

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk terbesar ke empat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Indonesia berada di peringkat ke-4 dengan jumlah penduduk mencapai 253,60 juta jiwa. Tingginya angka kelahiran di Indonesia menyebabkan pertumbuhan penduduk semakin meningkat (https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2517461/negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-ri-masuk-4-besardiakses_pada_17_November_2018). Salah satu upaya pemerintah untuk mengatasi permasalahan di atas adalah melalui program KB. Program KB bertujuan untuk membentuk keluarga sehat dan sejahtera dengan merencanakan kelahiran.

Perencanaan itu bermakna bukan untuk membatasi jumlah anak, melainkan mengatur jarak waktu kelahiran anak. Di samping itu KB juga dapat meningkatkan kesejahteraan ibu dan anak dalam rangka mewujudkan Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera (NKKBS) yang menjadi dasar terwujudnya masyarakat yang sejahtera dengan mengendalikan kelahiran sekaligus menjamin terkendalinya pertumbuhan penduduk.

Program KB dimulai sekitar tahun 1957 dan diresmikan menjadi program pemerintah dengan ditandai pencanangan hari keluarga nasional

pada tanggal 29 Juni 1970. Salah satu kegiatan dalam pelaksanaan program Kampung KB adalah mengatur jarak waktu kelahiran anak. Pengaturan jarak waktu kelahiran dilakukan dengan cara menggunakan alat kontrasepsi penanggulangan kelahiran seperti Pil KB, Kondom, Spiral/IUD, Vasektomi, Tubektomi, Implant, dan Suntik (<https://www.keluargaindonesia.id>, diakses pada 28 November 2018).

Pelaksanaan program Keluarga Berencana dibebankan kepada Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). BKKBN merupakan Lembaga Pemerintah Non Departemen Indonesia yang bertugas melaksanakan tugas pemerintahan di Bidang keluarga berencana dan keluarga sejahtera. Namun mulai tahun 2014 di Kabupaten Program KB sudah diserahkan tanggung jawabnya kepada Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa, pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana.

Guna mengantisipasi terjadinya lonjakan jumlah penduduk hingga berimbas pada masalah masalah kependudukan, pemerintah telah membuat program untuk mengantisipasi masalah tersebut yaitu dengan Program Kampung KB. Melalui program Kampung KB pemerintah ingin meningkatkan kualitas hidup masyarakat di tingkat Kampung atau yang setara melalui program KKBPK serta pembangunan sektor terkait dalam rangka mewujudkan kecil berkualitas (<http://kampungkb.bkkbn.go.id/about> diakses pada 10 Januari 2019).

Kampung KB telah diresmikan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 14 Januari 2016. Pemerintah telah menargetkan pembangunan kampung KB sebanyak 21 ribu. Tercatat sudah ada 14 ribu kampung KB dengan target 1.000 desa di 100 kabupaten/kotapada 2018 dan 600 desa di 60 kabupaten/kota pada 2019. Seperti diatur di dalam Undang-undang nomor 52 tahun 2009 tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan bahwa keluarga adalah sebagai dasar pelaksanaan program KKBPK.

BKKBN juga diharapkan untuk tidak memfokuskan hanya pada masalah pengendalian penduduk saja, namun masalah pembangunan keluarga juga harus mendapatkan perhatian sehubungan dengan itu, maka untuk menjawab tantangan tersebut digagaslah program Kampung KB. Melalui program Kampung KB ini nantinya diharapkan pelaksanaan program KKBPK dan program lainnya dapat berjalan secara terpadu dan bersamaan

Hal ini sesuai dengan amanat yang tertuang dalam agenda Prioritas Pembangunan terutama agenda prioritas ke 3 yaitu “Memulai pembangunan dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan.” (kampungkb.bkkbn.go.id/about diakses pada 17 November 2018).

