

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN,
MASYARAKAT DAN KELUARGA BERENCANA DALAM
MENINGKATKAN PENGGUNA VASEKTOMI DI KOTA PEKANBARU**

Oleh:

Nining Anggraini

Pembimbing: Ir. Rusmadi Awza, S. Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Jurnalistik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru

28293 Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Since 1969, the Government has been doing the emphasis towards the rate of population by means of regulating births, maturation of marrying age, increasing the resilience of families and family welfare program called Family Planning. Based on the achievement of active participants on the Family Planning program in December 2015, men participation only 5.42% of the number of active participants, with details that the amount of participants used MOP contraceptive method are 0.21% and condom method are 5.21%. Based on the data show that Family Planning participants of the men still minor. The purpose of this research is to know the strategies of the introduction of the targets, the selection of media, the purpose of the message and the role of the Communicator which used by The Women, Community And Family Planning Board of Pekanbaru to increase the vasectomy's users in Pekanbaru city.

This research used qualitative methods through the collected data obtained in field through observation, interview and documentation. The informant of this research consists of 7 persons. They are consist of one chair division of The Women, Community And Family Planning Board of Pekanbaru. And four persons are unit work actors, one person from field extension officers and other person from vasectomy's users which selected through the technique of purposive sampling. To analyze the results of this research writer used the interactive model data analysis techniques, whereas the technique examination validity of the data through the extension of participation and triangulation.

The result of the research show that communication strategy of The Women, Community And Family Planning Board in terms of the promotion of target that the whole people especially men in Pekanbaru. The selection of media divided into mass media and direct media. The mass media such as newspapers and radio. Then, direct media through media outreach-extension in the field and opening stand of information. The contents of the message that conveyed by the The Women, Community And Family Planning Board of Pekanbaru are persuasive, educative and informative messages. After contents of the message submitted, the vasectomy's user will see communicator role in communication that includes attraction of resources and credibility of source.

Keywords: Communication strategy, Vasectomy

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki jumlah penduduk terbesar keempat setelah negara Cina, India dan Amerika Serikat. Masalah kependudukan yang dihadapi Indonesia saat ini tidak hanya jumlah penduduk besar dengan laju pertumbuhan penduduk yang relatif tinggi. Dari hasil sensus tahun 2010, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang besar, mencapai 240 juta jiwa dengan pertumbuhan 1,49 % pertahun, jadi setiap tahunnya lahir empat sampai lima juta atau kurang lebih 10.000 bayi lahir setiap harinya (Sumber: BKKBN 2015).

Strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2009:32).

Perkembangan teknologi kontrasepsi begitu cepat namun tidak diimbangi dengan peran serta pria untuk ikut berpartisipasi dalam kontrasepsi. Program KB jangka panjang untuk mencapai keluarga berkualitas 2015 berupaya mencapai peningkatan kesetaraan pria dalam ber-KB sehingga terwujudnya peran serta pria dalam ber-KB Partisipasi pria dalam praktik metode KB modern di Indonesia di pengaruhi oleh faktor sosiodemografi yang meliputi pengetahuan, umurr istri, pendidikan suami, jumlah anak

masih hidup, dan sikap terhadap program KB (Rustam:2006). Hal ini terlihat kurangnya informasi yang di dapat. Ketidaksetaraan gender dan kesehatan reproduksi sangat berpengaruh pada keberhasilan program KB. Sebagian besar masyarakat masih menganggap bahwa penggunaan kontrasepsi adalah urusan wanita saja. Dari hasil laporan BPPMKB bila dilihat dari pencapaian peserta KB aktif dalam bulan Desember 2015, keikutsertaan pria/kaum bapak hanya 5,42 % dari jumlah peserta KB aktif, dengan rincian yang menggunakan metode kontrasepsi MOP 0,21 % dan kondom 5,21 % (Sumber: BPPMKB 2015).

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa peserta KB dari kaum pria masih sedikit. Hal tersebut disebabkan beberapa faktor antara lain; terbatasnya sosialisasi dan promosi KB pria; adanya persepsi bahwa wanita yang menjadi target program KB; terbatasnya akses pelayanan KB pria; tingginya harga yang harus dibayar untuk MOP; ketidaknyamanan dalam penggunaan KB pria (kondom); terbatasnya metode kontrasepsi pria; rendahnya pengetahuan pria terhadap KB; kualitas pelayanan KB pria belum memadai; istri tidak mendukung suami ber-KB; adanya stigmatisasi tentang KB pria di masyarakat; kondisi politik, sosial, budaya masyarakat, agama dan komitmen pemerintah masih belum optimal dalam mendukung KB pria (Sumber: BKKBN 2015).

