

Pendekatan Strategi Komunikasi Petugas Lapangan KB (PLKB) Terhadap Partisipasi Pria Dalam Ber Kb Di Kota Palu

Dyah Fitria Kartika Sari¹, Raisa Alatas²

¹AMIK Tri Dharma Palu, Email: dyahfitriakartika@gmail.com

²AMIK Tri Dharma Palu, Email : raisaalatas.ra@gmail.com

ABSTRAK

PLKB sebagai komunikator memperhatikan dan merancang sebuah strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan kepada pria yang menjadi sasaran program KB sebagai komunikasi dapat diterima. Mengingat keberhasilan program KB bukan hanya menjadi tanggung jawab dari pemerintah daerah, namun juga seluruh warga masyarakat dan juga para PLKB yang berhubungan langsung dengan calon peserta KB. Saat ini alat kontrasepsi yang digunakan dalam ber KB tidak hanya untuk wanita namun juga pria, maka keikutsertaan dan peran serta pria dalam mewujudkan rumah tangga yang berencana sangatlah penting. Melalui pendekatan kuantitatif menggunakan kuisioner sebagai data primer yang disebarakan kepada PLKB se-kota Palu, memperoleh hasil strategi komunikasi yang digunakan oleh penyuluh lapangan keluarga berencana dalam sosialisasi program KB yaitu pahami dan mengetahui prosedur KB terhadap pria merupakan hal yang harus dimiliki oleh setiap PLKB di Kota Palu. Latar belakang baik pendidikan dan mata pencarian menjadi pertimbangan dalam menentukan target sosialisasi, agar tujuan dari program pria ber KB dapat terealisasi. Materi tentang KB terhadap pria menjadi hal yang harus dipersiapkan sebelum mensosialisasikan secara langsung kepada masyarakat. Penggunaan media brosur, poster dan lembar balik merupakan media yang dipilih dalam mensosialisasikan program pria ber KB serta keikutsertaan pria dalam menggunakan KB menjadi target dari kampanye program pria berKB..

Kata Kunci: Pendekatan Strategi Komunikasi, PLKB, KB Pria, Kota Palu.

Submisi : 20 Agustus 2018

Pendahuluan

Program Keluarga Berencana sebagai program yang dirancang oleh pemerintah di Indonesia yang bertujuan menekan angka kelahiran di Indonesia. Indonesia yang merupakan salah satu negara berkembang, dengan luas wilayah \pm 1,9 juta km². Laju pertumbuhan penduduk Indonesia saat ini sekitar 1,49 persen per tahun. Artinya, setiap tahun jumlah populasi

meningkat menjadi 4,5 juta orang berdasarkan Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional pada tahun 2015. Berdasarkan proyeksi pemerintah Indonesia, pada tahun 2014, jumlah penduduk di Indonesia akan bertumbuh dari 237,6 juta orang pada tahun 2010 dan menjadi 271,1 juta orang pada tahun 2020, serta menjadi 305,6 juta orang pada tahun 2035 (www.Indonesia-investments.com). Dari data yang ada, laju

penduduk Indonesia yang bisa dikatakan luar biasa harus mampu dikendalikan. Sebagai suatu bentuk usaha dalam pengendalian penduduk, pemerintah di Indonesia merancang suatu program untuk membantu mengurangi laju penduduk.

Keluarga Berencana atau KB yang merupakan program yang diranvcang oleh pemerintah sebagai salah satu usaha untuk mengendalikan laju pertumbuhan penduduk. Program KB sendiri memiliki jargon sebagai tagline untuk diingat dan dilakukan oleh masyarakat secara keseluruhan yaitu “Dua Anak Lebih Baik”. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1992, Program Keluarga Berencana merupakan upaya pemerintah dalam meningkatkan kepedulian dan peran serta masyarakat melalui pendewasaan usia perkawinan, pengaturan kelahiran, pembinaan ketahanan keluarga, serta peningkatan kesejahteraan keluarga untuk mewujudkan keluarga kecil, bahagia, dan sejahtera. Mensosialisasikan dan mengaplikasikan program KB bukan suatu hal yang mudah. Dibutuhkan peran seluruh elemen masyarakat agar program pemerintah tersebut dapat terealisasi sebagai mana tujuan utamanya.

