

Strategi Komunikasi Bidang Advokasi Dan KIE Badan Pemberdayaan Perempuan Dan Keluarga Berencana Dalam Menyosialisasikan Program Kampung KB di Panggungrejo Kota Pasuruan

Nathalia, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

nathaliandut@gmail.com

Abstrak

Organisasi yang berada dibawah wewenang kebijakan Pemerintah memiliki tugas-tugas untuk mengedukasi dan membuat adanya perubahan yang positif pada publiknya. Program merupakan salah satu strategi komunikasi yang dapat dilakukan untuk menyampaikan informasi, edukasi dan komunikasi. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Bidang Advokasi dan KIE Badan Pemberdaya Perempuan dan Keluarga Berencana Kota Pasuruan dalam Mensosialisasikan Program “KampungKB” di Panggungrejo Kota Pasuruan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dan metode penelitian *indepth interview*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Penelitian ini juga menemukan bahwa sebuah strategi komunikasi harus melihat target yang akan menjadi sasaran, untuk memudahkan komunikator memilih media sebagai alat untuk berkomunikasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Public Realations, Corporate Public Relations*

Pendahuluan

Jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang sangat besar. Sensus Penduduk tahun 2010, menunjukkan jumlah penduduk Indonesia sebesar 239.871.000 jiwa, dengan persentase kenaikan dari tahun 1990 adalah 30,1%. Maka dari itu pemerintah terus berupaya untuk menekan laju pertumbuhan jumlah penduduk melalui program keluarga berencana (KB), sebab jika tidak meningkatkan peserta KB, jumlah penduduk Indonesia akan mengalami peledakan jumlah penduduk yang luar biasa pada tahun 2050 dan memiliki kemungkinan untuk menggeser posisi Amerika dan China. (Arsip BKKBN, 2016).

Program KKBPK yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh Advokasi dan KIE yang ada di daerah yang berada dibawah naungan Badan Pemberdaya Perempuan dan KB yang ada di Kota/ Kabupaten yang ada di seluruh

Indonesia. Kegiatan yang ada dalam program KKBPK ini meliputi sosialisasi mengenai program keluarga berencana (KB), pengadaan KB gratis, dan juga membuat kampung percontohan yaitu Kampung KB di setiap kota/kabupaten. Namun, di bawah pemerintahan Presiden Ir. Jokowi, program KKBPK diperluas melalui kerja sama dengan instansi pemerintahan yang lain dengan tujuan menyajahterakan masyarakat Indonesia.

Nawacita Presiden Ir, Jokowi juga menjadi dasar adanya program Kampung KB, yaitu pada poin ke -3 & 5. BKKBN memiliki kewajiban untuk membantu Presiden dalam mewujudkan kualitas hidup manusia yang baik. Salah satunya dengan cara merevitalisasi program KB lebih diarahkan untuk mendukung implementasi Nawacita terutama pada cita yang ke – 3 yaitu “ membangun Indonesia dari pinggiran dan untuk itu BKKBN telah menetapkan pengembangan “Kampung KB” sebagai model baru penggarapan KB. Kemudian pada cita kelima yaitu “ meningkatkan kualitas hidup manusia”, untuk itu BKKBN bersama kementerian dan lembaga pemerintahan secara bersama-sama menyukseskan program “Kampung KB”, lebih lanjut Surya Chandra Surapaty mengharapkan bahwa peran swasta sangat juga dibutuhkan dalam mengembangkan Kampung KB. (Anto Susanto, 2016, para. 5).