Pekanbaru merupakan Ibukota Provinsi Riau yang mempunyai jumlah penduduk sebanyak 897.767. Perkembangan kota Pekanbaru semakin pesat akibatnya pertumbuhan penduduk

pertahunnya pun ikut meningkat. Jumlah pertumbuhan penduduk Pekanbaru sudah mencapai 4,47% (Sumber: riaupos.co, diakses pada 30 Desember 2015).

Pemerintah Indonesia melalui BKKBN melakukan penekanan jumlah angka kelahiran dengan pengelolaan dan pelaksanaan program KB. Pada dasarnya pengelolaan program KB adalah suatu proses pelaksanaan pembangunan yang bertujuan untuk pengaturan kelahiran guna membangun keluarga sejahtera.

Salah satu upaya mengatasi permasalahan rendahnya partisipasi pria dalam berKB khususnya vasektomi (metode operasi pria) adalah meningkatkan aksesibilitas terhadap informasi pelayanan KB dengan cara sosialisasi. Vasektomi merupakan suatu metode kontrasepsi yang sangat aman, sederhana dan sangat efektif. Dalam pelaksanaan operasi sangat singkat dan tidak memerlukan anestesi umum. Di seluruh dunia, sterilisasi vasektomi masih merupakan metode yang terabaikan dan kurang mendapat perhatian, baik dari pihak pria/suami maupun petugas medis keluarga berencana.

Adapun strategi untuk meningkatkan penggunaan vasektomi yang dilakukan Badan Pengendalian Perempuan, Masyarakat Dan Keluarga Berencana (BPPMKB) Kota Pekanbaru dilaksanakan melalui sosialisasi baik secara tatap muka maupun menggunakan media. Kegiatan sosialisasi secara tatap muka ini dilaksanakan dengan tujuan agar dapat berkomunikasi secara langsung dengan komunikan sehingga dapat mengetahui tanggapan dan keluhan secara langsung. Sedangkan menggunakan media pendukung

untuk mensosialisasikan program-program yang dapat di sebarluaskan dengan lebih mudah..

Berdasarkan survey awal dari data BPPMKB Pekanbaru peserta vasektomi jauh lebih sedikit dibandingkan peserta tubektomi yaitu 1:24 dari jumlah pasangan usia subur. Dari uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Masyarakat dan Keluarga Berencana (BMPPKB) dalam meningkatkan pengguna vasektomi di Pekanbaru. Penelitian ini dibuat dengan tujuan antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui khalayak sasaran komunikasi yang dilakukan BPPMKB Kota Pekanbaru dalam meningkatkan pengguna vasektomi.
2. Untuk Mengetahui media komunikasi yang digunakan BPPMKB Kota Pekanbaru dalam meningkatkan pengguna kontrasepsi.
3. Untuk mengetahui tujuan pesan komunikasi yang dilakukan BPPMKB Kota Pekanbaru dalam meningkatkan pengguna kontrasepsi.
4. Untuk mengetahui peranan komunikator yang dilakukan BPPMKB Kota Pekanbaru dalam meningkatkan pengguna vasektomi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris, berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama. *Communico* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama

(*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kat-kata latin lainnya yang mirip (Mulyana, 2012:46).

Kegiatan komunikasi mempunyai proses untuk mencapai tujuan komunikasi itu sendiri. Dalam komunikasi biasanya mempunyai tujuan tertentu dalam kegiatannya, yakni tujuan atau maksud yang hendak dicapai oleh komunikator untuk memberitahukan sesuatu kepada komunikan, mempengaruhi sikap komunikan atau mempengaruhi tingkah laku komunikan dengan melewati proses komunikan atau mempengaruhi tingkah laku komunikan dengan melewati proses penerimaan dari komunikan.

Strategi Komunikasi

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, salah satu pengertian strategi adalah rencana yang cermat untuk mencapai sasaran yang khusus. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagian taktik operasionalnya (Effendy, 2005:32).

Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 2006:3) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak-lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi Komunikasi

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, salah satu pengertian strategi adalah rencana yang cermat untuk mencapai sasaran yang khusus. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagian taktik operasionalnya (Effendy, 2005:32).

Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 2006:3) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak-lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 2009:32). Jadi yang dimaksud dengan strategi komunikasi adalah pola-pola sebagai tujuan dan kebijaksanaan serta rencana-rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yang dirumuskan sedemikian rupa dengan memperhatikan kekuatan internal dan eksternal organisasi sehingga jelas program apa saja yang akan dilaksanakan untuk organisasi.