Majunya peradaban dunia seiring dnegan majunya teknologi yang dimanfaatkan oleh manusia. Seperti halnya dalma program KB, tanggung jawab dari terlaksananya program KB dalam sebuah keluarga, tidak hanya menjadi tanggung jawab wanita. Sebagai kepala rumah tangga, pria juga bertanggung jawab atas terlaksananya program KB secara utuh dan menyeluruh. Sebagai kepala rumah tangga, pria harus mampu mengatur keberlangsungan kehidupan rumah tangga, salah satunya adalah dengan program Kb pada pria. Dalam aplikasinya, pria bisa terlibat langsung maupun tidak langsung.

Pada program KB pada pria, mereka terlibat langsung dalam menggunakan alat kontrasepsi KB pada pria. Berdasarkan hasil Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) 1991-2012, pada 2012, partisipasi pria secara langsung dnegan menggunakan alat kontrasepsi hanya 2 persen, yaitu terdiri dari 0,2 persen vasektomi dan 1,8 persen penggunaan kondom. Secara umum, jumlah ini dinyatakan meningkat jika dibandingkan dengan tahun 2007 yang mana penggunaan alat kontrasepsi pada pria hanya 1,5 persen (CNN Indonesia).

Mewujudkan tujuan dari program pria berKB bukanlah perkara yang mudah, dibutuhkan suatu strategi dan perencanaan komunikasi agar dapat mengajak, mempersuasi dan mempengaruhi masyarakat secara umum untuk meu mengikuti program KB. Cangara (2013:2) dalam bukunya yang berjudul Perencanaan dan strategi Komunikasi, menjelaskan bahwa berhasil tidaknya suatu program komunikasi ataupun program pembangunan lainnya yang membutuhkan komunikasi, sangat tergantung dari perencanaan itu sendiri. Dalam artian, program yang direncanakan dengan baik, akan mengurangi kemungkinan terjadinya suatu kesalahan. Samahalnya dengan strategi yang dilakuakn oleh Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) sebagai orang-orang yang berhubungan langsung dengan masyarakat akan sangat mempengaruhi tingkat keberhasilan dari ptoqram Kb pada pria. PLKB sebagai komunikator membuat dan mengevaluasi sebuah strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan kepada pria yang menjadi sasaran program KB sebagai komunikan dapat diterima dan tujuan dari program KB itu sendiridapat terealisasi.

Memberi pemahaman dan mempersuasi pria untuk melakukan KB bukan perkara yang mudah, mengingat selama ini, masalah KB selalu menjadi masalah yang hanya melibatkan wanita secara langsung. Dibutuhkan strategi komunikasi yang baik dan efektif agar mempengaruhi dan mengajak pria untuk ber KB.. Kota Palu yang merupakan salah satu kota besar di Sulawesi Tengah mencanangkan program KB dan serta mensosialisasikan alat kontrasepsi KB yang tidak hanya bisa digunakan untuk para wanita tetapi juga para pria sebagai bagian dari program Keluarga Berencana. Keberhasilan program KB bukan hanya menjadi tanggung jawab dari pemerintah daerah, namun juga seluruh warga masyarakat dan juga para PLKB yang terlibat langsung dengan masyarakat. Melihat karakteristik masyarakat di Kota Palu yang yang memiliki latar belakang suku yang beragam baik pendatang maupun masyarakat asli, serta memiliki beragam latar belakang pendidikan dan mata pencaharian dan agama yang dianut, dibutuhkan pendekatan yang strategis untuk mengajak dan melibatkan pria ber KB. Penelitian ini sendiri, berusaha untuk mengkaji strategi-strategi komunikasi yang dilakuakn oleh PLKB di kota Palu dalam mewujudkan keikutsertaan pria ber KB, dengan keberagaman latar belakang dan juga masih kurangnya minat dan partisipasi pria ber KB baik secara nasional maupun regional, oleh karenanya kajian dalam penelitian ini tentang bagaimana Strategi Komunikasi Petugas Lapangan Kb (PLKB) Terhadap Partisipasi Pria Dalam Ber Kb Di Kota Palu?.

