biaya untuk memperoleh kontrasepsi. Dalam memilih suatu metode, wanita harus menimbang berbagai faktor, termasuk status kesehatan mereka, efek samping potensial suatu metode, konsekuensi terhadap kehamilan yang tidak diinginkan, besarnya keluarga yang diinginkan, kerjasama pasangan, dan norma budaya mengenai kemampuan mempunyai anak.

Setiap metode mempunyai kelebihan dan kekurangan. Namun demikian, meskipun telah mempertimbangkan untung rugi semua kontrasepsi yang tersedia, tetap saja terdapat kesulitan untuk mengontrol fertilitas secara aman, efektif, dengan metode yang dapat diterima, baik secara perseorangan maupun budaya pada berbagai tingkat reproduksi. Tidaklah mengejutkan apabila banyak wanita merasa bahwa penggunaan kontrasepsi terkadang problematis dan mungkin terpaksa memilih metode yang tidak cocok dengan konsekuensi yang merugikan atau tidak menggunakan metode KB sama sekali.

Bagaimana strategi komunikasi interpersonal dalam memberikan edukasi keluarga berencana untuk memilih alat kontrasepsi wanita di RSB. Aisyiah Kota Samarinda?

Apa saja hambatan yang dihadapi selama melaksanakan strategi komunikasi dalam memberikan edukasi keluarga berencana untuk memilih alat kontrasepsi wanita di RSB. Aisyiah Kota Samarinda?

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menggambarkan serta menganalisa strategi komunikasi RSB. Aisyiah dalam memberikan edukasi keluarga berencana untuk pemilihan alat kontrasepsi wanita di Kota Samarinda.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi selama melaksanakan strategi komunikasi dalam memberikan edukasi keluarga berencana untuk pemilihan alat kontrasepsi wanita di Kota Samarinda

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat terus memberikan manfaat dikemudian hari baik bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi pengembangan studi Ilmu Pengetahuan pada umumnya dan Ilmu Komunikasi pada khususnya, terutama mengenai masalah strategi komunikasi yang mencakup sosialisasi pemilihan alat kontrasepsi wanita

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Pemerintah Kota Samarinda khususnya Rumah Sakit Bersalin Aisyah Kota Samarinda dalam merumuskan dan memilih strategi yang tepat dalam mensosialisasikan pemilihan alat kontrasepsi wanita.

TEORI DAN KONSEP

Menurut Winadi (1989:46), strategi bersal dari bahasa yunani yang artinya kepemimpinan (leadership), strategi adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran-sasarannya, dan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan, sangat dibutuhkan pengambilan keputusan strategis.

Menurut Carld I. Hoveland dalam Sjarifuddin (2007:30) komunikasi adalah proses mengoperkan stimuli dalam bentuk lambang atau simbol, bahasa atau gerak untuk mengubah tingkah laku orang lain.

Onong Uchjana Effendy (2003:28) mendefinisikan komunikasi adalah : Proses penyampaian suatu pesan seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Selanjutnya hakikat komunikasi sendiri menurut Effendy adalah proses pernyataan antar manusia dan yang dinyatakan itu adalah fikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Komunikasi dilakukan melalui saluran, yaitu jalan yang dilalui pesan dari komunikator untuk sampai kepada komunikannya. Terdapat dua jalan agar pesan bisa sampai pada komunikan, yaitu melalui komunikasi non media (nonmediated communication)s yang berlangsung tatap muka (face to face) dan komunikasi bermedia (mediated communications) (Vardiyansyah, 2004). Istilah lain digunakan oleh Effendy (2003) untuk membedakan yaitu komunikasi langsung (direct communications) dan komunikasi tak langsung (indirect communications).

Jenis-jenis Komunikasi

Agus M. Hardjana (2007:19-20) mengemukakan bahwa ada beberapa macam komunikasi tergantung dari segi yang ditentukan.

1) Dari segi penyampaian pesan: komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik.