Seperti halnya strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, sebab

teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli tetapi untuk strategi komunikasi barangkali yang memadai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Horald Laswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pernyataan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” (Effendi, 2005:33).

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Dilain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi.

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul ‘Dimensi-dimensi Komunikasi’ menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (1981:84).

Pengertian KB

Pengertian KB menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 1992 tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga sejahtera, KB adalah upaya peningkatan kepedulian dan peran serta masyarakat melalui pendewasaan usia perkawinan, pengaturan kelahiran, pembinaan ketahanan keluarga, peningkatan kesejahteraan keluarga kecil, bahagia dan sejahtera (Handayani, 2010).

Secara umum, KB dapat diartikan sebagai suatu usaha yang mengatur banyaknya kehamilan sedemikian rupa sehingga berdampak positif bagi ibu, bayi ayah serta keluarga yang bersangkutan. Diharapkan dengan adanya perencanaan keluarga yang matang kehamilan merupakan suatu hal yang memang sangat diharapkan, sehingga terhindar dari perbuatan aborsi (Suratun, 2008).

Tujuan diadakannya program KB adalah; (a) Meningkatkan kesejahteraan ibu dan anak serta mewujudkan keluarga kecil yang bahagia dan sejahtera melalui pengendalian kelahiran dan pengendalian pertumbuhan penduduk Indonesia. (b) Terciptanya penduduk yang berkualitas, sumber daya manusia yang bermutu dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Pengertian Kontrasepsi

Kontrasepsi adalah penggunaan alat-alat atau cara sebagai upaya untuk mencegah terjadinya kehamilan (Sumber: BKKBN 2015). Tujuan Pemakaian Kontrasepsi adalah sebagai berikut: (1) Menunda kehamilan; kelompok kontrasepsi yang rasional adalah kontrasepsi sementara jangka

pendek yaitu kondom, pil, suntik. (2) Mengatur jarak kehamilan; jenis kelompoknya adalah kelompok sementara jangka panjang yaitu suntik, implant, spiral. (3) Mengakhiri kesuburan; jenis kontrasepsinya adalah kontrasepsi mantap yaitu tubektomi (wanita) dan vasektomi (pria).

Macam-macam Alat Kontrasepsi

Pil adalah obat pencegah kehamilan yang diminum, Pil telah diperkenalkan sejak 1960. Pil diperuntukkan bagi wanita yang tidak hamil dan menginginkan cara pencegah kehamilan sementara yang paling efektif bila diminum secara teratur. Minum pil dapat dimulai segera sesudah terjadinya keguguran, setelah menstruasi atau pada masa post-partum bagi para ibu yang tidak menyusui bayinya.

Kontrasepsi suntikan adalah cara untuk mencegah terjadinya kehamilan dengan melalui suntikan hormonal. Implant alat kontrasepsi yang disusupkan dibawah kulit lengan atas sebelah dalam berbentuk kapsul silastik (lentur) panjangnya sedikit lebih pendek dari pada batang korek api dan dalam setiap batang mengandung hormon levonorgestrel yang dapat mencegah terjadinya kehamilan (BKKBN,2015).

IUD adalah alat kecil terdiri dari bahan plastik yang lentur yang dimasukkan ke dalam rongga rahim, yang harus diganti jika sudah digunakan selama periode tertentu. IUD merupakan cara kontrasepsi jangka panjang. Nama populernya adalah spiral.

Vasektomi adalah kontrasepsi bedah untuk pria dengan cara memutus saluran spermanya. Operasi vasektomi menghambat saluran spermatozoa (*vas deferens*) yang

membawa sperma keluar. Operasi ini biasanya dilakukan di klinik atau rumah sakit dengan melibatkan pemotongan dan mengikat mati (*cauterizing*) saluran sperma.

Sterilisasi adalah metode kontrasepsi permanen yang hanya diperuntukkan bagi mereka yang memang tidak ingin atau boleh memiliki anak (karena alasan kesehatan). Disebut permanen karena metode kontrasepsi ini hampir tidak dapat dibatalkan (*reversal*).

Vasektomi (Metode Operasi Pria)

Operasi pria yang biasa dikenal dengan nama vasektomi merupakan operasi ringan, murah, aman dan mempunyai arti demografis yang tinggi. Artinya dengan operasi ini banyak kelahiran dapat dihindari. Vasektomi merupakan metode sterilisasi atau operasi pada laki-laki. Sama seperti sterilisasi perempuan, tindakan ini dilakukan dengan anestesi lokal atau anestesi umum. Vasektomi termasuk operasi ringan, tidak memerlukan perawatan di rumah sakit dan tidak mengganggu kehidupan seksual (Hanafi,2010).

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini penulis menggunakan model Komunikasi Strategis sebagai tolak ukur dalam melakukan penelitian ini tidak melenceng. Dalam konteks ini sangat diperhitungkan dimensi-dimensi lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam penyampaian pesan kepada khalayak.

Dalam model komunikasi strategis di atas, bisa dilihat bagaimana tanda panah itu bermata dua. Artinya selalu ada hubungan timbal balik antara komunikator dan pesan, pesan dan khalayak dan

respon komunikator, serta antara komunikasi yang digunakan ada hubungan timbal balik dengan komunikator, pesan, khalak dan respon. Komunikasi itu berlangsung dalam kultur dan konteks tertentu (Iriantara, 2004:70).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Bagdan dan Taylor mengungkapkan bahwa dengan melakukan pendekatan kualitatif mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu (Ruslan,2015).

Subjek pada penelitian kualitatif disebut informan, pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan data dengan cara memilih orang-orang tertentu berdasarkan pada kelompok, wilayah atau memilih orang-orang tertentu berdasarkan kelompok individu melalui pertimbangan tertentu yang diyakini mewakili semua unit analisis yang ada (Hamidi, 2007:139). Alasan pemilihan narasumber tersebut karena merekalah yang mengetahui seputar informasi yang di butuhkan oleh penulis mengenai strategi komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Masyarakat dan Keluarga Berencana (BPPMKB) dalam meningkatkan pengguna kontrasespsi vasektomi di Pekanbaru.

Objek penelitian adalah sesuatu yang melekat dan dipermasalahkan yang dianggap penting (Arikunto,2007:116). Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang diambil oleh

BPPMKB Kota Pekanbaru dalam meningkatkan pengguna kontrasespsi vasektomi di Pekanbaru.

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan periset untuk mengumpulkan data. Dalam riset kualitatif metode pengumpulan data berupa observasi (*field observations*), wawancara mendalam (*intensive/depth interview*) dan studi kasus (Kriyantono, 2010: 95). Sementara itu, Moleong menambahkan dokumentasi sebagai salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2012: 6).

Menurut Moleong (2012:216) dokumen adalah bahan tertulis, ataupun film maupun foto yang dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik sesuai dengan kepentingannya. Dalam Penelitian ini, dokumentasi diperoleh dari media yang digunakan oleh BPPMKB Kota Pekanbaru.

Sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, maka dalam menganalisa data yang berhasil dikumpulkan tidak digunakan uji statistik melainkan non statistik sesuai dengan penelitian yang bersifat kualitatif. Dimana data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk menganalisa data-data yang diperoleh, baik itu berupa dokumen maupun wawancara, peneliti menggunakan teknik analisa data berdasarkan siklus yang dilukiskan oleh Huberman dan Miles (1992) dalam Bungin (2003:69).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Khalayak Sasaran Komunikasi Oleh BPPMKB Kota Pekanbaru

Sasaran atau khalayak yang akan dituju merupakan individu, kelompok publik tertentu ataupun publik umum yang nantinya mempengaruhi secara kritis apa yang disampaikan oleh komunikator mengenai apa yang dikatakan bagaimana mengatakannya, kapan mengatakannya, dimana dan kepada siapa mengatakannya (Kotler, 2001:778).

Khalayak sasaran BPPMKB dalam melakukan strategi komunikasi di Kota Pekanbaru adalah seluruh masyarakat Kota Pekanbaru dari segala lapisan, khususnya pria/kaum bapak yang telah mencapai usia 35 tahun dengan jumlah anak lebih dari 2

Hal senada dijelaskan Kepala UPTB Sukajadi, menurutnya teladan dari tokoh masyarakat dibutuhkan untuk menyukseskan KB vasektomi.

“Sasaran vasektomi adalah seluruh masyarakat di Pekanbaru, terutama kaum pria/bapak dengan usia lebih dari 35 tahun dan telah memiliki 2 anak. Tetapi kita menekankan pada tokoh masyarakat setempat, dengan pertimbangan nantinya mereka dapat memberikan teladan bagi warganya. Cara seperti itu kami rasa masih ampuh untuk mempersuasif masyarakat, tapi memang tidak bisa dipaksakan.”

(Wawancara dengan Kepala UPTB Dra. Ria Dina Sri Kadarini, 19 Februari 2016)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan strategi komunikasi oleh BPPMKB Kota Pekanbaru telah memfokuskan sasaran komunikasinya. Dimana mengenal sasaran komunikasi merupakan langkah pertama bagi BPPMKB Kota Pekanbaru dalam mencapai tujuan strategi komunikasi .

Strategi Media Komunikasi BPPMKB Kota Pekanbaru

Penyebaran informasi tentang vasektomi, BPPMKB Pekanbaru tidak dapat bekerja sendiri dan memerlukan bantuan dari pihak lain terutama media agar sosialisasi yang dilaksanakan diliput dan dipublikasikan oleh media massa. Oleh karena itu, untuk mempercepat penyebaran informasi BPPMKB menggunakan media cetak ataupun media elektronik dalam ruang lingkup lokal, media cetak yang digunakan salah satunya adalah surat kabar. Memasang iklan di surat kabar jauh lebih efisien dan efektif, efisien dari segi biaya dan jauh lebih efektif karena surat kabar lebih mampu menjangkau khalayak lebih banyak dengan sasaran yang lebih tertarget.

BPPMKB Kota Pekanbaru melakukan kerja sama dengan media, baik media cetak maupun elektronik. Kerjasama ini dijalin agar mempercepat proses penyebaran informasi ke seluruh lapisan masyarakat Pekanbaru.

Media Tatap Muka atau Secara Langsung

BPMKB Kota Pekanbaru menggunakan media tatap muka atau secara langsung dengan melakukan

sosialisasi langsung melalui presentasi kepada audiens sasaran. Pada dasarnya media komunikasi tatap muka ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan kepada seluruh lapisan masyarakat terutama kaum pria/bapak pada saat diakannya acara-acara seperti melakukan penyuluhan secara langsung ke pemukiman penduduk, HUT TNI, Posyandu dan acara-acara yang melibatkan seluruh lapisan masyarakat. Berikut hasil wawancara dengan Elsinar Siregar, SKM salah satu penyuluh lapangan KB.

“Untuk vasektomi, memang diperlukan upaya pendekatan yang lebih intensif dibandingkan dengan KB lain. Karena sasaran vasektomi *kan* kaum bapak, sangat sulit untuk mengumpulkan mereka hanya dengan alasan memberikan penyuluhan, terlebih jika penyuluhan dilakukan saat jam kerja. Itu sebabnya kami lebih mendorong tokoh masyarakat dari tingkat kelurahan hingga RT/RW untuk menjadi ‘perpanjangan tangan’ kami.” (Wawancara Elsinar Siregar, 17 Februari 2016)

Hal senada diungkapkan Dra Ria Dina Sri Kadarini, Kepala UPTB Sukajadi, menurutnya sosialisasi penggunaan vasektomi juga dilakukan melalui para istri/kaum ibu pada saat mengadakan acara posyandu yang diadakan secara rutin.

“Tadinya sosialisasi yang kita lakukan memang langsung menasar kepada kaum bapak, hanya saja melihat kondisi di lapangan yang menunjukkan sangat rendahnya partisipasi kaum bapak dikarenakan pada siang hari kaum bapak bekerja, maka kami memutuskan untuk mensosialisasi kaum ibu terlebih dahulu. Dengan harapan nantinya kaum ibu lah yang akan menyampaikan kepada suami mereka mengenai vasektomi. Kami pikir dengan cara tersebut akan lebih efektif.” (Wawancara tanggal 19 Februari 2016)

Selain melakukan sosialisasi secara langsung ke posyandu, BPPMKB Pekanbaru juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat secara umum dengan cara membuka *stand* informasi pada *event-event* tertentu seperti *car free day*, acara perayaan HUT TNI, HUT Kota Pekanbaru dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara, disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi melalui tatap muka ini lebih efektif dalam mempengaruhi audiens karena memberikan presentasi dan dapat langsung memperoleh umpan balik dari audiens yang menghadiri sosialisasi. Salah satu umpan baliknya adalah khalayak memberikan pertanyaan dan

langsung mendapat jawabannya, selain itu umpan baliknya yaitu respon yang positif baik dari khalayak sasaran tersebut. Seperti dijelaskan Indrawati Sinulingga, salah satu penyuluh lapangan KB.