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) Angka kelahiran bayi selama tahun 2007 hingga tahun 2017 mengalami peningkatan dari 1,8 menjadi 2,02 persen. Angka tersebut masih di bawah angka rata-rata

nasional yang mencapai 2,4 persen. Hal tersebut dikatakan oleh Wakil Gubernur DIY, KGPAA Paku Alam X pada acara Telaah ‘Pelaksanaan Program KKBPK Semester 1 Tahun 2018, di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) juga menunjukkan penggunaan alat kontrasepsi modern mengalami penurunan dari 59,6 persen pada SDKI tahun 2012 menjadi 57,8 persen pada SDKI tahun 2017 Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) (<http://www.koranjakarta.com>, diakses pada 17 November 2018). Dapat dilihat target pencapaian Akseptor KB di daerah DIY di Kabupaten di DIY tahun 2017 pada table dibawah ini :

Tabel 1.1

Capaian persentase Akseptor KB 2017 DIY

Yogyakarta	55,20%
Gunungkidul	55,05%
Bantul	43,43%
Sleman	41,09%
Kulon Progo	39,29%

(Sumber: Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo 6 Januari 2019)

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sendiri, capaian Peserta KB baru mendapati bahwa Kabupaten Kulon Progo selama tahun 2017 menjadi Kabupaten terendah dibandingkan dengan Kabupaten/kota se-DIY lainnya. Kulon Progo menjadi kabupaten terendah dengan target capaian hanya sebesar 39,29% yaitu sebanyak 4.884 akseptor dari target 12.431 akseptor.

Capaian peserta KB Baru Kulon Progo Tahun 2017 menurut Kepala Bidang Pengendalian Penduduk Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo, Drs. Mardiya, adalah capaian terendah sepanjang sejarah KB Kulon Progo. Dalam catatan penulis buku Lintan Sejarah Keluarga Berencana di Kulon Progo. Dapat dilihat target pencapaian KB dari tahun 2001 sampai 2018 Kulon Progo pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2

Pencapaian Program KB Kabupaten

Kulon Progo Tahun 2002-2018

No.	Tahun	Persentase Pencapaian	Target Capaian	Target yang di dapatkan
1.	Tahun 2002	118,70	4368	5185
2	Tahun 2003	96,30	5409	5209
3	Tahun 2004	109,29	4842	5292
4	Tahun 2005	107,98	5048	5451
5	Tahun 2006	106,60	5120	5458
6	Tahun 2007	102,55	5339	5475

7	Tahun 2008	87,99%	6597	5805
8	Tahun 2009	101,77	5657	5757
9	Tahun 2010	112,15	5850	6561
10	Tahun 2011	92,84	7976	7405
11	Tahun 2012	101,97	7419	7565
12	Tahun 2013	92,46	7574	7003
13	Tahun 2014	108,61	6363	6911
14	Tahun 2015	58,42	10226	5974
15	Tahun 2016	61,36	9421	5781
16	Tahun 2017	39,23	12431	4877
17	Tahun 2018	70,66	7739	5648

(Sumber: Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo 6 Januari 2019)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pencapaian KB di Kabupaten Kulon Progo menunjukkan tren negatif pada tahun 2017 dan mengalami peningkatan yang positif di tahun 2018. Berdasarkan hasil wawancara prapenelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Kepala Bidang Pengendalian Penduduk Drs. Mardiya, Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo pada tanggal 6 Januari 2019 didapatkan informasi bahwa strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas PMD Dalduk adalah lebih difokuskan menggunakan media tatap muka seperti sosialisasi dan workshop

Pada tahun 2017, ada banyak program yang telah direncanakan dan dirancang terkait strategi komunikasi kepada masyarakat untuk meningkatkan target pencapaian KB di Kabupaten Kulon Progo pada tahun 2017 namun keterbatasan anggaran menghambat realisasi program-program tersebut. Rencananya, proses sosialisasi dan publikasi program KB akan dilakukan dengan mengoptimalkan publikasi melalui media baik itu media cetak, elektronik, maupun online di tahun 2018 agar target capaian KB meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Bidang Pengendalian Penduduk Drs. Mardiya, salah satu kendala komunikasi yang lainnya adalah masih adanya beberapa pandangan keagamaan atau sentimen suku yang menolak program KB. Salah satu persoalan mendasar adalah masih ada beberapa tokoh agama, kepala adat yang tidak sepeham dengan KB sehingga mereka cenderung kontra.

Menurut Drs. Mardiya peran tokoh agama merupakan salah satu bagian penting dalam upaya mencapai keberhasilan pelaksanaan program KB karena tokoh agama memiliki kedekatan secara emosional dengan masyarakat. Hal tersebut dapat dipahami bahwa sejak dahulu KB menuai pro dan kontra. Sebenarnya hal ini tidak hanya terjadi di Kabupaten Kulon Progo.