Menurut Maulita selaku Perwakilan Advokasi dan KIE yang ada di Provinsi Jawa Timur juga membenarkan bahwa sebagian masyarakat sudah memiliki sikap atau nilai yang dianut, sehingga edukasi yang didapat oleh masyarakat masih kurang. Maulita memberikan contoh seperti salah satu Kota di Jawa Timur yaitu Kota Pasuruan yang biasa dikenal dengan kota Santri. Di Kota Pasuruan sebagian besar masyarakatnya kurang pengetahuan mengenai keluarga berencana (KB) dan adalah *issue* yang berkembang di tengah masyarakat bahwa menggunakan KB diharamkan oleh keyakinan yang mereka anut. (Maulita Advokasi dan KIE BKKBN Jawa Timur)

Selain itu Hermin Sulistyawati selaku perwakilan Advokasi dan KIE Kota Pasuruan membenarkan bahwa pada awalnya KB memang sulit untuk dapat diterima oleh masyarakat Kota Pasuruan. Banyak hal yang mempengaruhinya selain tingkat pengetahuan mengenai ber-KB yang benar, masyarakat menganggap bahwa setelah ber-KB akan ada efek negatif yang akan dialami. Namun, disisi lain faktor keyakinan juga sangat kuat mempengaruhi karena mayoritas masyarakat Kota Pasuruan beragama Islam dan kurangnya edukasi sehingga menganggap bahwa ber_KB itu adalah hal yang buruk atau di haramkan oleh agama yang mereka yakini. (Berdasarkan wawancara peneliti dengan Hermin Sulistyawati)

Peran humas yang dijalankan oleh bidang Advokasi KIE kota Pasuruan adalah salah satunya membuat strategi komunikasi yang baik sehingga tujuan atau pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh masyarakat. Salah satunya dengan menjalin hubungan yang sinergis dengan pihak pemerintahan Kota Pasuruan sendiri, karena dengan adanya partisipasi aktif dari pemerintah tentu akan membantu menyukseskan program keluarga berencana. Hal ini ditunjukkan dengan diresmikannya Kampung KB untuk pertama kalinya di Kota Pasuruan pada Maret

lalu, dan Walikota kota Pasuruan sendiri yang melakukan peresmian Kampung KB yang terletak di kelurahan Panggungrejo Kota Pasuruan.

Hubungan Masyarakat atau yang biasa disebut dengan Public Relation adalah kelanjutan dari proses pematian kebijaksanaan, pelayanan, dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan goodwill dari publik. (Soemirat & Ardianto, 2007, p.12). Advokasi adalah aksi strategis yang ditujukan untuk menciptakan kebijakan public yang bermanfaat bagi masyarakat atau mencegah munculnya kebijakan yang diperkirakan merugikan masyarakat.” (Socorro Reyes, 1997).

Adanya strategi sangatlah penting untuk dipikirkan, disusun, dan dirancang dengan sedemikian rupa agar segala sesuatu hal yang diharapkan oleh perusahaan dapat dicapai dengan baik. Terlebih lagi adanya perbedaan cara memandang atau menilai yang didasarkan pada sesuatu yang diyakini oleh sebagian besar masyarakat Kota Pasuruan. Seperti yang ditegaskan oleh Hermin Sulistyawati, “Warga di Pasuruan mayoritas adalah beragama Islam, dan seperti yang diketahui pada awalnya ada pertentangan mengenai kehalalan KB bagi kami umat muslim”. Melihat pentingnya seah strategi Humas dalam kampanye suatu program untuk mengubah nilai atau norma hidup yang dianut, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas Badan PP dan KB Kota Pasuruan dalam Menyosialisasikan Program Kependudukan dan Keluarga Berencana Pembangunan Keluarga di Kota Pasuruan”.

Tinjauan Pustaka

Definisi Public Relations

Dalam Cutlip, Center, & Broom, Humas atau Public Relations memegang peran membantu organisasi menentukan kan hanya apa yang akan dikatakan, tetapi juga apa yang akan dilakukan. Sehingga tujuan adanya Humas atau Public Relations adalah membantu menentukan apa yang akan dilakukan, dan kemudian mengerjakan apa yang dikatakan dan bagaimana mengatakannya. (Cutlip, Center, & Broom, 2011, p.386)

Hubungan Masyarakat atau yang biasa diset dengan Public Relations adalah kelanjutan dari proses pematian kebijaksanaan, pelayanan, dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan goodwill dari publik. (Soemirat & Ardianto, 2007, p.12)

Dari dua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Public Relations adalah orang yang menjalin hubungan baik dengan publik demi menciptakan atau menjaga hubungan yang baik dengan publik. Di sinilah Public Relations berperan untuk

mengkomunikasikan informasi ke publik dengan baik sehingga dapat diterima dengan baik pula oleh masyarakat.

Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Liliwari (2011, p.240), dimana strategi komunikasi itu meliputi Strategi yang mengartikulasikan yang mana menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam rumusan yang baik. Setelah itu, Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten yang mana komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.

Strategi berbeda dengan taktik, dimana strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya. Dan tujuan akhir komunikasi, strategi berperan untuk memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

Tahapan-tahapan Implementasi Strategi Komunikasi

Praktek strategi komunikasi umumnya terdiri dari tiga esensi utama, yaitu (Liliwari, 2011, p.249); Strategi implementasi; Strategi dukungan; Strategi integrasi.

Menurut Alo Liliwari strategi komunikasi dimulai dengan berbagai tahapan-tahapan dimana diantaranya adalah sebagai berikut, (Liliwari, 2011, p.249-250):

1. Mengidentifikasi visi dan misi; Menentukan program kegiatan; Menentukan tujuan dan hasil; Seleksi audiens yang menjadi sasaran; Mengembangkan pesan; Identifikasi pembawa pesan (tampilan komunikator); Mekanisme komunikasi/media; Scan kontek dan persaingan.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Dalam penelitian tentang strategi komunikasi Bidang Advokasi dan KIE Badan Pemberdaya Perempuan dan Keluarga Berencana Kota Pasuruan dalam menyosialisasikan program Kampung KB di Kota Pasuruan. Strategi komunikasi yang dimaksud adalah suatu strategi komunikasi dalam menyosialisasikan suatu program yang dijadikan panduan dalam perencanaan komunikasi (communications planning) dan manajemen (managementcommunication) untuk mencapai tujuan (Liliwari, 2011, p.240).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu pengumpulan data berupa kata-kata dan gambar dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya yang kemudian dianalisis untuk menghasilkan sebuah kesimpulan (Moleong, 2005, p.4).

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian dengan judul; strategi komunikasi Bidang Advokasi dan KIE Badan Pemberdayaan Perempuan dalam menyosialisasikan program Kampung KB adalah studi kasus. Studi kasus adalah upaya mengumpulkan dan kemudian mengorganisasikan serta menganalisis data tentang kasus-kasus tertentu berkenaan dengan permasalahan-permasalahan yang menjadi perhatian peneliti untuk kemudian data tersebut dibanding-bandingkan atau dihubungkan satu dengan yang lainnya (dalam hal lebih dari satu kasus), dengan tetap berpegang pada prinsip holistik dan kontekstual (Pawito, 2007, p.141).

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menentukan narasumber yang nantinya akan membantu dalam pemberian informasi sehingga dapat menjawab tujuan penelitian. Berikut adalah kriteria Informan; Memiliki kapasitas dalam pengetahuan mengenai program Kampung KB; Merupakan utusan atau orang yang bertanggung jawab dalam program Kampung KB.

Analisis Data

Miles and Huberman (dalam (Sugiyono, 2005, p.91-99), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, hingga data jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu; Data Reduction adalah Data yang didapat dilapangan jumlahnya cukup banyak, oleh karena itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data artinya merangkum dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. ; Data Display adalah Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah men-display-kan data. Dalam penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. ; Conclusion Drawing/Verification adalah Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Anda gunakan dalam penelitian ini. Teknik analisis data akan mengikuti metode penelitian Anda. Silahkan dijelaskan secara ringkas dalam satu paragraf juga.

Temuan Data

Berikut adalah hasil temuan data yang berhubungan dengan strategi komunikasi Bidang Advokasi dan KIE Badan Pemberdaya Perempuan dan Keluarga Berencana Kota Pasuruan dalam Mensosialisasikan Program Kampung KB. Perlu diperhatikan bahwa dalam pembahasan kedepan, “Badan Pemberdaya Perempuan dan Keluarga Berencana Kota Pasuruan akan ditulis BPPKB Kota Pasuruan”. Untuk menggambarkan strategi komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana dalam Mensosialisasikan program kampung kb, peneliti memperhatikan aspek-aspek yang perlu di perhatikan dalam tahapan strategi komunikasi. Berikut adalah temuan data berdasarkan delapan aspek yaitu persiapan identifikasi visi dan misi, menentukan program kegiatan, menentukan tujuan dan hasil, seleksi audience, mengembangkan pesan, komunitas, media komunikasi, dan persaingan.