“Sebagai penyuluh, kami berkewajiban menyampaikan informasi dengan sedetail-detailnya kepada masyarakat. Kami bertugas mendampingi masyarakat dalam menentukan jenis KB yang akan digunakan, termasuk vasektomi. Hanya saja memang keputusan di individu masing-masing, kami tidak bisa memaksakan harus menggunakan KB jenis apa. Untuk vasektomi, prosesnya terbilang cukup lama, selain pasangan harus melakukan konseling hingga lebih 2 kali supaya lebih mantap, harus juga menyediakan biaya operasi vasektomi nantinya.” (Wawancara tanggal 19 Februari 2016)

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa BPPMKB Pekanbaru dengan menggunakan media tatap muka untuk mensosialisasikan programnya merupakan strategi yang cukup efektif, selain mampu memberikan pemahaman kepada khalayak terkait KB, bisa juga mendapatkan respon langsung dari khalayak sasaran.

Strategi Tujuan Pesan BPPMKB Kota Pekanbaru

Setelah mengenal sasaran komunikasi dan memilih media komunikasi yang akan digunakan, selanjutnya adalah mengkaji tujuan pesan komunikasi. Penggunaan strategi komunikasi tentu menjadi alasan tertentu bagi BPPMKB Pekanbaru. Salah satunya agar penyampaian pesan dapat diterima dengan baik oleh calon pengguna vasektomi. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, memerlukan strategi atau cara yang khusus, yang harus dimiliki oleh BPPMKB dalam mengkomunikasikan informasi/pesan yang sesuai dan tepat pada sasarannya. Adapun perencanaan pesan yang dilakukan BPPMKB dalam sosialisasi kepada calon pengguna vasektomi di Pekanbaru adalah pesan persuasif.

Pendekatan ini berfungsi untuk menciptakan komunikasi dua arah (timbal-balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan. Sehingga dengan cara pendekatan ini bisa menciptakan saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan merubah sikap maupun toleransi. Pendekatan ini dimulai dengan komunikasi yang bersifat informatif (informasi) atau pesan yang bersifat mendidik yang diterapkan dengan menggunakan komunikasi persuasif.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif merupakan suatu cara atau teknik komunikasi yang dalam penyampaian pesannya bisa dengan cara membujuk, merayu, mendidik serta mempengaruhi seseorang, sehingga orang tersebut mengikuti, melakukan apa yang menjadi

keinginan serta tujuan dari si penyampai pesan (komunikator) tersebut. Tujuan dalam penyampaian pesan secara persuasif oleh komunikator kepada komunikan tentunya untuk merubah sikap dan perilaku penerima pesan kearah yang lebih baik.

Sebelum melakukan komunikasi persuasif BPPMKB Kota Pekanbaru terlebih dahulu bekerjasama dengan beberapa instansi atau organisasi yang terkait dalam melakukan sosialisasi, seperti provider (medis/paramedis), pesan melalui media elektronik seperti iklan yang menciptakan jargon-jargon seperti SUSI (Suami Sayang Istri) ini bertujuan agar masyarakat mudah mengingat pesan tersebut. Dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk mempermudah BPPMKB dalam melakukan upaya persuasif dalam mensosialisasikan program vasektomi kepada calon pengguna vasektomi di Kota Pekanbaru. Selain itu, BPPMKB juga dibantu oleh 4 Unit Pelaksana Teknis Badan (UPTB) di tingkat kecamatan yang bertanggung jawab langsung terhadap kelurahan yang berada di wilayah tugasnya.

Namun, karena terbatasnya waktu untuk mengumpulkan kaum bapak/pria dengan alasan kesibukan, maka penyuluhan kepada kaum Ibu melalui kegiatan posyandu menjadi alternatif yang dilakukan petugas lapangan KB. Berikut hasil wawancara Dra. Ria Dina Sri Kadarini.

“Dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat khususnya kaum bapak/pria hanya saja berhubung sulitnya mengumpulkan kaum bapak dengan alasan

penyuluhan maka kami berinisiatif melakukan penyuluhan melalui kaum ibu/wanita pada waktu posyandu agar nantinya kaum ibu lah yang menyampaikan pesan ini kepada suami selain itu kami juga gencar melakukan pendekatan kepada tokoh masyarakat untuk menggunkan kontrasepsi vasektomi. Tokoh masyarakat inilah yang nantinya menjadi teladan bagi warganya”.

(Wawancara 19 Februari 2016)

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPPMKB Pekanbaru senantiasa menginformasikan segala sesuatu terkait penggunaan vasektomi. Sehingga tujuan dari perencanaan pesan tersebut tersampaikan yaitu untuk meningkatkan peserta KB Metode Kontrasepsi Jangka Panjang (MKJP) dalam rangka mewujudkan keluarga kecil bahagia dan sejahterah serta keluarga berkualitas.

Selain melakukan upaya persuasif dalam mensosialisasikan program vasektomi dengan mengajak atau menghimbau calon pengguna untuk melakukan KB vasektomi, BPPMKB juga melakukan penyampaian pesan yang bersifat edukatif ataupun mendidik. Dalam hal ini BPPMKB Kota Pekanbaru secara tidak langsung juga turut memberikan pendidikan kepada masyarakat. Berikut hasil wawancara dengan Yurnalis, SH, M.SI.

“Kami memberikan sosialisasi kepada

masyarakat dimana didalamnya mencakup KIE (Komunikasi, Informasi dan Edukasi) serta konseling kepada masyarakat atau calon peserta vasektomi dengan memberikan informasi secara lengkap, jelas dan terbuka. Informasi tersebut harus mencakup bagaimana efektifitas dari kontrasepsi tersebut, apa keuntungan dan kerugian, bagaimana efek samping dan komplikasi yang ditimbulkan, bagaimana cara penggunaannya dan lain sebagainya, sehingga masyarakat/calon pengguna vasektomi benar-benar merasa puas dengan penjelasan terkait kontrasepsi vasektomi tersebut". (Wawancara tanggal 15 Februari 2016)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh BPPMKB Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan kontrasepsi vasektomi adalah dengan melakukan upaya persuasif dan edukatif disertai sosialisasi yang dilakukan. Upaya persuasif dan edukatif yang dilakukan diantaranya yaitu dengan mengajak dan menghimbau masyarakat khususnya yang sudah memenuhi sasaran khalayak pengguna vasektomi melalui BPPMKB Kota Pekanbaru.

Didalam komunikasi antar manusia (*human communication*), makna informasi dalam pengertian sehari-hari yakni sesuatu yang diperoleh sebagai pengetahuan bagi seseorang. Dalam melaksanakan strategi komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, dan Keluarga Berencana Pekanbaru juga memberikan informasi tentang kb vasektomi, jenis-jenis kb, dan manfaat kb pria tersebut. Pemberian informasi ini bertujuan agar tidak adanya keragu-raguan dari masyarakat untuk mengajak pria berkb. Berikut hasil wawancara dengan Elsinar Siregar (selaku kepala UPTB serta penyuluh lapangan)

"Melalui sosialisasi yang diberikan, kami juga menginformasikan kepada masyarakat terutama kaum pria mengenai kb, disini kami menyampain bahwa pria yang kurang pemahaman mengenai kb vasektomi dan memiliki rasa keragu-raguan untuk berkb vasektomi. Sehingga mereka menjadi yakin untuk berkb serta tidak punya rasa keragu-raguan lagi"(wawancara pada tanggal 17 Februari 2016)

Dari hasil wawancara tersebut dalam melakukan strategi komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Masyarakat dan Keluarga Berencana kota Pekanbaru memberikan informasi mengenai pengguna kontrasepsi vasektomi kepada masyarakat terutama kaum bapak. Dalam mesosialisasikan

vasektomi ini , BPPMKB juga turut memberikan informasi bagaimana mamfaat-mamfaat yang dalam penggunaan kontrasepsi vasektomi ini, informasi mengenai jenis-jenis kb juga diberikan agar masyarakat mengerti apa saja jenis-jenis kb dan merubah mindset yang selama ini masyarakat tahu bahwa perempuan saja yang bisa berkb maka disini BPPMKB memberikan informasi bahwa pria juga dapat menggunakan kb.

Strategi Komunikator BPPMKB Kota Pekanbaru

Peranan komunikator dalam menyampaikan pesan komunikasi sangatlah berpengaruh dalam meyakinkan para khalayak. Pesan tentunya tidak hanya disampaikan begitu saja, namun tetap memperhatikan komunikator sebagai orang yang menyampaikan pesan, komunikasi sebagai penerima pesan, isi pesan yang hendak disampaikan, tujuan dan tempat dimana pesan tersebut nantinya akan disampaikan. Jika hal ini tidak diperhatikan maka komunikasi ataupun pesan yang disampaikan oleh BPPMKB tidak bisa dimengerti atau malah khalayak tidak mendengar semua pesan yang disampaikan oleh komunikator dan tidak akan terjadi perubahan sikap perilaku.

Adapun peranan komunikator yang sering diperhatikan oleh BPPMKB Kota Pekanbaru sebelum melakukan sosialisasi tentang kontrasepsi vasektomi di Kota Pekanbaru supaya komunikasi berjalan dengan lancar antara lain:

Daya Tarik Narasumber

Daya tarik sumber merupakan karakteristik yang ikut menentukan keberhasilan upaya

persuasif dalam penyampaian pesan. Apabila sumber dinilai menarik oleh penerima, maka upaya persuasif akan lebih cepat berhasil karena adanya proses identifikasi dalam diri pihak penerima.

Dalam mensosialisasikan kotrasepsi vasektomi ini, tokoh penting dalam masyarakat dianggap dapat mempengaruhi khalayak karena memiliki pengaruh bagi masyarakat. Komunikasi antar pribadi antara masyarakat dengan pemuka masyarakat memberikan kontribusi yang penting bagi keberhasilan sosialisasi.

BPPMKB Kota Pekanbaru memperhatikan daya tarik narasumber dalam mensosialisasikan program vasektomi, ini dilakukan supaya khalayak tertarik, memperhatikan dan bisa menerima pesan yang disampaikan oleh BPPMKB kepada masyarakat Pekanbaru.

Kredibilitas Sumber

Kredibilitas merujuk pada suatu kondisi dimana si sumber dinilai mempunyai pengalaman, keahlian atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang disampaikannya, sehingga pihak penerima menjadi percaya bahwa pesan yang disampaikannya bersifat objektif. Tokoh masyarakat dianggap memiliki kredibilitas karena memiliki keahlian dan pengetahuan mengenai program vasektomi dan program BPPMKB. Selain itu, kedudukan pembicara sebagai pimpinan dapat menambah kepercayaan khalayak untuk menyimak pesan yang disampaikan. BPPMKB Kota Pekanbaru sangat memperhatikan kredibilitasnya sebagai narasumber, sehingga sampai saat ini BPPMKB selalu

mengandalkan pegawai atau staffnya untuk menjadi narasumber dan didukung oleh para pemuka dan petinggi masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan

1. Strategi komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Masyarakat dan Keluarga Berencana (BPPMKB) dalam menentukan khalayak sasaran yaitu kaum pria/bapak dengan usia minimal 35 tahun dengan jumlah anak lebih dari 2, artinya semua lapisan masyarakat merupakan khalayak sasaran, baik itu kalangan menengah ke bawah maupun menengah-atas, yang berpendidikan tinggi maupun tidak dan berbagai latar belakang pekerjaan.
2. Strategi komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Masyarakat dan Keluarga Berencana (BPPMKB) dalam pemilihan media komunikasi dalam menyebarkan pesan yaitu, menggunakan media tatap muka/langsung dan media massa. Media langsung, (BPPMKB) melakukan sosialisasi secara tatap muka melalui penyuluhan kepada khalayak sasaran. Media massa menggunakan media cetak seperti koran. Media elektronik yaitu menggunakan radio Eljhon dan RRI.
3. Strategi komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana (BPPMKB) dalam pengkajian tujuan pesan komunikasi yaitu pesan yang disampaikan bersifat persuasif dan informatif. Penggunaan isi pesan yang bersifat persuasif dan

edukatif berfungsi untuk mengajak masyarakat Kota Pekanbaru untuk menggunakan KB vasektomi agar membentuk keluarga kecil sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Yelti. 2012. *Pelayanan Keluarga Berencana*. Jakarta: Rohima Pres.
- Arikunto, Suharmisi. 2010. *Prosedur Penelitian Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ardianto, Lukiaty. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma & diskursus Teknologi Komunikasi Dan Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Effendi, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Hartanto, Hanafi. 2010. *Keluarga Berencana Dan Kontrasepsi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Manajemen Strategi Public Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- _____, 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexsi J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mulyadi, Yad. 2012. *Panduan Sosiologi SMA Kelas X*. Jakarta Timur: Yudhistira.
- Narwoko, J Dwi dan Bagong Suyanto. 2006. *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta : Kencana.
- Suratun, dkk. 2008. *Pelayanan Keluarga Berencana dan Pelayanan Kontrasepsi*. Jakarta: Trans Info Media.
- Suyanto, Bagong. 2011. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Sumber Lain :

- BKKBN. 2014. *Peningkatan Partisipasi Pria dalam Keluarga Berencana dan Kesehatan Reproduksi di Indonesia*. www.bkkbn.go.id. Diakses pada 9 Juni 2015.
- _____, 2015. *KB Vasektomi Masih Rendah*. www.bkkbn.go.id. Diakses pada 9 Juni 2015.
- RiauPos.co. 2015. *Penduduk Kota Pekanbaru 11 Juta Jiwa*. www.riauPos.co. Diakses pada 7 Juni 2015.