Tinjauan Pustaka

Kurniawan (2010) memaparkan Sejak dilaksanakan pada tahun 1970, program KB secara efektif mampu

menurunkan angka kelahiran penduduk di Indonesia. Pada periode 1970-2004, angka kelahiran total (Total Fertility Rate, TFR) wanita Indonesia berhasil diturunkan dari 5,6 per wanita menjadi 2,6 per wanita. Laju pertumbuhan penduduk nasional menurun dari 2,34% pada periode 1971- 1980 menjadi 1,49% pada periode 1991-2000.4 Angka prevalensi pemakaian kontrasepsi juga berhasil ditingkatkan dari 15% pada 1970 menjadi 61% pada 2004. BKKBN dalam Wahyuni (2013) menyatakan partisipasi pria adalah tanggung jawab pria dalam keterlibatan dan kesertaan ber KB dan Kesehatan Reproduksi, serta prilaku seksual yang sehat dan aman bagi dirinya, pasangannya dan keluarganya. Untuk melakukan komunikasi dengan akseptor dan calon akseptor melalui KIE (Komunikasi, Informasi dan Edukasi) yaitu keseluruhan proses yang bertujuan menimbulkan perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku positif sasaran (individu/kelompok) melalui penyampaian pesan/informasi secara lengkap, jujur dan benar dengan menggunakan berbagai saluran/media yang ada, serta memperhatikan kaidah serta norma sosial budaya yang hidup di masyarakat Wahyuni (2015:33).

Menjadi hal yang penting ketika menilik berbagai hal dari segala sudut dan latar belakang. Sebagaimana halnya dengan komunikasi yang menjadi salah satu landasan utama dalam kehidupan manusia, Secara mendasar komunikasi sendiri dimaknai sebagai proses pertukaran makna atau pesan diantara dua orang, dimana tujuan utamanya adalah tercapainya kesamaan makna. Cangara (2013:108-150) merumuskan suatu pendekatan dalam penetapan suatu strategi pada perencanaan komunikasi yaitu kembali pada elemen dasar dari komunikasi yaitu, *who says what*,

to whom through, what channels and what effects. Berdasarkan rumusan tersebut, maka langkah-langkah yang digunakan dalam menjalankan suatu strategi komunikasi adalah.

1. Menetapkan Komunikator
Langkah awal dalam penetapan suatu strategi komunikasi adalah menetapkan komunikator. Komunikator sendiri merupakan sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi.
2. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak.
Semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada masyarakat atau khalayak oleh karena itu, keberadaan khalayak sangatlah penting, karena masyarakatlah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program yang dilaksanakan. Dalam masyarakat sendiri terdapat beberapa kelompok yang menentukan besar tidaknya suatu program yaitu, kelompok yang memberi izin, kelompok penukung, kelompok oposisi dan kelompok evaluasi.
3. Menyusun pesan
Pesan sendiri dipahami sebagai segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk symbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Penyusunan pesan sendiri berdasarkan tujuan dari pesan tersebut.
4. Memilih media dan saluran komunikasi
Isi pesan dan tujuan isi pesan merupakan pertimbangan utama dalam memilih media komunikasi yang akan digunakan, serta memper-

timbangkan jenis media apa yang dimiliki oleh khalayak.

5. Pengaruh (effect) yang diharapkan.
Pengaruh ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh sangat penting dalam komunikasi. Tujuannya untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang kita lakukan.