Mengidentifikasi Visi dan Misi

Dalam tahapan mengidentifikasi visi dan misi dari BPPKB ini, melalui hasil observasi dan wawancara peneliti dengan ketiga informan, peneliti mendapatkan bahwa fokus yang sedang diusung melalui program kampung KB adalah mewujudkan masyarakat kota Pasuruan yang peduli kepada perempuan dan anak serta berkeluarga berencana, sehingga dapat selaras dengan proses pembangunan keluarga. Hal ini dipertegas dengan pernyataan yang di sampaikan oleh Suwaji bahwa visi dan misi yang dilakukan adalah untuk membangun masyarakat Kota Pasuruan yang peduli perempuan dan berkeluarga berencana. Kemudian Nurani juga memiliki pendapat yang sama mengenai visi dan misi yang ada di BPPKB kota pasuruan. “Iya visi dan misi program KB itu bagaimana mewujudkan masyarakat kota pasuruan berkeluarga berencana dan peduli perempuan dan anak” (Nurani, Kepala Sub Bidang KIE Kota Pasuruan, 27 September 2016).

Mengidentifikasi Penentuan Program Kegiatan

Pada tahapan mengidentifikasi dalam menentukan program kegiatan dari BPPKB ini, melalui hasil observasi dan wawancara peneliti dengan ketiga informan, peneliti mendapatkan bahwa program kampung KB adalah program milik BPPKB telah telah lama dijalankan. Program ini pula mendukung salah satu poin Nawacita Presiden Jokowi yaitu dapat membangun masyarakat pinggiran yang mana mencerminkan visi dan misi dari BPPKB. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Nuraini:

“ Kampung KB ini sudah ada sejak lama bentuk kegiatannya, cuman pas Pak Jokowi jadi Presiden itu kan ada salah satu poin dari Nawacita atau salah satu harapannya untuk bisa membangun masyarakat pinggiran. Dari situ kita membrand new kembali sehingga muncul namanya Kampung KB”.

Mengidentifikasi Penentuan Tujuan dan Hasil

Pada tahapan mengidentifikasi tujuan dan hasil program kampung KB milik BPPKB ini, melalui hasil observasi dan wawancara peneliti dengan ketiga informan, peneliti mendapatkan bahwa tujuan dari program kampung KB adalah untuk membangun masyarakat pinggiran agar dapat hidup sejahtera, dalam hal ini diwujudkan melalui keikutsertaan ber-KB. Melalui program kampung KB, BPPKB berharap dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan dapat menurunkan angka kelahiran di kota Pasuruan. Hal ini selaras dengan tujuan kampung KB yang diutarakan oleh Suwaji yaitu untuk meningkatkan semua potensi yang ada di wilayah kampung, agar wilayah didaerah tidak tertinggal dengan masyarakat yang berada di kota. Nurairi pula menegaskan tujuan dari kampung KB yaitu; “Yah membangun masyarakat pinggiran untuk setidaknya bisa hidup sejahterah. Nah dari situlah ada gagasan untuk membentuk Kampung KB. Karena di program BKKBN disitu juga ada pembangunan keluarga. Jadi mulai dari pinggiran kita bangun keluarga. Karena dari pinggiran itu banyak kekurangan, baik dari segi ekonomi , pendidikan, apalagidari capaian kesertaan ber KB”