Di beberapa daerah, dinas yang membawahi urusan keluarga berencana menghadapi masalah yang serius dalam melakukan pendekatan dengan tokoh adat, tokoh agama, maupun tokoh masyarakat untuk

menyosialisasikan program KB. Pemerintah menghadapi masalah klasik yang dilematis ada masyarakat yang sangat taat pada tetua adat atau figur yang ditokohkan. Segala keputusan yang berkaitan dengan hajat hidup kemasyarakatan berada di bawah kendalinya. Keputusan yang dijalankan adalah harus persetujuan tokoh agama, tokoh masyarakat, dan tokoh adatnya.

Peneliti juga melakukan wawancara ke beberapa ibu-ibu Kader KB yang mengikuti kegiatan sosialisasi di beberapa desa Di Kabupaten Kulon Progo. Peneliti menemukan beberapa tanggapan tentang bagaimana penyampaian komunikasi ketika penyuluhan dan pendapat-pendapat kader KB dan warga tentang KB di Kulon Progo yang dilakukan oleh Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo, diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3

Tanggapan Kader KB dan Ibu-ibu Peserta Sosialisasi KB Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo

Nama	Tanggapan
Hartati Wahyuni (Ketua Kader KB Desa Banguncipto, Kulon Progo)	- Sosialisasi yang dilakukan kurang menarik. - Belum adanya event kesehatan yang dilakukan
Sutanti (KaderDusun	- Penyampaian ketika melakukan sosialisasin terlalu serius.

Malangan, kulon Progo)	
Puji Kusmiati (Kader KB Malangan)	<ul style="list-style-type: none"> - Kurang adanya interaksi antara penyuluh dan ibu-ibu ketika sosialisasi. - Penyampaian sosialisasi menggunakan bahasa Indonesia dan Jawa
Sutarmi (Kader KB Malangan, Kulon Progo)	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan doorprize kepada ibu-ibu agar menambah antusiasme dalam tanya- jawab. - Bahasa yang digunakan terkadang kurang dimengerti.n
Sri Sunartiyasih (Kader KB Dusun Malangan, Kulon Progo)	<ul style="list-style-type: none"> - Materi yang disampaikan harus bervariasi. - Ada faktor agama yang masih kental,sehingga ibu-ibu berharap Dinas PMD dalduk bisa mengatasi masalah ini.

(Sumber wawancara pada tanggal 09 Febuari 2019)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap Ibu-ibu Kader KB di Desa Banguncipto dan Dusun Malangan yang mengikuti kegiatan sosialisasi, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa sosialisasi

yang dilakukan oleh Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo kurang menarik dan cenderung membosankan.

Dalam penyampaian sosialisasi, penyuluh menggunakan bahasa Indonesia dan Jawa. Hal ini sangat berpengaruh dengan penerimaan pesan terhadap komunikan, karena beberapa warga kadang lebih sulit memahami bahasa Indonesia khususnya di daerah perdesaan yang kental dengan bahasa daerah. Selain itu Cara penyampaian yang dilakukan oleh penyuluh KB sedikit terlalu serius sehingga menurut ibu-ibu dapat membuat suasana terlalu tegang dan tidak santai. Selain itu, pemberian doorprize dan pelaksanaan event-event tentang kesehatan juga dapat membuat ibu-ibu yang mengikuti sosialisasi bersemangat.

Menurut wawancara peneliti dengan Ibu-ibu kader KB di daerah Desa Banguncipto dan Dusun Malangan, masalah lainnya yang kadang sering terjadi di Dusun Malangan dan Desa Banguncipto adalah masih ada beberapa tokoh Adat/Agama yang kadang menentang masalah program keluarga berencana. Ibu-ibu berharap agar Dinas PMD Dalduk Kabupaten Kulon Progo lebih memperhatikan masalah ini. Dinas PMD Dalduk diharapkan juga bisa melakukan komunikasi dengan Tokoh Agama/Ulama di daerah mereka, karena masih ada Tokoh Agama/Ulama yang kadang masih menentang tentang KB.