Untuk melihat strategi komunikasi dalam sosialisasi program KB yang dilakukan lebih mendalam, teori Penggabungan Informasi (information-integration) ditambahkan untuk melihat pelaku komunikasi dalam hal ini seorang penyuluh yang berpusat bagaimana cara mengakumulasi dan mengatur informasi tentang semua orang, objek, situasi, dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bertindak dengan cara yang positif atau negatif terhadap beberapa objek. Pendekatan penggabungan informasi adalah salah satu model paling populer yang menawarkan untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan berpotensi untuk memengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu. Sebuah sikap dianggap sebagai sebuah akumulasi dari informasi tentang sebuah objek, seseorang, situasi, atau pengalaman (Littlejohn, 2011:111).

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggabungkan dua tipe penelitian yaitu kuantitatif dan penelitian kualitatif sebagai pendukung data kuantitatif. Pengumpulan data akan berpengaruh pada langkah-langkah berikutnya sampai pada

tahapan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini, proses pengumpulan data akan digunakan metode wawancara melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Populasi adalah seluruh unit-unit yang darinya sampel dipilih. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan yang semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik dan tidak secara mendua. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh masyarakat di kota Palu. Sedangkan sampel adalah satu subset atau bagian dari populasi berdasarkan apakah itu representative atau tidak. Pada penelitian ini objek penelitian ditetapkan oleh peneliti. Dalam hal ini sample yang diteliti adalah keseluruhan PLKB di kota Palu yaitu 52 orang dengan rincian 17 orang PLKB non PNS dan 35 orang PLKB PNS, yang tersebar diseluruh wilayah desa dan kelurahan se kota Palu. Dalam pengumpulan data untuk penelitian ini digunakan beberapa metode yaitu. Observasi dan kuisisioner, serta wawancara sebagai pendukung data kuisisioner.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan cara mendeskripsikan data berdasarkan teori yang sudah ada dan menfokuskan pada pernyataan umum yang kompleks mengenai hubungan antara kategori data yang kemudian dilanjutkan dengan analisis yang lebih memfokuskan pada komunikasi untuk mengidentifikasi mengenai cara-cara mempertanyakan serangkaian pertanyaan tetap mengenai data untuk mendapatkan hasil yang bernilai yang dilakukan bersamaan pada saat proses pengumpulan data dan berlanjut terus sampai dengan waktu penulisan laporan penelitian.

Hasil Penelitian

Hasil olah data kuisisioner tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh penyuluh lapangan keluarga berencana (PLKB) dalam mensosialisasikan program pria ber Kb di Kota Palu. Kuisisioner yang diedarkan pada penyuluh lapangan keluarga berencana yang ada di kota Palu, diperoleh hasil olahan data sebagai berikut:

1. Sebagai komunikator, harus memahami dan mengetahui prosedur KB terhadap pria.

Responden yang merupakan komunikator atau penyuluh lapangan keluarga berencana, sebanyak 56,7% menjawab setuju bahwa pemahaman tentang KB terhadap pria merupakan hal yang berusaha untuk diberikan pemahman. Pemahaman responden tentang kewajibannya dalam memberikan jawaban atas pertanyaan yang disampaikan oleh khalayak dalam hal ini adalah pria sebanyak 53,3% responden menjawab setuju. Untuk dapat memberikan pemahaman dan mengajak pria untuk ber KB para penyuluh lapang KB juga harus dibekali dengan kemampuan dan pengetahuan, sebanyak 56,7% responden menjawab setuju sebagai komunikator mengetahui pengetahuan dan memahami prosedur-prosedur proses KB pada pria. Bekal pengetahuan nyatanya bukan satu-satunya hal yang diperlukan bagi para penyuluh lapangan KB, responden memberikan 60% setuju atas pernyataan sebagai komunikator, saya dibekali pengetahuan tentang penyuluhan KB pada Pria. Sebanyak 50% juga setuju atas pernyataan saya diberikan pelatihan untuk menjadi penyuluh KB.