Mengidentifikasi Seleksi Stakeholder

Pada tahapan ini, peneliti mengidentifikasi stakeholder atau publik dari program kampung KB milik BPPKB. Hasil observasi dan wawancara peneliti dengan ketiga informan, peneliti mendapatkan bahwa proses penentuan kelompok stakeholder adalah seluruh pihak yang berkaitan dengan program Kampung KB. Pembagian stakeholder pada program Kampung KB dapat dipetakan sebagai berikut, stakeholder pemerintah daerah Kota Pasuruan, stakeholder tokoh masyarakat di Panggungrejo, tokoh agama di Panggungrejo, dan stakeholder yang utama dalam program Kampung KB ini adalah masyarakat di Panggungrejo. Semua stakeholder memiliki peranan masing-masing dan proses pendekatan yang dilakukan dari Bidang Advokasi dan KIE BPPKB Kota Pasuruan kepada masing-masing stakeholder juga bermacam-macam.

Mengidentifikasi Pengembangan Pesan

Pada tahapan ini, peneliti mengidentifikasi pengembangan pesan dalam program kampung KB. Hasil observasi dan wawancara peneliti dengan ketiga informan, peneliti mendapatkan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh BPPKB melalui program kampung KB adalah untuk mensejahterakan keluarga, peduli kepada perempuan dan mengatur angka kelahiran. Pesan-pesan ini diambil dari berbagai cerminan program yang berada di dalam program kampung KB. Hal ini senada dengan yang diutarakan oleh Suwaji yaitu;“banyak pesan , sehingga di kampung KB ini ada banyak cerminan program, namun dasarnya untuk mengajak masyarakat ini sadar akan pentingnya ber-KB, minimal dalam mengatur jarak kelahiran anak yang dikondisikan dengan keadaan ekonomi” (Suwaji, Ketua Penyuluh KB Kota Pasuruan, 7 September 2016)

Mengidentifikasi Komunikator

Pada tahapan ini, peneliti mengidentifikasi komunikator dalam program kampung KB. Hasil observasi dan wawancara peneliti dengan ketiga informan, peneliti mendapatkan bahwa pihak BPPKB merupakan orang-orang yang berada dibawah jabatan struktural. Oleh karena inilah, pihak BPPKB jarang untuk turun langsung ke lapangan dan menemui masyarakat. Pihak BPPKB memiliki kader-kader di lapangan yang melakukan interaksi langsung dengan warga sehingga pihak BPPKB lebih sering berinteraksi dengan kader-kadernya untuk penyampaian informasi, lalu diteruskan oleh kader kepada warga.

Mengidentifikasi Media Komunikasi

Pada tahapan ini, peneliti mengidentifikasi media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi dalam program kampung KB. Hasil observasi dan wawancara peneliti dengan ketiga informan, peneliti mengetahui bahwa media komunikasi yang digunakan adalah media komunikasi yang dapat membuat masyarakat memahami KB dengan mudah yaitu media kit (media yang berisi gambar dan panduan lengkap mengenai KB), menggunakan LCD (apabila memungkinkan), dan melalui komunikasi antar pribadi antara kader dan warga.

Suwaji juga mengatakan banyak media komunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh penyuluh KB dalam memperlancar proses penyampaian informasi kepada masyarakat. Media komunikasi yang digunakan diantaranya ada media KIT, komunikasi interpersonal, dan juga ada pertemuan-pertemuan khusus. Yang dimaksud dengan media KIT adalah media Komunikasi Informasi Teknologi, dimana media yang digunakan seperti LCD, ipad, dan juga media lainnya yang sudah memanfaatkan kecanggihan teknologi. Selain itu juga ada semacam brosur yang di dalamnya bersikan informasi mengenai KB yang dikemas secara menarik dan full dengan gambar, hal ini diharapkan agar masyarakat merasa lebih tertarik dan berinisiatif untuk membaca.

Mengidentifikasi Persaingan

Pada tahapan ini, peneliti mengidentifikasi kendala serta respon dari masyarakat dalam program kampung KB. Hasil observasi dan wawancara peneliti dengan ketiga informan, peneliti mengetahui bahwa terdapat berbagai kendala dari awal program ini dimulai. Kendala yang dijumpai adalah penolakan dari masyarakat mengenai Keluarga Berencana. Penolakan disebabkan karena adanya faktor agama dan kepercayaan terhadap daya-daya tertentu (seperti; banyak anak banyak rejeki, ber-kb itu diharamkan dan sebagainya).

Analisis dan Interpretasi

Pada analisis dan interpretasi data, peneliti menganalisis dengan membandingkan temuan data hasil wawancara dan observasi yang di dapatkan dari ketiga informan yaitu Suwaji, Nurani, dan Suaiba dengan teori-teori yang digunakan. Kemudian peneliti juga melakukan triangulasi dengan Maulita selaku Advokasi dan KIE Badan Koordinasi Keluarga Berencana Provinsi Jawa Timur. Aspek-aspek yang

akan dianalisis meliputi, riset penentuan program, penentuan publik sasaran, komunikasi mengenai Kampung KB, dan Evaluasi.

Riset Penentuan Program

Pada saat merancang sebuah program dan kegiatan Public Relations, hal ini dapat mengacu pada empat tahapan proses Public Relations yang dimulai dari mendefinisikan problem (peluang), perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, serta mengevaluasi program (Cutlip, 2009, p.320). Konsep tersebut berbicara mengenai tahapan proses Public Relations, dimana sebelum melakukan implementasi program, perlu adanya tahap mendefinisikan problem atau peluang, selanjutnya perlu adanya perencanaan program. Pada proses penentuan program Kampung KB di Kelurahan Panggungrejo, Bidang Advokasi dan KIE sebelumnya juga melakukan identifikasi mengenai permasalahan yang ada dilapangan dimana yang menunjukkan bahwa masyarakat di Panggungrejo memiliki tingkat pendidikan yang kurang, pola berpikir yang kolot, dan perlunya edukasi mengenai sosialisasi Kampung KB.

Sumber Daya Manusia yang Kurang

Masyarakat yang ada di Panggungrejo merupakan masyarakat pinggiran daerah pesisir Kota Pasuruan. Tingkat ekonomi dan pendidikan yang masih sangat lemah dapat dilihat dari pernyataan yang disampaikan oleh Suwaji bahwa, "Karena dari pinggiran itu banyak kekurangan, dari ekonomi, pendidikan, apalagi dari capaian kesertaan ber KB"

Pola Pikir yang Kolot

Program KB sebenarnya sudah ada sejak lama, namun karena adanya isue yang diyakini oleh masyarakat maka membuat hal ini menjadi terhambat. Sebagian besar masyarakat yang ada di Panggungrejo merupakan masyarakat yang beragama Islam. Sebagian besar dari masyarakat itu beranggapan bahwa program KB atau seseorang yang ikut ber-KB itu berarti melakukan tindakan yang salah atau melakukan hal yang diharamkan oleh agamanya (Islam). Selain itu juga dikarenakan ada mindset bahwa semakin banyak anak akan menambah banyak rejeki, dimana mindset itu adalah pola berpikir lama yang sudah tidak sesuai lagi jika di pergunakan.

Perlunya Edukasi mengenai Sosialisasi Kampung KB

Bidang Advokasi dan KIE Kota Pasuruan perlu untuk melakukan edukasi mengenai sosialisasi Kampung KB. Alo Liliweri Salah satu dari unsur penting dalam melakukan sosialisasi menurut Alo Liliweri adalah proses sosialisasi mengandung maksud cara-cara bagaimana kebudayaan (kepercayaan, tradisi, gaya hidup, bahasa, aturan kehidupan moral dan variasi ketrampilan) dibagi atau diperlukan. Seperti yang diketahui bahwa masyarakat yang ada di Panggungrejo

memiliki kepercayaan yang begitu kuat pada issue yang ada di agama yang mereka yakini, serta adanya mindset lama yang mereka implementasikan dalam kehidupannya. Hal inilah yang mendasari perlunya edukasi mengenai sosialisasi Kampung Kb di Panggungrejo.

Penentuan Stakeholder

Pada penentuan stakeholder Badan advokasi dan KIED Kota Pasuruan berkoordinasi dengan berbagai pihak diantaranya, ; Dinas –Dinas Terkait; Tokoh Masyarakat; Tokoh Agama; Komunikasi Mengenai Kampung KB; Rapat Koordinasi Desa Pustaka. Hal ini dilakukan agar masyarakat merasa lebih percaya karena memiliki kedekat yang lebih dengan berbagai pihak yang telah diajak bekerja sama untuk menekan angka pertumbuhan penduduk.

Evaluasi

Bidang Advokasi dan KIE Kota Pasuruan dalam mengevaluasi program Kampung KB ini melakukan dua kali proses evaluasi. Proses evaluasi yang pertama dimana penilaian secara resmi dari BKKBN Pusat yang sudah berupa lembaran seperti kuisisioner yang diisi oleh semua peserta program Kampung KB. Setelah terisi selanjutnya di scan secara sistematis dan dikirimkan ke BKKBN Pusat, dan proses penilaian di lakukan secara intern di BKKBN Pusat. Proses evaluasi yang kedua dilakukan oleh Bidang Advokasi dan KIE Kota Pasuruan secara manual dengan memakai tolak ukur berupa kenaikan jumlah kesertaan pasutri untuk ber-KB yang data diterima dari puskesmas, dan turunnya angka kelahiran (TRF). Seperti yang ditegaskan oleh Suwaji mengenai proses evaluasi bahwa, “Kita mengukurnya dengan melakukan evaluasi. Kita bekerja sama dengan puskesmas, dimana setiap lan siapa saja penerima KB baru akan dilaporkan ke kita. Kita juga punya target capaian KB dari provinsi. Kemudian dengan adanya Kampung KB, apa reaksinya. Itu bisa untuk mengukur. selain itu intansi terkait juga akan mengevaluasi.

Simpulan

Advokasi dan KIE Kota Pasuruan telah melakukan tugasnya yaitu menyusun strategi komunikasi yang kemudian disosialisasikan kepada masyarakatnya melalui program Kampung KB. Dari tahapan-tahapan yang dilakukan tersebut, strategi yang dipilih disesuaikan dengan target mereka, yaitu Keluarga, dengan melakukan pendekatan dengan pemerintah Kota Pasuruan, dinas-dinas terkait, tokoh masyarakat, dan toko agama. Untuk mencapai strategi komunikasi yang efektif tersebut, strategi yang dilakukan oleh Advokasi dan KIE Kota Pasuruan juga mengandalkan kekuatan word of mouth dimana sangat efektif saat dipraktikan di daerah.

Menurut pengamatan peneliti juga, secara keseluruhan Advokasi dan KIE telah berhasil mengemas pesan yang hendak disampaikan kepada publiknya. Terbukti dengan masih bertahannya program Kampung KB yang masih diterapkan hingga

saat ini, dan adanya rencana penerapan program Kampung KB lainnya di daerah pinggiran lainnya.

Peneliti hendak memberikan saran kepada Advokasi dan KIE Kota Pasuruan dan Kepada Pemerintah Kota Pasuruan untuk memperbaiki kembali struktur keorganisasian agar orang yang berada di dalamnya adalah orang-orang yang memiliki wawasan dan pengalaman mengenai Keluarga Berencana. Hal ini dilakukan untuk adanya kesinambungan antara kapasitas orang yang menjabat dengan program yang akan dijalankan.

Peneliti juga berharap agar Advokasi dan KIE Kota Pasuruan tetap dapat mempertahankan program Kampung KB ini, karena mengingat bahwa masyarakat pinggiran ini perlu edukasi dan motivasi yang dilakukan secara terus menerus

Daftar Referensi

- Alo liliweri, 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna, Prenada Media Group, Jakarta
- Anton Susanto.” International Conference on Famili Planning (ICFP) 2016.” 27 Januari 2016. Web. Mar.-Apr 2016)
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. 2010. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Cutlip, Scott M. Center, Allen H; Broom, Glen. 2011. Effective Public Relations. New Jersey : Prentice Hall Internasional
- Moleong, Lexy. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. Rosda Karya.
- Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta : PT. Lkis
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: ALFABET.