Untuk itu, Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo perlu berperan aktif dan menemukan strategi komunikasi yang efektif agar masyarakat dapat mengerti tentang program KKBPK, sehingga masyarakat

dapat berpartisipasi dalam setiap program KB yang dilakukan oleh BKKBN pusat. Maka dari itu jelaslah bahwa keberhasilan dari program KKBPK tidak lepas dari partisipasi dan dukungan masyarakat sebagai objek dalam program KKBPK.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam bentuk skripsi penelitian yang diberi judul, "**Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa, Pengendalian Penduduk, dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo dalam mensosialisasikan program Kampung KB di Kabupaten Kulon progo Tahun 2017.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: "Bagaimana strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa, Pengendalian Penduduk, dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo dalam mensosialisasikan program Kampung KB di Kabupaten Kulon Progo tahun 2017 ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pemberdaan Masyarakat Desa, Pengendalian Penduduk, dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo tahun 2017.
2. Untuk mendeskripsikan tanggapan Kader KB, Ketua Pokja dan Masyarakat dari strategi komunikasi Dinas Pemberdaan Masyarakat Desa, Pengendalian Penduduk, dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo dalam

pelaksanaan sosialisasi program Kampung KB di Kabupaten Kulon Progo tahun 2017.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, bagi segi teoritis maupun dari segi praktis.

1. Secara teoritis

Penulis berharap dengan dilakukannya penelitian ini dapat memperkaya kajian bagi akademis khususnya dalam kajian ilmu komunikasi terutama dalam strategi komunikasi.

2. Secara Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian dapat bermanfaat bagi Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa, Pengendalian penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo sebagai masukan dalam meningkatkan pelaksanaan strategi Komunikasi khusus dalam mensosialisasikan program KB.

E. Kajian Teori

Pada penelitian ini, ada beberapa teori yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian, yaitu:

1. Strategi Komunikasi

Dalam berkomunikasi, strategi komunikasi menjadi merupakan faktor penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan atau *planning* dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mendapatkan tujuan

tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkna arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya Effendy (2013:32).

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi. Oleh karenanya dari paparan secara teori diatas, agar komunikator Pada saat berkomunikasi harus bisa membuat strategi komunikasi terlebih dahulu agar pesan yang kita sampaikan bisa mencapai target komunikasi yang diinginkan.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh satu orang ke orang lain untuk menginformasikan, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung (melalui media). Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan (Effendy, 2005: 32).

Strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplemintasian tujuan komuniasi, adapun teknik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya. Rencana yang meliputi metode, teknik, dan tata hubungan fungsional antara unsur-unsur dan faktor-faktor dari proses komunikasi guna kegiatan operasional dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran.

Pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton

membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Humaidi, 2015: 6).

Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran (Arifin, 2012: 59). Petterson dan Bunnet (2013) menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu :

- a) *to secure understanding*
- b) *to establish acceptance*
- c) *to motivate action*

To secure understanding artinya memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya. Ketika komunikan telah mengerti dan menerima, penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya, kegiatan komunikasi dimotivasikan (*to motivate action*). Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan

penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung atau penghambat pada setiap komponen, diantaranya faktor kerangka referensi, faktor situasi dan kondisi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi (Abidin, 2016: 116).

Menurut Arifin (2012: 59) untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu :

- 1) Mengetahui Khalayak

Merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.

- 2) Menyusun Pesan

Merupakan langkah kedua setelah mengetahui khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.

3) Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek: (a) menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata – mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. (b) menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk (Abidin, 2016: 116) :

- a) Metode *redudancy*, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian. Selain itu khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang. Komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan dalam penyampaian sebelumnya.
- b) Metode *Canalizing*, pada metode ini, komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap dan motif khalayak. Sedangkan Menurut bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk (Abidin, 2016: 117):
- c) Metode Informatif, dalam dunia publisistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informative, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan

berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, diatas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yangn benar pula.

- d) Metode Edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian isi pesan disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak.
- e) Metode Koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman.
- f) Metode Persuasif, merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar.

Untuk mengelola dan menyusun pesan yang mengena dan efektif perlu memerhatikan beberapa hal, yaitu:

- 1) Harus menguasai lebih dahulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunan yang sistematis.
- 2) Mampu mengemukakan argumentasi secara logis. Untuk itu harus mempunyai alasan berupa fakta dan pendapat yang bisa mendukung materi yang disajikan.

- 3) Memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa (*vocal*), serta gerakan-gerakan tubuh yang dapat menarik perhatian pendengar.
- 4) Memiliki kemampuan membubui pesan berupa humor untuk menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan pendengar. Pesan sangat bergantung pada program yang akan kita sampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan propokatif, sedangkan jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifat pesanya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika program yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekedar diketahui oleh masyarakat maka sifatnya hanya untuk sekedar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesannya harus bersifat informatif (Cangara,2017:140-141).