2. Latar belakang baik pendidikan dan mata pencarian menjadi pertimbangan dalam

menentukan target sasaran dari program pria berKB

Sebagai penyuluh, penetapan target sasaran dalam penyuluhan menjadi hal yang harus diperhitungkan. Sebanyak 50% responden menjawab setuju untuk menetapkan target khalayak, dalam hal ini pria untuk mau ber KB. Menetapkan target sasaran harus mempertimbangkan latar belakang dari target sasaran, 73,3% koresponden menjawab setuju dengan pernyataan mencari tahu karakteristik khalayak saya sebelum melakukan penyuluhan. Selain mengetahui karekteristik, sebanyak 63,3% responden menjawab setuju atas pernyataan, saya mengetahui kebutuhan KB apa yang akan digunakan oleh khalayak saya. Pengetahuan responden dalam menentukan target sasaran juga terlihat dari 50% responden menjawab setuju dan 33,3% responden menjawab sangat setuju responden menjawab Saya memilih pria yang masuk golongan wajib untuk ber KB dan diberikan penyuluhan tentang KB pada pria.

3. Materi tentang pria berKB menjadi hal yang harus dipersiapkan sebelum mensosialisasikan secara langsung.

Materi pesan yang disampaikan menjadi sangat penting dalam proses kampanye. Sebesar 46,7% menjawab sangat setuju atas pernyataan bahwa Saya menyusun materi apa yang akan saya sampaikan kepada khalayak saya. Mempersiapkan hal-hal khususnya materi yang akan disampaikan menjadi penting dalam hal memberikan informasi kepada orang lain dalam hal ini adalah khalayak yaitu pria. Selain mempersiapkan materi, 56,7 % responden menjawab sasangat setuju dengan pernyataan, Pesan yang disampaikan harus sederhana dan mudah dipahami. Pesan

yang sederhana dan menggunakan bahasa yang sederhana cenderung akan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Sebagai seorang penyuluh, pengetahuan responden sebesar 53,3% menyatakan setuju atas pernyataan, Saya memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mengajukan pertanyaan. Pesan mengenai prosedur dalam menjalankan KB pada pria juga menjadi fokus dalam proses penyuluhan oleh penyuluh lapangan KB di Kota Palu, terlihat dengan 66,7% responden meyakini setuju dengan pernyataan, Saya menjelaskan secara rinci tentang prosedur-prosedur KB pada pria. Tidak hanya kelebihan dari program KB yang menjadi fokus penyampaian oleh penyuluh lapangan, namun hal yang penting disampaikan adalah efek dan juga dampak yang ditimbulkan dari KB pada pria tersebut, sebesar 53,3% responden menjawab setuju atas pernyataan, Menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing alat KB. Hal yang terpenting dalam proses penyampaian pesan adalah referensi pengetahuan, sebesar 53,3% responden menjawab sanagat setuju dengan pernyataan, Membaca buku adalah salah satu cara saya untuk menambah pengetahuan tentang KB pada Pria.

4. Penggunaan media brosur, poster dan lembar balik merupakan media yang dipilih dalam mensosialisasikan program pria ber KB

Dalam proses penyuluhan kepada masyarakat, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan pengetahuan, menjadi bagian penting untuk diperhatikan. Sebesar 60% responden manjawab sangat setuju atas pernyataan, Perlu menggunakan media tambahan dalam menyampaikan informasi KB kepada khalayak. Beberapa media pendukung yang dimanfaatkan oleh penyuluh lapangan KB di kota Palu adalah

poster, 83,3% responden menjawab setuju atas pernyataan, Saya menggunakan poster dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Selain poster brosur menjadi bagian dalam penyampaian informasi kepada target khalayak 56,7% responden menjawab, Brosur sebagai salah satu media yang digunakan dalam mengkampanyekan partisipasi pria ber KB dinilai efektif. Pengetahuan responden tentang pemanfaatan media baru dalam hal ini sosail media dilihat dari 63,3% responden menjawab setuju atas pernyataan, saya memanfaatkan media sosial untuk mengkampanyekan KB pada pria. Dan sebagai bagian dari pelayan kepada masyarakat 46,7% responden menjawab setuju atas pernyataan, Saya membuka konsultasi melalui hp mengenai KB pada pria

5. Keikutsertaan pria dalam menggunakan KB menjadi target dari kampanye program pria berKB.

Pengetahuan responden terhadap tujuan utama dari penyuluhan KB pada pria terlihat dari 60% responden menjawab setuju atas pernyataan, Keikutsertaan pria untuk ber KB adalah harapan saya sebagai penyuluh KB. Selain itu, 56,7% responden menyatakan setuju atas pernyataan, Penolakan terhadap Kb pada pria masih terjadi di masyarakat. Mengingat memberikan pengetahuan baru terhadap masyarakat merupakan bukanlah hal yang mudah dan penolakan menjadi hal biasa terjadi. Pengetahuan reponden mengenai pernyataan, Banyaknya masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan alat kontrasepsi yang bisa digunakan untuk pria, sebanyak 53,3% responden menjawab setuju atas pernyataan tersebut. Sebanyak 50% responden menjawab setuju atas pernyataan, Beberapa pria yang melakukan konsultasi langsung tentang KB pada Pria.

Respon khalayak sangat penting untuk menjai tolok ukur atas keberhasilan suatu program yang disampaikan dan sebanyak 50% responden menjawab setuju atas pernyataan, Beberapa pria memperlihatkan antusias untuk melakukan Vasektomi.

Analisis dan Interpretasi

Sebagai bagian yang terpenting dari proses penyuluhan kepada masyarakat adalah penyuluh itu sendiri. Menjadi seorang penyuluh atau dalam istilah proses komunikasi disebut dengan komunikator bukanlah hal yang mudah. Seorang penyuluh dituntut untuk memiliki kemampuan memberikan informasi secara efektif dan efisien. Sebelum terjun langsung bertemu dengan masyarakat, komunikator dibekali dengan pelatihan dan pengetahuan. Sertifikasi dan pelatihan rutin dilakukan baik dari provinsi mapun yang diasilitasi oleh BKKBN. Hovland dalam (Effendy,2004:10) menjelaskan bahwa dalam studi ilmu komunikasi sendiri bukan hanya terbatas pada tahapan menyampaikan informasi. Lebih dari itu, komunikasi juga mampu membentuk pendapat umum dan sikap publik. Secara lebih khusus, Hovland juga menyebutkan bahwa proses mengubah perilaku orang lain. Secara lebih lanjut komunikasi yang intens memiliki beberapa tujuan yaitu: perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku dan perubahan sosial (Effendy,2004:8). Sejalan dengan itu, penyuluh KB berusaha untuk mengubah pikiran dan perilaku bagi pria untuk mau menggunakan kb untuk pria. Pada dasarnya melakukan KB tidak hanya menjadi tanggung jawab wanita dalam rumah tangga, pria juga memiliki kesempatan yang sama untuk menggunakan alat kontrasepsi KB. saat ini, alat kontrasepsi yang paling banyak dikampanyekan adalah vasektomi pada pria.

Vasektomi yang merupakan alat kontrasepsi yang juga masih menjadi perdebatan di kalangan masyarakat, merupakan kontrasepsi yang prosedut tindakannya dengan menggunakan pembedahan sederhana, menjadikan alat kontrasepsi ini kurang diminati.

Strategi komunikasi dalam sosialisasi program pria berKB bukan hanya melihat suatu kejadian dari satu arah. Dalam teori Penggabungan Informasi (information-integration) ditambahkan untuk melihat pelaku komunikasi dalam hal ini seorang penyuluh yang berpusat bagaimana cara mengakumulasi dan mengatur informasi tentang semua orang, objek, situasi, dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bertindak dengan cara yang positif atau negatif terhadap beberapa objek. Pendekatan penggabungan informasi adalah salah satu model paling populer yang menawarkan untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan berpotensi untuk memengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu. Sebuah sikap dianggap sebagai sebuah akumulasi dari informasi tentang sebuah objek, seseorang, situasi, atau pengalaman (Littlejohn, 2011:111). Dalam hal ini, seorang komunikator atau PLKB harus mampu menganalisis secara menyeluruh gejala-gejala yang ada dilingkungan baik dari objek atau target dari program KB sendiri, juga hal-hal apa saja yang menjadi pendukung bahkan penghambat terealisasinya minat dan keikutsertaan pria untuk melakukan KB.