- 2) Dari segi bentuk kesan pesan: komunikasi verbal dan non verbal.
- 3) Dari segi keresmian pelaku, saluran komunikasi yang digunakan, dan bentuk kemasan pesan: komunikasi formal dan informal.
- 4) Dari segi pasangan yang terlibat dalam komunikasi: komunikasi intrapersonal – satu orang pengirim dan satu orang penerima; kelompok kecil – komunikasi dalam kelompok kecil: kelompok besar – pengirim dan banyak orang sebagai penerima; komunikasi publik atau masa- komunikasi pengirim dengan umum dan masa banyak.

Unsur-unsur Komunikasi

Sondang Siagian (2005:309) menyatakan bahwa proses komunikasi menyangkut hal-hal sebagai berikut:

- 1 Adanya dua pihak yang terlibat, subyek dan obyek komunikasi. Subyek merupakan sumber dan obyek adalah sasaran komunikasi.
- 2 Adanya pesan yang hendak disampaikan oleh subyek kepada obyek.
- 3 Pemilihan cara atau metode yang digunakan oleh subyek untuk menyampaikan pesan, lisan, tertulis, dengan alat penyampaiannya.
- 4 Pemahaman metode penyampaian pesan oleh obyek sehingga pesan diterima dalam bentuk yang diinginkan oleh subyek.
- 5 Penerimaan oleh obyek.
- 6 Umpan balik dari obyek ke subyek.

Fungsi Komunikasi

Alo Liliweri (2004:53-56) memberikan pendapat secara umum ada empat kategori fungsi komunikasi, yakni: 1. Fungsi informasi, 2. Fungsi instruksi, 3. Persuasif dan 4. Fungsi menghibur. Apabila empat fungsi utama itu diperluas maka akan ditemukan dua fungsi lain, yakni: 1. Fungsi pribadi dan 2. Fungsi sosial. Fungsi pribadi komunikasi dirinci kedalam fungsi : 1. Menyatakan identitas sosial, 2. Integrasi sosial, 3. Kognitif dan 4. Fungsi melepaskan diri/jalan keluar. Sedangkan fungsi sosial terinci atas: 1. Fungsi pengawasan, 2. Menghubungkan/menjembatani, 3. Sosialisasi dan 4. Menghibur.

fungsi komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia baik untuk diri sendiri maupun dalam hubungannya dengan orang lain. Komunikasi memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan memperhatikan data guna mengenali dan menilai pilihan-pilihan alternatif.

Komunikasi Interpersonal

Effendy (1986) mengemukakan bahwa pada hakikatnya komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan. Dimana komunikasi ini dianggap paling efektif dalam hal upaya untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang karena sifatnya dialogis, berupa percakapan.

Proses Komunikasi Interpersonal

Adapun proses komunikasi merupakan tahapan-tahapan penyampaian pesan dan pengirim pesan kepada penerima pesan. Berdasarkan definisi yang dikutip dari Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management* (Effendy, 2003:18), yang mengacu pada paradigma Lasswell, terdapat unsur-unsur komunikasi dalam proses komunikasi, yaitu: Sender adalah komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang. Encoding disebut juga penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang. Message adalah pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Media adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Decoding disebut juga penyandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya. Receiver adalah komunikan yang menerima pesan dari komunikator. Response adalah tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterima pesan. Feedback adalah umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila pesan tersampaikan kepada komunikator. Noise adalah gangguan yang tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Komunikasi interpersonal berperan dalam mentransfer pesan/informasi dari seseorang kepada orang lain berupa ide, fakta, pemikiran serta perasaan. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal merupakan jembatan bagi setiap individu pada masyarakat di lingkungannya. Komunikasi interpersonal selalu menimbulkan saling pengertian atau saling mempengaruhi antara seseorang dengan orang lain (Djamadin, 2004:17-19)

Dengan adanya kesembilan unsur komunikasi di atas, diharapkan dapat mencegah perilaku seks pranikah pada anak.

Ciri Komunikasi Interpersonal

Delapan aspek yang merupakan ciri-ciri dari komunikasi interpersonal yaitu (Liliweri, 1997:14):

- a. Komunikasi interpersonal biasanya terjadi secara spontan. Maksudnya, biasanya komunikasi interpersonal terjadi secara kebetulan tanpa rencana sehingga pembicaraan terjadi secara spontan.
- b. Komunikasi interpersonal berkaitan dengan masalah penetapan tujuan.
- c. Komunikasi interpersonal merupakan kebetulan dan identitas peserta. Melalui pembicaraan secara interpersonal, hubungan dan identitas seseorang akan dapat diketahui.
- d. Komunikasi interpersonal merupakan bentuk akibat. Akibat disini yang dimaksud adalah hasil dari pembicaraan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal mempunyai akibat yang disengaja dan tidak disengaja.

- e. Komunikasi interpersonal sifatnya berbalas-balasan. Salah satu ciri khas dari komunikasi interpersonal adalah adanya timbal balik bergantian dan saling memberi maupun menerima informasi antara komunikator dan komunikan secara bergantian sehingga tercipta suasana dialogis.
- f. Komunikasi interpersonal berkaitan dengan masalah jumlah orang, suasana dan pengaruh. Manusia suka berkomunikasi dengan manusia lain, oleh karena itu tiap-tiap orang selalu berusaha agar mereka lebih dekat satu sama lain.
- g. Komunikasi interpersonal berkaitan dengan masalah hasil. Komunikasi interpersonal dikatakan sukses bila komunikasi itu menghasilkan sesuatu yang diharapkan, dan hasilnya nyata. Nyata dalam hal mengubah wawasan, perasaan, maupun perilaku.
- h. Komunikasi interpersonal merupakan pesan lambang-lambang bermakna. Proses komunikasi yang terjadi selalu mengalirkan pesan.

DEFINISI KONSEPSIONAL

Strategi komunikasi interpersonal Rumah Sakit Bersalin Aisyah Kota Samarinda memberikan edukasi dalam memilih alat kontrasepsi wanita adalah perencanaan-perencanaan komunikasi baik dari segi memilih sasaran, menetapkan pesan, memilih komunikator hingga efek yang diharapkan oleh RSB. Aisyah dalam menyampaikan informasi pemilihan alat kontrasepsi wanita yang dilakukan melalui komunikasi tatap muka.

Fokus Penelitian

- Melalui komunikasi tatap muka:
- Seminar
- Penyuluhan
- Konseling Pemilihan Alat Kontrasepsi Wanita
- Hambatan Strategi Komunikasi :
- Hambatan Eksternal
- Hambatan Internal

Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan informan sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* (Soegiyono, 2006:216), yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu, dengan informan sebanyak tiga orang.

Teknik Pengukuran Data

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penulisan skripsi ini, yaitu Riset Kepustakaan dan Riset Lapangan

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, maupun dari dokumen-dokumen.

HASIL PENELITIAN

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa Rumah Sakit Aisyiyah ingin memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat mengenai program Keluarga Berencana agar masyarakat dapat lebih memahami mengenai program Keluarga Berencana dan tidak hanya terbatas pada alat kontrasepsinya saja.

Rumah Sakit Ibu dan Anak Aisyiyah Samarinda sebagai Rumah Sakit yang berfokus pada pelayanan ibu, turut mensukseskan program Keluarga Berencana dengan jalan mengajak para usia subur untuk berpartisipasi secara terintegrasi

Rumah Sakit Ibu dan Anak Aisyiyah memiliki beberapa metode dalam melaksanakan program Keluarga Berencana. Metode yang digunakan diantaranya berupa diskusi baik secara individu maupun berkelompok, penyuluhan, Diskusi dilakukan secara tatap muka antara petugas Keluarga Berencana dengan warga baik secara individu maupun berkelompok. Dalam diskusi tersebut, petugas Keluarga Berencanadan warga melakukan tanya jawab seputar masalah program Keluarga Berencana.

Pesan yang terdapat dalam sosialisasi program Keluarga Berencana bersifat informatif, yaitu memberikan informasi kepada warga atau masyarakat tentang program Keluarga Berencana. Selain bersifat informatif, pesan yang diberikan juga bersifat persuasif, yaitu mengajak warga atau masyarakat untuk merubah prilaku dan kebiasaan mereka agar mereka mau ikut berpartisipasi dalam program Keluarga Berencana.

Sedangkan penyuluhan, dilaksanakan oleh petugas Keluarga Berencana di puskesmas atau posyandu di daerah masing-masing dengan cara mengundang warga untuk menghadiri sosialisasi maupun pengenalan alat kontrasepsi dan bagaimana cara memilih alat kontrasepsi yang tepat.

Faktor situasi dan kondisi memang sangat mempengaruhi proses sosialisasi program Keluarga Berencana, karena dalam melakukan suatu kegiatan yang membutuhkan koordinasi dengan pihak lain dibutuhkan suatu kesamaan baik dalam tujuan dan penetapan waktu. Dan berdasarkan pengakuan tersebut, dapat dilihat bahwa pengenalan situasi dan kondisi di lapangan juga haruslah diperhatikan.

“Hambatannya sendiri adalah zaman sekarangpun masih banyak keluarga yang menolak mengikuti program Keluarga Berencana karena menganggap bahwa banyak anak banyak rejeki sehingga mereka tidak membatasi jumlah anak dalam keluarganya

Untuk mengatasi hambatan yang datang dari masyarakatnya itu sendiri, Rumah Sakit ibu dan Anak Aisyiyah Samarinda terus melakukan upaya

pendekatan-pendekatan baik secara individu maupun kelompok atau dengan bekerjasama dengan tokoh-tokoh agama atau tokoh masyarakat untuk memberikan pemahaman dan pengertian tentang pentingnya program Keluarga Berencana.

Pemberian Informasi Melalui Tatap Muka

Sesuai dengan visi dan misi Rumah Sakit Ibu dan Anak Aisyiyah Samarinda yaitu menjadi rumah sakit pilihan utama yang bermutu dan islami dan juga memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dan islami serta tetap peduli dengan kaum Dhuafa ”, maka diharapkan bahwa seluruh masyarakat Kota Saamarinda dapat lebih memahami, mengerti dan melaksanakan program keluarga berencana mulai dari balita, remaja, hingga lansia agar visi tersebut dapat tercapai dengan memilih alat kontrasepsi wanita yang tepat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Bapak Dominggun dalam wawancara di bawah ini: ” Diharapkan seluruh masyarakat mengetahui program KB secara menyeluruh, tidak hanya mengetahui tentang alat kontrasepsi saja, karena selama ini dalam pikiran kita mengenai KB pasti hanya tentang kontrasepsi saja. Untuk revitalisasi program KB, semua program KB harus mengena ke masyarakat dari segi alat kontrasepsi, program untuk remajanya, program untuk balitanya, sampai ke usia lansianya karena program KB itu harus mencakup semua.” (wawancara pada tanggal 5 Juli 2014).

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa Rumah Sakit Aisyiyah ingin memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat mengenai program KB agar masyarakat dapat lebih memahami mengenai program KB dan tidak hanya terbatas pada alat kontrasepsinya saja. Sebagai salah satu program pembangunan nasional, program KB mempunyai arti yang sangat penting dalam upaya mewujudkan manusia Indonesia sejahtera disamping program pendidikan dan kesehatan.

Undang-undang Nomor 52 Tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga menyebutkan bahwa Keluarga Berencana adalah upaya mengatur kelahiran anak, jarak dan usia ideal melahirkan, mengatur kehamilan, melalui promosi perlindungan dan bantuan sesuai dengan hak reproduksi untuk mewujudkan keluarga yang berkualitas. Sejak Tahun 2007, Rumah Sakit Aisyiyah mulai melaksanakan program Sistem Partisipasi Akseptor Terintegrasi Keluarga Berencana disingkat SIMPATI KENCANA. Hal ini dapat dilihat dari dengan SK direktur Rumah Sakit Ibu dan Anak Aisyiyah Samarinda dengan Nomor: 017/SK-DIR/III.B/2.b/2007 tentang TIM Pelayanan Keluarga Berencana RS Ibu dan Anak Aisyiyah Samarinda. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bapak Dominggun dalam wawancara di bawah ini: “Rumah Sakit Ibu dan Anak Aisyiyah sejak tahun 2007 sebenarnya sudah mulai melaksanakan program Sistem Partisipasi Akseptor Terintegrasi Keluarga Berencana yang kami singkat dengan nama SIMPATI KENCANA. Adapun SK nya adalah Nomor: 017/SK-DIR/III.B/2.b/2007

tentang TIM Pelayanan Keluarga Berencana RS Ibu dan Anak Aisyiyah Samarinda” (wawancara pada tanggal 5 Juli 2014)

Adapun tugas TIM yang didapat dari hasil wawancara dengan Bapak Dominggun adalah:

1. Melaksanakan kegiatan pelayanan KB baik secara teknis, koordinasi maupun yang menyangkut hal-hal yang bersifat administratif.
2. Memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang pentingnya program KB dalam rangka mewujudkan keluarga sejahtera dan sakinah.
3. Menjaring akseptor KB dengan program sistem partisipasi akseptor terintegrasi.

Sedangkan untuk pesertanya sendiri, tidak hanya terbatas pada peserta wanita tetapi juga kepada pria. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Dominggun dalam wawancara di bawah ini:

“Rumah Sakit Ibu dan Anak ‘Aisyiyah sebagai salah satu unit kegiatan pelayanan KB, berupaya secara aktif dalam mengupayakan masyarakat agar mau menjadi peserta KB aktif, tidak hanya dari pihak wanita, dari pihak pria juga diharapkan ikut serta.” (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2014)

Untuk pelayanan Program Keluarga Berencana ini tidak hanya dilakukan di rumah sakit melainkan juga di luar rumah sakit. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Dominggun dalam wawancara di bawah ini: “Pelayanan di luar Rumah Sakit adalah partisipasi para bidan dari RSIA Aisyiyah Samarinda yang membuka praktek untuk melaksanakan penyuluhan kesehatan tentang manfaat KB. Sedangkan pelayanan di dalam rumah sakit dilakukan di poliklinik KB RSIA Aisyiyah yang dibuka setiap hari kerja mulai dari jam 09.00 sampai dengan 12.00. jenis pelayanannya adalah IUD, MOW, MOP, KB, suntuk Pil, Inplan, dan Kondom.(Wawancara pada tanggal 5 Juli 2014)

Dari hasil wawancara di atas dapat kita lihat strategi komunikasi secara langsung dan tatap muka yang dilakukan oleh Rumah Sakit Ibu dan Anak Aisyiyah Samarinda dalam mengedukasi keluarga berencana untuk memilih alat kontrasepsi wanita.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tujuan yang diinginkan oleh Rumah Sakit Aisyiyah dalam edukasi keluarga berencana ini adalah agar masyarakat ikut berpartisipasi dalam program keluarga berencana dan dapat memilih alat kontrasepsi bagi wanita sehingga terwujudnya masyarakat yang sejahtera, sehat, cerdas, dan mandiri .
2. Rencana Rumah Sakit Aisyiyah dalam sosialisasi program keluarga berencana dengan memberikan edukasi mengenai pemilihan alat kontrasepsi wanita dilakukan dengan melihat situasi dan kondisi yang ada dilapangan. Tanpa pengenalan situasi dan kondisi dilapangan, maka rencana yang telah disusun akan mengalami banyak hambatan.

3. Pesan yang disampaikan oleh Rumah Sakit Aisyiyah bersifat informatif yaitu memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang program keluarga berencana khususnya mengenai pemilihan alat kontrasepsi wanita kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat dapat ikut berpartisipasi dalam program keluarga berencana.. Bentuk pesan yang digunakan dapat berupa audio, visual, dan audiovisual, seperti siaran radio, brosur, spanduk, alat-alat peraga, dan iklan.
4. Strategi komunikasi Rumah Sakit Aisyiyah dalam sosialisasi program keluarga berencana dan edukasi pemilihan alat kontrasepsi wanita tidak lepas dari bantuan media massa, hal ini karena melihat masyarakat luas yang sifatnya heterogen dan anonim. Selain itu, pendekatan-pendekatan ke masyarakat pun juga telah dilakukan agar masyarakat mau menerima program keluarga berencana sehingga terciptanya keluarga yang sejahtera, sehat dan mandiri.
5. Hambatan yang dialami oleh Rumah Sakit Aisyiyah dalam edukasi pemilihan alat kontrasepsi wanita bagi masyarakat berupa hambatan internal dan eksternal. Selain pengenalan situasi dan kondisi dilapangan, salah satu yang menjadi hambatan dalam sosialisasi program keluarga berencana adalah anggaran atau dana. Sedangkan untuk hambatan eksternal, hambatannya ada di masyarakat itu sendiri, apakah mereka mau menerima program KB atau tidak, hal ini dikarenakan faktor sosial ekonomi dan budaya, tingkat pendidikan, agama, dan juga letak geografis. itu yang menjadi kendala kami dalam melakukan sosialisasi dan memberikan informasi mengenai pemilihan alat kontrasepsi wanita. Tetapi secara garis besar untuk masyarakat wilayah Samarinda sudah banyak yang menerima sosialisasi dan informasi yang kami berikan dan mengaplikasikannya.

Saran

1. Agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi pemberi pelayanan atau petugas keluarga berencana dan penerima pelayanan atau masyarakat itu sendiri. Dengan cara menambah jumlah personel atau tenaga kerja dilapangan sehingga mencakup semua lapisan masyarakat kota Samarinda.
2. Adanya penggunaan media yang sifatnya massa dan sering digunakan atau dilihat oleh masyarakat seperti penggunaan layanan Short Message Service (SMS) atau Blackberry Messenger (BBM) melalui kerjasama dengan provider telekomunikasi dalam menggalakkan program Keluarga Berencana sehingga lebih memudahkan sosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Noor, 2007. *Ilmu Sosial Dasar*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Cangara, Hafied, 2007, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Djamadin, Bahari.2004.*Komunikasi Interpersonal*. Jakarta : BPK Gunung Mulia

- Effendy Onong Uchjana, Ilmu, 1993. *Teori dan Filsafat Komunikasi* Bandung: penerbit PT. Citra Aditya Bakti.
- Hardjana, Agus M. 2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Kanisius. Yogyakarta.
- Miles, B, Matthew dan A, Michael Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, UIPress, Jakarta.
- Moleong, J. Lexy, 2001. *Metodeologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Jakarta.
- Purwadarminta, 1982. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. PN Balai Pustaka, Jakarta.
- Rakhmad, Jalaluddin, 1989. *Metode Penelitian Komunikasi*, Rosdakarya, Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, S, 1998. *Metodologi Penelitian Survei*, LP3KS, Jakarta.
- Wheelen, Hunger, 2003. *Strategic Management And Business Policy*. Addison Wesley.

Sumber Lain:

- <http://www.anneahira.com/komunikasi-16487.html> (Diakses 15 Juni 2014)
- http://carapedia.com/pengertian_definisi_komunikasi_menurut_para_ahli_info487.html (Diakses 19 Juni 2014)
- Lili Weri (1997). *Ciri Komunikasi Interpersonal*, <http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=1&submit.x=0&submit.y=0&qual=high&fname=/jiunkpe/s1/ikom/2005/jiunkpe-ns-s1-2005-51401031-6822-perkasasejati-chapter2.pdf> (di akses pada tanggal 19 Juni 2014)
- Ruben. *Tahap-tahap Hubungan Interpersonal*, <http://ijoe.blog.uns.ac.id/files/2010/05/11.pdf> (diakses pada tanggal 23 Juni 2014)