2. Perencanaan Komunikasi

Sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Karena itu perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektifitas komunikasi, sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program

yang ingin dicapai, apakah itu pencitraan, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerjasama, atau pembangunan infrastruktur komunikasi.

Perencanaan komunikasi dalam kerangka yang sangat sederhana sudah tentu dikaitkan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Jadi dapat disimpulkan untuk menyusun strategi agar program bisa berhasil diperlukan perencanaan dan strategi komunikasi agar bisa diciptakan proses komunikasi yang efektif. Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antar pribadi, tapi juga setiap aktifitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan ketrampilan-ketrampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (John Middleton dalam Cangara, 2017:43- 47)

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi, yakni *who say what, to whom through what channels, and what effects*. Dalam buku Cangara (2017:137-174) terdapat tahapan-tahapan perencanaan komunikasi, yaitu :

a) Memilih dan menetapkan komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi -sumber dan kendali semua aktifitas komunikasi. Karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami

penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran.

b) Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak.

Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktifitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk memengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.

c) Teknik menyusun pesan

Pesan sangat bergantung pada program yang mau disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan propokatif, sedangkan jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika program yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekedar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesannya harus bersifat informatif.

c) Penetapan Rencana Anggaran

Suatu hal yang tidak boleh diabaikan adalah pentingnya member porsi dana khusus bagi saluran-saluran komunikasi antarpribadi (*door to door*). Memang kelihatannya penggunaan saluran komunikasi antarpribadi tidak sevlgar apa yang dibuat melalui media massa seperti TV dan media

cetak, tetapi memiliki daya persuasi yang sangat tinggi dalam mempengaruhi orang lain, terutama dari aspek kekeluargaan, kolektivitas, maupun tetangga atau sahabat.

c) Memilih media atau saluran komunikasi

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Isi pesan maksudnya ialah kemasan pesan yang ditunjukkan untuk masyarakat luas dan kemasan pesan untuk komunitas tertentu.

d) Menganalisis efek komunikasi

Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi target khalayak. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan (Stuart dan Jamias dalam Cangara, 2007). Pengaruh sangat penting dalam dalam proses komunikasi. Tujuannya untuk mengetahui berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi yang kita lakukan. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat (*opinion*).

e) Penyusunan jadwal kegiatan (*Time schedule*)

Menetapkan jadwal kegiatan (*Time schedule*) untuk suatu program komunikasi harus memakai strategi, terutama untuk menghindari kegiatan

yang memiliki gaung lebih besar pengaruhnya dari kegiatan yang akan kita lakukan. Dalam penetapan waktu harus diperhitungkan waktu-waktu awal (*starting point*) dan waktu-waktu akhir (*ending point*).

f) Evaluasi dan audit komunikasi

Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan bertitik tolak dari tujuan-tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, atau apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi atau rendah. Efektifitas sebuah program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi.

3. Tahapan-tahapan Perencanaan

Komunikasi harus dirancang secara strategis , didesain serta disampaikan agar hasil sesuai yang diharapkan. Dalam buku Liliweri (2011: 250-251) menjabarkan langkah-langkah strategi komunikasi dimulai dengan:

a) Mengidentifikasi visi dan Misi

Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari beberapa kata yang mengandung tujuan, harapan, cita-cita ideal komunikasi. Dari rumusan visi itulah dapat dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.

b) Menentukan program dan kegiatan

Program dan kegiatan adalah serangkaian aktivitas yang harus dikerjakan dan merupakan penjabaran dari misi. Untuk menentukan

program dan kegiatan maka terlebih dahulu dilakukan langkah analisis situasi.

c) Menentukan tujuan dan hasil

Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan akan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.

d) Seleksi audiens yang akan menjadi sasaran

Perencanaan Komunikasi akan menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi.

e) Mengembangkan pesan

Kriteriannya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi (*Content*) khusus, jelas, persuasif dan merefleksikan nilai-nilai audiens. Tampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat atau menunjukkan tindakan tertentu.

f) Identifikasi pembawa pesan (Tampilan Komunikator)

Kriteria komunikator antara lain adalah kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, profesional dan ketrampilan yang berkaitan dengan isi tertentu.

g) Mekanisme komunikasi/media

Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang mudah diakses atau yang paling disukai audiens, misalnya melalui media tatap muka, media cetak dan media baru.