Penggabungan informasi merupakan salah satu model menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap, lebih lanjut dijelaskan, informasi adalah salah satu dari

kekuatan tersebut dan berpotensi untuk mempengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu, yang mana sikap dianggap sebagai sebuah akumulasi dari informasi tentang sebuah objek, seseorang, situasi, atau pengalaman (Littlejohn & Foss, 2011). Dalam salah wawancara yang dilakukan, PLKB juga melakukan pendekatan melalui komunikasi interpersonal dengan tokoh-tokoh masyarakat, dan tokoh agama sebagai opinion leader yang dinilai mampu membantu untuk memberikan pemahaman bagi masyarakat. Dalam komunikasi antarpribadi dimana situasinya adalah komunikator dan komunikan berhadapan langsung, tanggapan dari komunikan dapat langsung diketahui oleh komunikator begitupun sebaliknya. Dalam hubungan ini, komunikator perlu bersikap tanggap terhadap tanggapan komunikan, sehingga komunikasi yang berhasil sejak awal dapat dipelihara keberhasilannya (Effendy, 2009:15). Dari hal diatas dapat dinyatakan melakukan pendekatan dengan komunikasi langsung kepada pemuka masyarakat juga sebagai bagian dari evaluasi efektifitas kampanye program pria ber KB di kota Palu.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian berupa olah data kuisisioner dan wawancara sebagai pendukung data utama serta analisis yang ada, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh PLKB di kota Palu meliputi : pahami dan mengetahan prosedur KB terhadap pria merupakan hal yang harus dimiliki oleh setiap PLKB di Kota Palu. Latar belakang baik pendidikan dan mata pencarian menjadi pertimbangan dalam menentukan target sosialisasi, agar tujuan dari program pria ber KB dapat terealisasi. Materi tentang KB terhadap pria

menjadi hal yang harus dipersiapkan sebelum mensosialisasikan secara langsung kepada masyarakat. Penggunaan media brosur, poster dan lembar balik merupakan media yang dipilih dalam mensosialisasikan program pria ber KB serta keikutsertaan pria dalam menggunakan KB menjadi target dari kampanye program pria berKB.

Sebagai penelitian lebih lanjut, dapat dianalisis dan dikasji kembali secara mendalam di masing-masing wilayah kerja. Hasil dari penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan secara umum, butuh pengkajian lebih mendalam mengenai karakteristik masing-masing komunikator dan masyarakat per daerah tempat tinggal. Perbedaan latarbelakang akan mempengaruhi karakteristik khalayak dalam hal ini pria sebagai target dari program pria berKB untuk melakukan KB.

Referensi

- Badan Pusat Statistik. (2012). *Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial Ekonomi Indonesia*. Badan Pusat Statistik. Retrieved from <http://www.bps.go.id/aboutus.php?booklet=1>
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [4059/susahnya-ajak-pria-indonesia-ber-kb/ \(diakses pada 5 Juni 2017\)](http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20140923133133-255-</p></div><div data-bbox=)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Vasektomi>
[\[investments.com/id/berita/berita-hari-ini/laju-pertumbuhan-penduduk-indonesia-menguatirkan-ungkap-bkkbn/item5980?\]\(https://www.indonesia-investments.com/id/berita/berita-hari-ini/laju-pertumbuhan-penduduk-indonesia-menguatirkan-ungkap-bkkbn/item5980?\)](https://www.indonesia-</p></div><div data-bbox=)

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories Of Humman Communication* (10th ed.). Long Grove: Wavelan Press inc.

Wahyuni, Lina Sri. (2015). *Study Komperatif Strategi Program Keluarga Berencana Sebelum dan Sesudah Otonomi Daerah di Kota Surakarta*. *Jurnal Of Rural and Development* vol. VI. No.1