4. Tahapan Implementasi dan Evaluasi

Kegiatan berikutnya adalah implementasi strategi melalui lima tahapan/jenis kegiatan, yaitu :

a) Implementasi dan evaluasi

Implementasi strategi adalah jumlah keseluruhan aktivitas dan pilihan yang dibutuhkan untuk dapat menjalankan perencanaan strategis. Implementasi strategis merupakan proses dimana beberapa strategi dan kebijakan diubah menjadi tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur.

b) Mengembangkan mitra yang bernilai.

Mitra yang bernilai pada intinya adalah mereka yang menjalin kesepakatan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak atau lebih. Dalam memilih mitra kerjasama tentu memilih mitra yang memberi manfaat baik bagi diri sendiri maupun mitra kerjasama. Dengan demikian mitra yang baik tidak boleh didorong oleh kepentingan sepihak saja, melainkan harus dilandasi oleh kesepakatan yang membawa kemaslahatan kedua belah pihak.

a) Melatih para pembawa atau penyebar pesan.

Menyampaikan pesan bukan sekedar berbicara dengan orang lain, banyak aspek yang perlu dipelajari. Salah satu aspek yang perlu dipahami adalah proses pembelajaran merupakan media untuk memperoleh informasi dan pengetahuan yang akan disampaikan. Oleh sebab itu, memahami diri sendiri dan orang lain sangat memengaruhi efektifitas penyampaian pesan.

Mengembangkan semacam tata aturan bagi kegiatan penyebarluasan informasi kepada audiens misalnya melalui pemantauan dan evaluasi implementasi.

d) Pemantauan(*Monitoring*) dan evaluasi bertujuan untuk memberi

Pemahaman tentang langkah-langkah persiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pelaporan hasil evaluasi program. Hasil pemantauan (*monitoring*) dan evaluasi merupakan informasi berharga yang dapat dijadikan pedoman bagi pimpinan untuk mengambil keputusan pengembangan organisasi yang dipimpin.

F. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian sebelumnya peneliti telah meninjau beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema yang diangkat. Hal ini bermaksud untuk menambah referensi serta wawasan peneliti. Adapun penelitian terdahulu yaitu :

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Atika Jasmine Nurulhayati. Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM DB4MK DINAS KESEHATAN KABUPATEN BANTUL DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM UPAYA PENANGGULANGAN EMPAT MASALAH KESEHATAN DI KABUPATEN BANTUL PERIODE 2016” tahun 2017. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi Atika Jasmine

Nurulhayati adalah dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian yang dilakukan Atika Jasmine Nurulhayati bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana strategi komunikasi program DB4MK Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul dalam meningkatkan partisipasi Masyarakat di Kabupaten Bantul Periode 2016. Strategi komunikasi yang digunakan ialah tahapan perencanaan yang dimulai dari pengumpulan data primer dan data sekunder, pengolahan dan penyajian data masalah dan potensi yang ada di Kabupaten Bantul. Kemudian melaksanakan strategi komunikasi yang dilakukan melalui media tatap muka (*face to face*) dan yang terakhir melakukan tahapan evaluasi untuk melihat hasil pencapaian yang di dapat oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul dalam program DB4MK tahun 2016.

Sumber

<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/13367> diakses pada

tanggal 13 Januari 2019

2. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Oktovi Prima Lestari. Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI DINAS DUKCAPIL KAB.BUNGO dalam MENYOSIALISASIKAN e-KTP PERIODE 2012” Tahun 2013. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian yang dilakukan Oktovi Prima Lestari

bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bungo dalam mensosialisasikan program e-KTP periode 2012. Adapun strategi komunikasi yang digunakan ialah melalui tiga tahapan yaitu tahapan perencanaan, tahapan Pelaksanaan dan tahapan Evaluasi. Kemudian melaksanakan strategi komunikasi yang dilakukan melalui media tatap muka (*face to face*) dan Komunikasi bermedia Sumber: <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/13367> diakses pada tanggal 20 Maret 2019.

3. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh R. Priyo Radianto. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI BKKBN PROVINSI DIY dalam MENGINFORMASIKAN PROGRAM PEMBENTUKAN KAMPUNG KB di YOGYAKARTA PERIODE 2015” Tahun 2016. Metode penelitian yang adalah dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian yang dilakukan R Priyo Radianto bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi DIY dalam Menginformasikan Program Kampung KB di DIY. Pelaksanaan Strategi komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan analisis situasi, media tatap muka (*face to face*) dan evaluasi. Sumber:

<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/16376> diakses pada tanggal 20 Maret 2019.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara ilmiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (Herdiansyah, 2014: 9).

Pada penelitian dengan metode deskriptif ini, dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Ardial, 2015: 262).

Bodgan dan Taylor dalam Lexy J. Moelong (2008:4).mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan menurut Denzin dan Lincoln mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang melakukan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalam melibatkan metode yang ada (Moelong,2008:5).

Penelitian ini berusaha mengumpulkan informasi dan mengetahui strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa, Pengendalian

Penduduk, dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo dalam mensosialisasikan program Kampung KB di Kabupaten Kulon Progo tahun 2017.

2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo di Jalan Sugiman, Kemiri, Margosari, Pengasih, Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta

3. Informan Penelitian

Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu permasalahan atau persoalan tertentu yang dari dirinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat, dan terpercaya baik berupa pernyataan, keterangan, atau data-data yang dapat membantu dalam memahami persoalan atau permasalahan tersebut.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu untuk mempermudah peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2005:53-54).

Kriteria informan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Bekerja atau pegawai di Dinas PMD Dalduk dan KB Kabupaten Kulon Progo.
- b) Terlibat dalam perencanaan program penyuluh KB.

c) Informan adalah salah satu penyuluh KB.

Menurut kriteria diatas, maka peneliti menetapkan narasumber pada penelitian ini, sebagai berikut :

1) Drs. Mardiya Kepala Bidang Pengendalian Penduduk Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo.

2) Siti Sholikhah, AM.Keb,S.KM,M.PH Kepala Bidang Keluarga Berencana Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo.

3) Hilda Pramudawardhani S.H Kepala Seksi Jaminan dan kesertaan KB Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo. Selanjutnya kriteria informan tentang tanggapan dari masyarakat setempat, adalah sebagai berikut:

4) P. Syamsudin PLKB pedukuhan Tegiri 2 Kecamatan Kokap Kabupaten Kulon Progo

Kriteria informan sebagai stakeholder atau peserta program Kampung KB

a) Menjadi Kader Pokja (Pojob Kerja), Kader KB dan peserta dalam penyuluh KB yang telah mengikuti sosialisasi KB

b) Berdomisili di Kulon Progo.

Pengambilan Informan dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten

Kulon Progo diatas karena mereka adalah orang-orang yang sangat mengetahui, berkompeten dan terjun langsung dalam proses Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo dalam mensosialisasikan program Keluarga Berencana dan kampung KB di Kulon Progo.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari data-data yang diperlukan dari objek penelitian yang sebenarnya. Adapun langkah langkah yang ditempuh peneliti dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a) Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh komunikasi dari seseorang untuk mendapatkan tujuan tertentu. Wawancara mendalam adalah metode yang selaras dengan perspektif interaksionisme simbolik, karena hal tersebut memungkinkan pihak yang diwawancarai untuk mendefinisikan dirinya sendiri dan lingkungannya. Dalam wawancara mendalam, peneliti berupaya mengambil peran pihak yang diteliti (*Talking the role of the other*) untuk masuk ke dunia psikologis mereka (Mulyana,2001:183)

a) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang dapat mendukung dan menambah bukti. Dokumentasi berasal dari dokumen yang

berarti barang-barang yang tertulis. Di dalam melaksanakan metode komunikasi ini, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen atau arsip, peraturan-peraturan, notulen, rapat, catatan harian, kliping dan artikel-artikel yang muncul di media massa (Moelong,2000:104). Dalam penelitian ini dokumentasi berupa foto-foto, dokumen dan data dari Dinas PMD Dalduk Kulon Progo.

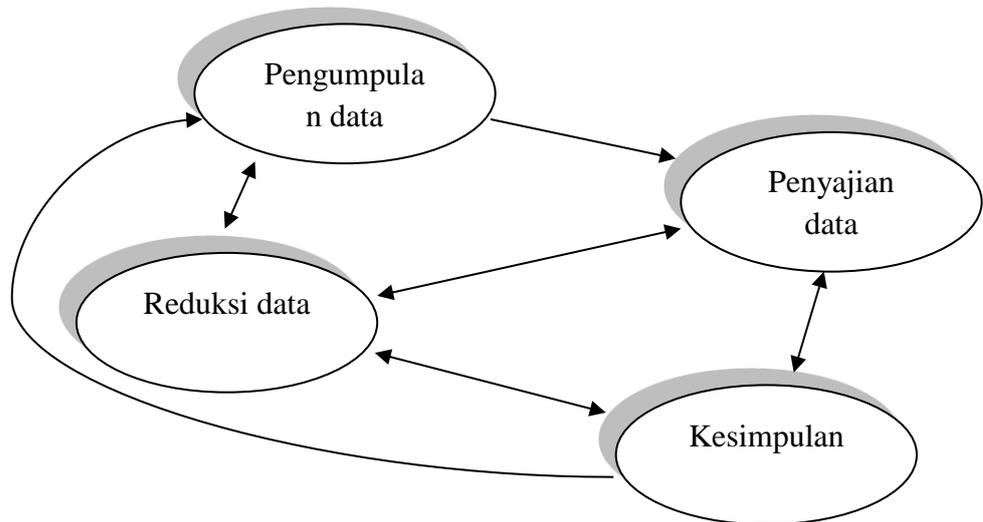
5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian deskriptif, maka pengolahan data ini penulis menggunakan metode analisis kualitatif yaitu analisis yang digunakan terhadap suatu data yang telah dikumpulkan, kemudian diklasifikasikan, disusun, dijelaskan yakni digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang digunakan untuk memperoleh kesimpulan dan membuat temuan-temuan umum (Arikunto, 2010: 206).

Berikut merupakan gambar dan penjelasan tahapan-tahapan beserta alur teknik analisis data dengan model interaktif yang dikemukakan oleh Miles & Huberman dalam buku Herdiansyah (2014, 163-164) yaitu :

Gambar 1.1

Tahapan-tahapan beserta alur teknik analisis data dengan model interaktif



Gambar 1. Tahapan-tahapan Alur Teknis Analisis Data Model

Interaktif Miles dan Huberman. Sumber : Herdiansyah, 2014: 164

a) Pengumpulan data

Proses pengumpulan data dilakukan sebelum penelitian, pada saat penelitian, dan bahkan diakhir penelitian. Data-data didapatkan dari hasil wawancara dan dokumentasi.

b) Reduksi data

Reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan di analisis. Data hasil dari penelitian wawancara maupun studi dokumentasi akan

diubah kedalam bentuk tulisan (*script*) sesuai dengan formatnya masing-masing

c) Penyajian data

Dalam bagian ini akan mendeskripsikan hasil dari keadaan sesuai data yang telah direduksi sebelumnya.

d) Kesimpulan

Pada tahap terakhir dilakukan penarikan kesimpulan hasil data yang telah didapatkan di lapangan

6. Uji Validitas Data

Uji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Secara definisi, triangulasi adalah penggunaan dua atau lebih sumber untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang suatu fenomena yang akan diteliti. Intinya adalah penggunaan lebih dari satu “sumber”, di mana jika dijabarkan lebih dalam, “sumber” yang dimaksud dapat berarti banyak hal seperti perspektif, metodologi dan teknik pengumpulan data. Teknik triangulasi ini digunakan untuk meningkatkan rigor (mempertahankan kadar ketepatan atau kepastian) dalam penelitian kualitatif (Herdiansyah, 2014: 201).

Sedangkan jenis triangulasi yang digunakan adalah dengan menggunakan triangulasi sumber. Menurut Patton dalam (Moleong, 2008: 178) triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.

Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua cara yaitu dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan. Sesuai dengan penelitian ini uji validitas yang dilakukan yaitu membandingkan hasil pengamatan peneliti dengan wawancara bersama key informan. Selain itu juga membandingkan antara hasil wawancara yang sudah didapatkan dengan dokumen-dokumen yang berkaitan.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Pada bab ini akan menggambarkan gambaran umum Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo., mulai dari profil, visi-misi, struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi.

BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Kulon Progo dalam

Mensosialisasikan Program Kampung KB di Kabupaten Kulon Progo tahun 2017. Berisi sajian data dan analisis data.

BAB IV PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN