

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL BADAN
KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL DIY
DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM SEKOLAH SIAGA
KEPENDUDUKAN DI YOGYAKARTA TAHUN 2016-2018**

Ana Asfiah Macap

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Brawijaya, Tamantirto,
Kasihan, Bantul, D.I. Yogyakarta 55183. Email: anaasfiahmacap@gmail.com**

ABSTRACT

Sekolah Siaga Kependudukan is a population education program that targets the younger generation through the integration of population materials into subjects in schools with output in the form of understanding population and minimizing child marriage. The socialization of the SSK program by the BKKBN DIY was conducted to give teachers an understanding of the importance of population issues delivered to students and offer programs to schools. The purpose of this research is to describe how the communication strategy of social marketing by BKKBN DIY in socializing Sekolah Siaga Kependudukan Program in Yogyakarta in 2016-2018.

The type of research used is descriptive qualitative. The technique of data collection was done by interviewing the BKKBN DIY and the school that implemented the SSK program and documentation obtained from the BKKBN DIY.

The results of the study show that the communication strategy of social marketing carried out by the BKKBN DIY in socializing the SSK program prioritizes direct or face-to-face communication. BKKBN DIY also uses media websites in addition to print media in the form of information books about the SSK program, namely through the website CIS DALDUK and BKKBN DIY. In socializing the SSK program, BKKBN DIY has succeeded in giving understanding to teachers the importance of population education to students and how it is implemented in schools, so that schools are willing to participate in implementing the SSK program.

Keywords: Social Marketing, Socialization, Sekolah Siaga Kependudukan

ABSTRAK

Sekolah Siaga Kependudukan merupakan program pendidikan kependudukan yang menyasar generasi muda melalui integrasi materi-materi kependudukan ke dalam mata pelajaran di sekolah dengan *output* berupa pemahaman tentang kependudukan dan meminimalisir perkawinan di usia anak. Pelaksanaan sosialisasi program SSK oleh BKKBN DIY untuk memberi pemahaman kepada guru pentingnya isu-isu kependudukan disampaikan kepada peserta didik dan menawarkan program kepada sekolah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran sosial BKKBN DIY dalam mensosialisasikan program Sekolah Siaga Kependudukan di Yogyakarta tahun 2016-2018.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terhadap pihak BKKBN DIY dan pihak sekolah yang menerapkan program SSK serta dokumentasi yang diperoleh dari BKKBN DIY.

Hasil dari penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan BKKBN DIY dalam mensosialisasikan program SSK lebih mengutamakan komunikasi secara langsung atau tatap muka. BKKBN DIY juga menggunakan media *website* di samping media cetak berupa buku informasi mengenai program SSK yaitu melalui *website* CIS Dalduk dan BKKBN DIY. Dalam mensosialisasikan program SSK, BKKBN DIY telah berhasil memberi pemahaman kepada guru pentingnya pendidikan kependudukan terhadap peserta didik dan bagaimana penerapannya di sekolah, sehingga sekolah mau berpartisipasi dalam menerapkan program SSK.

Kata Kunci : Pemasaran Sosial, Sosialisasi, Sekolah Siaga Kependudukan

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah publikasi dengan judul:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL BADAN KEPENDUDUKAN DAN
KELUARGA BERENCANA NASIONAL DIY DALAM MENSOSIALISIKAN
PROGRAM SEKOLAH SIAGA KEPENDUDUKAN DI YOGYAKARTA TAHUN 2016-
2018**

Disusun oleh:

Ana Asfiah Macap
20150530255



**Yang Menyetujui,
Dosen Pembimbing**

Haryadi Arief Nur Rasyid, S. IP., M. Sc.

**Yang Mengetahui,
Kepala Prodi Ilmu Komunikasi**

Haryadi Arief Nur Rasyid, S. IP., M. Sc.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan jumlah kepadatan penduduk keempat terbanyak di dunia. “Mengutip data dari The Spectator Index terkait 20 negara dengan penduduk terbanyak di dunia, Indonesia berada diperingkat keempat dengan jumlah populasi penduduk sebanyak 265 juta jiwa” (<https://economy.okezone.com/read/2018/07/21/320/1925559/indonesia-penduduk-terbanyak-nomor-4-di-dunia-siapa-juaranya>). Hal ini sesuai dengan grafik proyeksi penduduk Indonesia berdasarkan hasil sensus penduduk 2010 oleh Badan Pusat Statistik pada situs resminya yang menunjukkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 265.015.000 jiwa (<https://www.bps.go.id/>).

Permasalahan kepadatan penduduk merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh negara berkembang. Kurangnya pemahaman yang dimiliki masyarakat akan pentingnya pengendalian jumlah penduduk menjadi faktor tingginya laju pertumbuhan penduduk di

Indonesia. Permasalahan kepadatan penduduk harus ditangani dengan serius agar tidak menimbulkan pertumbuhan penduduk yang tidak terkendali. “Angka pertumbuhan penduduk Indonesia cukup tinggi, yakni 1,49% , yang berarti tiap tahun penambahan penduduk mencapai 3,5-4 juta” (<http://id.beritasatu.com/home/pertumbuhan-penduduk-dan-bonus-demografi/177674>). Akibat dari pertumbuhan penduduk yang tidak terkendali dapat menimbulkan berbagai masalah. Masalah-masalah yang muncul akibat kepadatan penduduk yakni pengangguran, fasilitas pendidikan dan kesehatan yang kurang memadai, kebutuhan pangan dan air bersih yang meningkat, sampah yang semakin banyak serta berkurangnya lahan hijau. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan kepadatan penduduk berdampak pada berbagai aspek yakni aspek sosial, ekonomi, pendidikan, kesehatan bahkan lingkungan.

Edukasi akan pentingnya pengendalian jumlah penduduk merupakan upaya untuk mengubah perilaku masyarakat dalam hal

memiliki keturunan dengan menikah diusia yang ideal, merencanakan kehamilan, dan membatasi jumlah anak. Wawasan terhadap kependudukan ini tidak saja harus dipahami oleh orang dewasa maupun yang sudah berkeluarga tetapi juga generasi muda, agar dapat meningkatkan kesadaran dan kepedulian mereka terhadap isu kependuduk diusia dini. Generasi muda yang berkualitas merupakan penerus bangsa yang memiliki peluang dalam membangun bangsa. Adanya kesadaran dan kepedulian generasi muda terhadap masalah kependudukan dapat menumbuhkan rasa tanggungjawab mereka untuk ikut dalam menangani permasalahan kependudukan. Apalagi Indonesia akan menghadapi bonus demografi yang dapat menjadi peluang emas apabila memiliki generasi muda yang berkualitas. Namun sebaliknya akan menjadi bencana jika Indonesia tidak mempersiapkan generasi muda yang berkualitas. “Indonesia diprediksi akan mendapatkan bonus demografi pada tahun 2020-2030. Bonus demografi adalah jumlah usia angkatan kerja dengan usia 15-64

tahun mencapai 70 persen. Sedangkan 30 persen penduduknya berusia tidak produktif yaitu usia 14 tahun kebawah dan di atas 65 tahun (<https://kumparan.com/@kumparanbisnis/jokowi-indonesia-mendapat-bonus-demografi-tahun-2020-sampai-2030>).

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional atau BKKBN merupakan lembaga non kementerian yang bertugas di bidang pengendalian penduduk dan penyelenggaraan keluarga berencana. BKKBN memiliki peran penting dalam pembangunan berkelanjutan melalui program Kependudukan, Keluarga Berencana, dan Pembangunan Keluarga (KKBPK). Salah satu program KKBPK yaitu pendidikan kependudukan yang diberikan kepada masyarakat. Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 87 tahun 2014 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, Keluarga Berencana, dan Sistem Informasi Keluarga dalam pasal 11 ayat (1) menjelaskan bahwa dalam rangka pelaksanaan sinkronisasi kebijakan pengendalian kuantitas penduduk, pemerintah

menetapkan program dan kegiatan penyelenggaraan pengendalian kuantitas penduduk salah satunya yaitu dengan kerja sama pendidikan kependudukan.

Berdasarkan buku petunjuk teknis penerapan dan pengelolaan pendidikan kependudukan jalur formal (BKKBN, 2018) pendidikan kependudukan adalah upaya terencana dan sistematis untuk membantu masyarakat agar memiliki pengetahuan, pemahaman dan kesadaran tentang kondisi kependudukan serta keterkaitan timbal balik antara perkembangan kependudukan yaitu kelahiran, kematian, perpindahan serta kualitas penduduk dengan kehidupan sosial, ekonomi, kemasyarakatan, dan lingkungan hidup sehingga memiliki perilaku yang bertanggungjawab dan ikut peduli dengan kualitas hidup generasi sekarang dan mendatang. Upaya pemerintah dalam melakukan pendidikan kependudukan harus menjangkau setiap lapisan masyarakat sehingga pendidikan kependudukan ini dilakukan melalui jalur formal, non-formal dan informal. Pendidikan kependudukan melalui jalur formal

dilakukan melalui sekolah SD, SMP, SMA dan PT. Sedangkan jalur non-formal dilakukan melalui kediklatan dan jalur informal dilakukan langsung kepada masyarakat. Pendidikan kependudukan jalur formal di sekolah ini kemudian diimplementasikan melalui program Sekolah Siaga Kependudukan yang merupakan program berbasis nasional.

Menurut buku petunjuk teknis pengelolaan dan penerapan pendidikan kependudukan jalur formal (BKKBN, 2018) Sekolah Siaga Kependudukan (SSK) adalah sekolah yang mengintegrasikan pendidikan kependudukan, keluarga berencana dan pembangunan keluarga ke dalam mata pelajaran sesuai dengan pokok bahasan dan bukan merupakan mata pelajaran baru, sehingga tidak menambah jam kegiatan belajar mengajar. Tujuan dilaksanakannya program sekolah siaga kependudukan ini agar peserta didik memiliki sikap, pengetahuan, dan ketrampilan tentang kepedulian kependudukan. Program sekolah siaga kependudukan dapat meningkatkan pengetahuan peserta didik akan manfaat dan dampak dari

kependudukan. Program Sekolah Siaga Kependudukan merupakan wadah bagi program Kependudukan, Keluarga Berencana, dan Pembangunan Keluarga yang juga menasar generasi muda seperti program GenRe dan Pusat Informasi dan Konseling Remaja sehingga dapat berjalan berdampingan dan saling bersinergi. *Output* dari program SSK yaitu pemahaman tentang kependudukan, baik kuantitas, kualitas persebaran yang sesuai dengan daya dukung dan daya tampung, pentingnya kesehatan reproduksi dan pembentukan keluarga yang berkualitas serta diharapkan dapat meminimalisir perkawinan usia anak.

Pada pelaksanaannya program SSK tidak hanya mengintegrasikan materi-materi kependudukan ke dalam mata pelajaran tetapi juga dilengkapi dengan adanya Pojok Kependudukan. Pojok kependudukan merupakan tempat yang menyediakan informasi mengenai kependudukan, seperti mading, poster, maupun buku yang berisi materi-materi kependudukan. Pojok kependudukan ini kemudian

dikelola oleh siswa yang tergabung dalam kelompok pengurus.

Sudah semestinya upaya dalam pengendalian penduduk juga menasar generasi muda, dengan begitu diharapkan dapat mendorong generasi muda untuk merencanakan masa depannya dengan sebaik mungkin. Sebelum adanya program Sekolah Siaga Kependudukan yang pertama kali diresmikan pada tahun 2014 di Jawa Barat, terlebih dahulu digulirkan program BKKBN yang juga menjadikan remaja sebagai sasaran program yaitu Generasi Berencana atau GenRe pada tahun 2009.

Median umur kawin pertama (UKP) wanita kawin umur 25-49 berdasarkan karakteristik tempat tinggal, pendidikan, dan tingkat kekayaan dari data Survey Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) pada tahun 2017 menunjukkan perdesaan masih rendah yaitu 20,8 dari umur ideal wanita menikah yang seharusnya 21 tahun. Selain itu wanita berpendidikan rendah dan kuintil kekayaan terbawah juga mempunyai median usia kawin yang

rendah yaitu masing-masing 18,2 tahun dan 20,4 tahun. Peningkatan atau pendewasaan usia perkawinan menjadi penting karena pernikahan usia muda penuh dengan resiko. Pernikahan usia muda dapat menimbulkan masalah kekerasan dalam rumah tangga, pendidikan yang terputus, masalah ekonomi, dan resiko kesehatan yang disebabkan karena hamil diusia muda. Di Yogyakarta sendiri, median umur kawin pertama wanita berada pada umur 23,8 tahun dimana menjadi provinsi kedua dengan median UKP yang tertinggi setelah DKI Jakarta dengan median UKP wanita 23,9 tahun.

Hasil dari Survey Demografi dan Kesehatan Indonesia 2017 juga menunjukkan presentase wanita umur 15-19 yang sudah melahirkan atau sedang hamil anak pertama menurut provinsi. Presentase DI Yogyakarta yaitu 2,6 sedangkan DKI Jakarta 1,8. Menurut karakteristik latar belakang, presentase remaja wanita di perdesaan yang telah menjadi ibu jauh lebih tinggi dibandingkan dengan yang tinggal diperkotaan. Selain itu semakin tinggi tingkat

pendidikan dan tingkat kekayaan, semakin rendah presentase remaja yang telah menjadi ibu. Hingga tahun 2018 BKKBN DIY telah meresmikan enam Sekolah Siaga Kependudukan yang tersebar di setiap kabupaten/kota Yogyakarta.

Tabel 1. Daftar Sekolah Siaga Kependudukan di DIY tahun 2017-2018

No	Nama Sekolah	Kota/Kabupaten
1	SMA Bokpri 1	Yogyakarta
2	SMA Negeri 1 Pengasih	Kulon Progo
3	SMP Negeri 1 Galur	Kulon Progo
4	SMP Negeri 1 Seyegan	Sleman
5	SMA Negeri 2 Wonosari	Gunung Kidul
6	SMA Negeri 1 Banguntapan	Bantul

Sosialisasi mengenai suatu program merupakan hal yang penting untuk mengenalkan program yang dilaksanakan kepada target sasaran dan untuk meningkatkan partisipasi program. Sebagai sebuah program yang baru, sosialisasi merupakan strategi komunikasi BKKBN DIY untuk mengenalkan program SSK. Berdasarkan penjelasan di atas bahwa program SSK sebagai program yang baru dijalankan oleh BKKBN DIY, membutuhkan strategi komunikasi dalam hal ini sosialisasi untuk meningkatkan partisipasi sekolah supaya mengintegrasikan pendidikan kependudukan pada mata pelajarannya dan menyediakan pojok kependudukan melalui program SSK. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul penelitian “Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional DIY dalam Mensosialisasikan Program Sekolah Siaga Kependudukan di Yogyakarta Tahun 2016-2018”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif yaitu dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data. Validitas data menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Tahap Analisis dan Pemilihan Target Sasaran

Latar belakang diadakannya program ini karena jumlah penduduk Indonesia yang tinggi, angka kelahiran nasional, laju pertumbuhan penduduk yang cepat, masalah perkawinan usia anak serta rata-rata lama sekolah yang tidak sesuai dengan program wajib belajar 12 tahun. Program SSK merupakan bentuk upaya pendidikan kependudukan kepada generasi muda agar memahami berbagai permasalahan kependudukan sehingga bisa peduli dan menerapkan

ke dalam perilaku yang mendukung dalam pengendalian jumlah penduduk.

Program SSK adalah salah satu implementasi Pendidikan Kependudukan jalur formal yang menasar generasi muda khususnya pelajar SD, SMP dan SMA. Menasar generasi muda dalam mengedukasi isu-isu kependudukan sudah semestinya dilakukan agar mereka dapat memahami dan peduli terhadap isu-isu kependudukan sejak dini. Wawasan tentang kependudukan sendiri sangat luas, diantaranya tentang manfaat dan dampak jumlah penduduk, mobilitas penduduk, pemahaman kesehatan reproduksi remaja dan lainnya. Dengan adanya pemahaman dan kepedulian terhadap isu-isu kependudukan diharapkan dapat mempengaruhi perilaku-perilaku remaja yang mendukung dalam mengatasi permasalahan kependudukan di Indonesia salah satu satunya dengan tidak melakukan perkawinan usia anak. Pada tahap analisis sebagai tahapan pertama dalam melaksanakan pemasaran sosial, BKKBN DIY tidak

melaksanakan hal tersebut karena program SSK merupakan program yang dibentuk oleh BKKBN Pusat dengan analisis lingkungan di Indonesia secara keseluruhan, sehingga tidak ada latar belakang khusus maupun analisis yang dilakukan BKKBN DIY di Yogyakarta. Sebagai perwakilan BKKBN provinsi, BKKBN DIY hanya meneruskan program dari pusat.

Peran pendidikan kependudukan sangat penting dalam memberikan edukasi kepada generasi muda agar mereka memiliki kesadaran dan kepedulian terhadap permasalahan kependudukan yang ada serta dapat membentuk perilaku yang mendukung kehidupan masa depan mereka yang lebih baik. Pada pemilihan target sasaran program SSK, BKKBN DIY juga tidak melakukan hal itu karena kembali lagi program SSK merupakan program nasional yang dibentuk oleh BKKBN pusat sehingga pemilihan target sasaran juga dilakukan oleh BKKBN pusat. Dari temuan data tersebut, walaupun BKKBN DIY tidak melakukan analisis dan

pemilihan target sasaran di Yogyakarta, menurut peneliti analisis maupun temuan data-data berupa permasalahan kependudukan di Indonesia dan generasi muda yaitu pelajar sekolah sebagai target sasaran dinilai sudah sesuai dengan tujuan dalam memberi pemahaman kepada generasi muda mengenai kependudukan sejak dini untuk mengurangi permasalahan kependudukan salah satunya perkawinan usia anak.

b. Tahapan Bauran Pemasaran Sosial

1) *Product* (produk)

Menetapkan produk sosial harus sesuai dengan target sasaran dan target capaian. Produk program Sekolah Siaga Kependudukan yang ditawarkan adalah gagasan atau ide agar para siswa dapat memahami dan peduli terhadap berbagai permasalahan kependudukan yang luas dan mengimplentasikan ke dalam kehidupannya sehingga mereka dapat merencanakan masa depannya sebaik mungkin serta tidak melakukan perkawinan usia anak, karena salah satu *output* dari

program SSK ini yaitu meminimalisir perkawinan usia anak. Produk program SSK sudah cukup tepat karena secara umum sudah sesuai dengan target sasaran dan target capaian.

2) *Price* (harga)

Pojok Kependudukan dikelola secara mandiri oleh sekolah melalui siswa yang tergabung dalam kelompok kepengurusan. Terdapat pengeluaran biaya berupa *monetary cost* dalam pengelolaan pojok kependudukan. Kotler dalam Pudjiastuti (2016:13) membagi bentuk *price* dalam pemasaran ke dalam dua kelompok yaitu *monetary cost* dan *non monetary cost*. *Monetary cost* berupa sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk sosial sedangkan *non monetary cost* berupa waktu yang dikorbankan untuk mendapatkan produk sosial. Selain itu terdapat kegiatan-kegiatan di sekolah yang menyisipkan program SSK di dalamnya seperti lomba puisi tentang kependudukan saat Bulan Bahasa di SMA Bokpri 1 atau

membuat *stand* pojok kependudukan saat *school fair* di SMA 1 Banguntapan yang tentunya terdapat pengeluaran biaya dari kegiatan-kegiatan tersebut. Hal ini menunjukkan pengeluaran biaya dari program SSK tidak membebani sekolah karena tiap sekolah berbeda-beda tergantung dari kreatifitas masing-masing sekolah dalam mengelola program SSK di sekolahnya. BKKBN DIY sendiri tidak mewajibkan sekolah yang telah menerapkan program SSK untuk menggelar kegiatan khusus bagi program SSK di sekolah.

3) *Place* (tempat)

Pentingnya pendidikan kependudukan agar dapat didistribusikan kepada peserta didik, maka BKKBN DIY menargetkan agar program SSK terdapat setidaknya satu di setiap SMP dan SMA yang berada di kabupaten/kota DIY pada tahun 2018. Selanjutnya dengan adanya sekolah-sekolah yang telah menerapkan program SSK, BKKBN DIY berharap dapat

dicontoh oleh SMP dan SMA lainnya yang berada di wilayah DIY sehingga jumlah sekolah yang menerapkan program SSK terus meningkat dan semakin banyak peserta didik yang memahami pendidikan kependudukan. Pemilihan tempat produk sosial SSK sejauh ini sudah cukup tepat untuk distribusi pendidikan kependudukan kepada peserta didik SMP dan SMA. Kedepannya BKKBN DIY dapat mendistribusikan pendidikan kependudukan ke peserta didik SD.

4) *Partnership* (kemitraan)

Dalam menjalankan program SSK, BKKBN DIY menjalin kerjasama dengan beberapa pihak terkait. Mitra kerjasama penting untuk memudahkan pengelolaan program dan mendukung keberlangsungan program. Kerjasama juga dilakukan agar memudahkan BKKBN DIY dalam mejaring sekolah-sekolah dalam kegiatan sosialisasi program SSK. Mitra kerjasama BKKBN DIY sudah sesuai dengan kebutuhannya agar dapat sampai kepada target

sasaran yaitu SMP dan SMA. Mitra BKKBN DIY dalam menjalankan program SSK yaitu :

1. Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga Provinsi DIY yang memiliki wewenang dan tanggungjawab terhadap Sekolah Menengah Atas
2. Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten/Kota yang memiliki wewenang dan tanggungjawab terhadap Sekolah Menengah Pertama
3. Kementerian Agama yang memiliki wewenang dan tanggungjawab terhadap sekolah Madrasah
4. Organisasi Perangkat Daerah (OPD) KB Provinsi yang mempunyai tugas melaksanakan program pengendalian kependudukan dan keluarga berencana wilayah provinsi
5. Organisasi Perangkat Daerah (OPD) KB Kabupaten/Kota yang mempunyai tugas melaksanakan program pengendalian kependudukan dan keluarga berencana wilayah kabupaten/kota

5) *Policy* (kebijakan)

Kebijakan yang mendukung pemasaran sosial program SSK yaitu UUD Nomor 52 tahun 2009 pasal 21 tentang kebijakan keluarga berencana salah satunya usia ideal perkawinan di mana perempuan berumur 20 tahun dan laki-laki berumur 25 tahun. Kebijakan ini sudah sesuai dengan *output* yang ingin dicapai untuk meminimalisir perkawinan usia anak. Sebagai masukan kepada BKKBN, BKKBN dapat membantu dengan mendorong adanya peraturan baru mengenai usia perkawinan di Indonesia yang diatur dalam UU Nomor 1 tahun 1974 yaitu perempuan 16 tahun dan laki-laki 19 tahun. Agar terjadi pendewasaan usia perkawinan dan target untuk meminimalisir perkawinan usia anak dapat tercapai.

c. Perencanaan Program

Perencanaan program yang dilakukan BKKBN DIY sudah cukup tepat untuk dapat sampai kepada target sasaran SMP dan SMA yaitu dengan berkoordinasi

dengan mitra kerjasama, dinas pendidikan baik provinsi maupun kabupaten/kota dan OPD KB provinsi maupun kabupaten/kota.

d. Memantau dan Mengevaluasi

Kegiatan memantau dan mengevaluasi program SSK oleh BKKBN DIY sifatnya dilakukan masih semacam pendampingan kepada sekolah. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan instrumen penilaian yang disusun oleh BKKBN Pusat. Instrumen penilaian tersebut untuk menilai pelaksanaan program SSK di sekolah. Namun untuk saat ini belum ada kegiatan evaluasi oleh BKKBN DIY secara langsung ke sekolah, hanya berupa komunikasi dengan sekolah untuk melihat perkembangan berjalannya program SSK di sekolah. Untuk kegiatan evaluasi sendiri sebaiknya mulai dilakukan secara berkelanjutan oleh BKKBN DIY dengan instrumen penilaian dari BKKBN Pusat, agar dapat mengetahui progres setiap sekolah yang menerapkan program SSK. Sehingga adanya kekurangan

dalam pengelolaan program SSK oleh sekolah maupun BKKBN DIY dapat dibenahi.

2. Komunikasi Pemasaran Sosial Program Sekolah Siaga Kependudukan

Kegiatan promosi program SSK dilakukan terutama melalui pendekatan langsung atau *personal communication*. Kotler (1989:221) mengatakan promosi dan penyampaian produk sosial sangat tergantung pada kualitas komunikasi interpersonal, interaksi, dan layanan yang disediakan oleh pemasar sosial. *Personal communication* digunakan di hampir setiap aspek promosi produk sosial. Promosi yang dilakukan BKKBN DIY bertujuan untuk mensosialisasikan program SSK kepada SMP dan SMA. Sosialisasi dilakukan untuk mengenalkan program dan menawarkan program kepada sekolah agar menerapkan integrasi isu-isu kependudukan ke dalam mata pelajaran. Berikut kegiatan sosialisasi program SSK yang

dilakukan oleh BKKBN DIY berdasarkan hasil wawancara :

- 1) Penyusunan modul pendidikan kependudukan yang dilakukan pada tahun 2016 dengan mengikutsertakan guru SMP dan SMA.
- 2) *Workshop* Pendidikan Kependudukan yang dilakukan dengan mengundang kepala-kepala sekolah yang dimaksudkan untuk mengenalkan tentang program Sekolah Siaga Kependudukan.
- 3) Audiensi kepada Kepala Sekolah dilakukan untuk menawarkan program dan melihat apakah sekolah berminat untuk menerapkan program sekolah siaga kependudukan pada sekolahnya.
- 4) Sosialisasi kepada warga sekolah dilakukan setelah sekolah setuju untuk menerapkan program sekolah siaga kependudukan. Sosialisasi ditujukan kepada guru dan murid sebelum

program diluncurkan di sekolah.

- 5) *Website* CIS Dalduk dan BKKBN DIY yang terdapat informasi mengenai program SSK dan materi-materi pendidikan kependudukan
- 6) Media cetak berupa buku petunjuk teknis dan pedoman pengelolaan program SSK serta materi pendidikan kependudukan

Berdasarkan hasil wawancara BKKBN DIY mensosialisasikan program SSK melalui komunikasi tatap muka dan juga melalui media seperti *website* serta media cetak berupa buku. Sosialisasi program SSK diadakan pada tahun 2016 dalam kegiatan penyusunan modul pendidikan kependudukan yang melibatkan Dinas DIKPORA DIY serta guru SMP dan SMA. Pada kegiatan tersebut disampaikan program SSK yang akan digulirkan di Yogyakarta dan dijelaskan apa itu program Sekolah Siaga Kependudukan. Menurut peneliti kegiatan penyusunan modul pendidikan kependudukan yang

diselenggarakan sudah tepat untuk sekaligus menyampaikan informasi mengenai program SSK yang akan digulirkan, di samping karena modul pendidikan kependudukan tersebut sebagai alat penunjang yang akan digunakan untuk bahan materi pembelajaran.

Berikutnya kegiatan *workshop* pendidikan kependudukan yang ditujukan bagi kepala SMP dan SMA. Kegiatan *workshop* ini bertujuan untuk mensosialisasikan program SSK dengan memaparkan informasi tentang program SSK. Pada kegiatan *workshop* pendidikan kependudukan dijelaskan tujuan utama program SSK serta pentingnya pendidikan kependudukan kepada generasi muda. Informasi yang diberikan dalam *workshop* berupa pandangan perkembangan kependudukan dan isu-isu kependudukan yang mejadi tren. Dari *workshop* ini BKKBN DIY berharap dapat menumbuhkan kepedulian dan minat sekolah agar mau menerapkan SSK di sekolahnya dengan mengintegrasikan isu-isu kependudukan ke dalam mata

pelajaran dan membuat pojok kependudukan.

Komunikator dalam kegiatan *workshop* pendidikan kependudukan diantaranya yaitu dari Pusat Studi Kependudukan dan Kebijakan (PSKK) UGM yang menyampaikan pentingnya kesadaran dan pemahaman tentang isu kependudukan. Di samping itu PSKK UGM menjelaskan bahwa laju pertumbuhan penduduk mengalami percepatan dalam kurun waktu yang singkat, sehingga perlu untuk mengendalikan jumlah penduduk. Kemudian dari Dinas DIKPORA DIY menyampaikan pentingnya materi pendidikan kependudukan untuk disampaikan peserta didik dan dapat dipahami. Selain itu juga Kepala SMA Bokpri 1 sebagai sekolah pertama yang menerapkan SSK di Yogyakarta menyampaikan tentang bagaimana penerapan SSK di sekolah. Menurut peniliti kegiatan *workshop* pendidikan kependudukan yang diselenggarakan sudah tepat dalam mensosialisasikan program SSK. Komunikator yang menyampaikan pesan atau informasi dalam

sosialisasi memiliki pemahaman yang sesuai tentang isu kependudukan dan pendidikan kependudukan maupun program SSK. Pesan yang disampaikan dalam sosialisasi juga tepat untuk memberi pemahaman kepada pihak sekolah terhadap pentingnya pendidikan kependudukan dan bagaimana penerapan program SSK di sekolah.

Selanjutnya kegiatan sosialisasi program SSK yang dilakukan oleh BKKBN DIY yaitu dengan audiensi kepada Kepala Sekolah. Audiensi ke kepala sekolah dimaksudkan untuk menawarkan dan melihat apakah sekolah berminat dan berkomitmen untuk menerapkan program SSK di sekolahnya. Informasi yang disampaikan dalam audiensi diantaranya yaitu dengan dicanangkannya SSK di sekolah berarti sekolah berkomitmen untuk menyediakan sarana pra sarana terkait program SSK yang dananya dari sekolah sendiri. Selain itu disampaikan manfaat pojok kependudukan yang dapat mendukung perpustakaan dan dapat

meningkatkan kreatifitas siswa melalui pembuatan mading juga melatih peserta didik untuk berorganisasi melalui kelompok pengurus pojok kependudukan yang dibentuk dengan SK dari kepala sekolah. Di samping itu juga disampaikan tahap-tahap pembentukan SSK di sekolah yaitu yang pertama menetapkan Guru atau bidang yang mengelola program di sekolah. Kemudian tempat yang akan dijadikan pojok kependudukan serta menentukan pelaksanaan sosialisasi program SSK kepada Guru dan Siswa sebelum program dicanangkan. Menurut peneliti audiensi kepada kepala sudah tepat untuk dilakukan mengingat audiensi ini sebagai tindak lanjut dari *workshop* pendidikan kependudukan untuk menawarkan program SSK pada kepala sekolah. Audiensi memungkinkan komunikasi secara langsung dan umpan balik antara BKKBN DIY dengan pihak sekolah dalam mengkomunikasikan program SSK.

Setelah sekolah dalam hal ini melalui kepala sekolah berkomitmen untuk menerapkan program SSK, kemudian diadakan sosialisasi di sekolah mengenai program SSK dan Pojok Kependudukan kepada warga sekolah yakni guru dan siswa. Sosialisasi ini bertujuan untuk mengenalkan SSK kepada guru-guru dan siswa sebelum program akhirnya dicanangkan di sekolah yang bersangkutan. Menurut peneliti sosialisasi kepada warga sekolah tepat untuk dilakukan mengkomunikasikan program SSK kepada warga sekolah, karena sebelumnya hanya beberapa guru yang menerima atau mengikuti sosialisasi tentang program SSK.

BKKBN DIY juga menginformasikan program SSK melalui media *website* CIS atau *Centralized Information System* yang dikelola oleh BKKBN Pusat dan *website* BKKBN DIY yang dikelola oleh bidang ADPIN. Di dalam *website* tersedia informasi seperti pedoman atau petunjuk teknis program SSK dan materi-materi pendidikan kependudukan

yang bisa diunduh. Namun dari segi kuantitas informasi yang disediakan tentang program SSK, *website* CIS Dalduk lebih lengkap dibandingkan dengan *website* BKKBN DIY. Sosialisasi tatap muka lebih diutamakan oleh BKKBN DIY karena lebih efektif dan memudahkan komunikasi dalam memahami informasi yang diberikan. Hal ini karena terjadi komunikasi dua arah antara BKKBN DIY dengan komunikasi dan untuk *website* sendiri dianggap tidak semua memiliki minat untuk mengakses. Menurut peneliti informasi mengenai program SSK di *website* perlu ditingkatkan terutama melalui *website* BKKBN DIY mengingat fungsi dari *website* pemerintah untuk memudahkan tersampainya informasi kepada publik.

Selain sosialisasi melalui *website*, BKKBN DIY juga berupaya membuat media cetak berupa buku yang berisi informasi mengenai program SSK. Buku seperti pedoman pengelolaan dan petunjuk teknis penerapan program SSK akan membantu pihak sekolah

dalam memahami penerapan program SSK. Hanya saja buku-buku yang didistribusikan kepada sekolah yang berpartisipasi dalam program SSK ini masih terbatas karena keterbatasan dana dalam mencetak buku.

Tanggapan dari Kepala sekolah maupun guru yang berpartisipasi dalam sosialisasi program SSK mengenai kegiatan sosialisasi SSK yang dilaksanakan oleh BKKBN DIY berdasarkan hasil wawancara yaitu pihak sekolah memperoleh informasi tentang apa itu program SSK, pojok kependudukan, tujuan dan manfaat dari program SSK serta pentingnya materi kependudukan untuk dipahami oleh peserta didik. Guru menjadi paham adanya program SSK ini sebagai salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memberi pemahaman kepada peserta didik mengenai permasalahan kependudukan yang luas terutama edukasi tentang kesehatan reproduksi bagi anak. Guru juga menjadi paham pelaksanaan program Sekolah Siaga Kependudukan yaitu isu-isu

kependudukan yang dimasukkan ke dalam kegiatan belajar mengajar, disisipkan dan disesuaikan dengan materi mata pelajaran. Sehingga manfaat yang ditimbulkan bukan hanya perilaku mendukung peserta didik yang dapat mengurangi permasalahan kependudukan tetapi juga lingkungan sekolah yang sadar akan isu-isu kependudukan dan menyebarkannya di dalam lingkungan sekolah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemaparan dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka secara garis besar dapat disimpulkan :

1. Kegiatan sosialisasi program Sekolah Siaga Kependudukan yang dilakukan BKKBN DIY mengutamakan komunikasi tatap muka atau secara langsung karena dianggap lebih efektif karena memungkinkan umpan balik antara BKKBN DIY dengan komunikan dan memudahkan pemahaman komunikan dibandingkan dengan komunikasi melalui media. Tahapan pemasaran sosial yang

dilakukan BKKBN DIY walaupun tidak melakukan analisis dan pemilihan target sasaran karena hanya meneruskan program dari pusat, perencanaan dan implementasi dalam mengkomunikasikan program SSK sudah tepat selain itu bauran pemasaran sosial yang ditetapkan juga sudah sesuai dengan target sasaran dan target capaian. Di samping itu, kegiatan monitoring dan evaluasi belum dilakukan secara maksimal karena dari BKKBN DIY sendiri belum melakukan evaluasi mengenai pelaksanaan program SSK di sekolah sehingga belum diketahui bagaimana pemahaman tentang kependudukan dan tercapainya perilaku untuk tidak melakukan perkawinan dini oleh peserta didik.

2. Tanggapan dari Kepala sekolah maupun guru yang berpartisipasi dalam sosialisasi program SSK mengenai kegiatan sosialisasi SSK yang dilaksanakan oleh BKKBN DIY yaitu tersampainya informasi tentang apa itu program SSK,

pojok kependudukan, tujuan dan manfaat dari program SSK serta pentingnya materi kependudukan untuk dipahami oleh peserta didik. Sekolah memperoleh informasi yang dibutuhkan mengenai program SSK sehingga bersedia untuk menerapkan program SSK pada sekolahnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Andreasen, Alan R. 1995. *Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment*. San Fransisco : Jossey-Bass

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. 2018. *Survei Demografi dan Kesehatan 2017*. Jakarta

Bensley, Robert J. dan Jodi Brookins-Fisher. 2009. *Metode Pendidikan Masyarakat*. Jakarta : ECG

Belch, George E. dan Michael A. Belch. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications and Perspective*. New York : McGraw-Hill

- Bungin, Burham. 2015. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Prenada Media Group
- Direktorat Kerjasama Pendidikan Kependudukan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. 2018. *Petunjuk Teknis Pengelolaan dan Penerapan Pendidikan Kependudukan Jalur Formal*. Jakarta
- _____. 2017. *Pedoman Pengelolaan Pendidikan Kependudukan melalui Sekolah Siaga Kependudukan (SSK) di SMP, SMA dan Sederajat*. Jakarta
- Herdiansyah, Haris. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika
- Kotler, Philip dan Eduardo L. Roberto. 1989. *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. New York : The Free Press
- Kotler, Philip dkk. 2002. *Social Marketing: Improving the Quality of Life*. California : SAGE Publications, Inc
- Lee, Nancy R. dan Philip Kotler. 2012. *Social Marketing Influencing Behaviors for Good*. US : SAGE Publications, Inc
- Nasution, Zulkarimen. 2004. *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2016. *Social Marketing Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Rakhmat, Jalaluddin dan Idi Subandy Ibrahim. 2017. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

JURNAL

- Hidayat, Rachmat dan Andriani Kusumawati. 2017. "Social Marketing Implementation in Financial Company to Enhance Customers' Insight". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50 (2), 171-179.
- Luthfiana, Innez Irma dan Dessy Kania. 2014. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap Brand Awareness Ombudsman Republik Indonesia". *Journal Communication Spectrum*, Vol. 4 (1), 24-42.
- Mayasari In. 2012. The Perspectives to Understand Social Marketing as an Approach in Influencing Consumer Behavior for Good". *Gadjah Mada International Journal of Business*, Vol. 14 (2), 163-182.
- Nurjaman, Ichsan Muhammad dan Atik Aprianingsih. 2015. "Social Marketing Campaign to Increase Fish Consumption for College Students in Bandung". *Journal of Business and Management*, Vol. 4 (7), 743-754.
- Nuvriasari, Audita. 2012. "Mengelola Hubungan dengan Pelanggan pada Praktik Pemasaran Business to Business (B2B) dengan Orientasi Penciptaan Loyalitas". *Jurnal Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 13 (1), 15- 28.
- Purba, Riska Merinda dan M. Kholid Mawardi. 2017. "The Influence of Social Marketing Campaign on Buying Decision : Survey on Students Brawijaya University's Perspective about 100% Cinta Indonesia Campaign". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5 (4), 131-138.
- Tjandra, Conny dan Jofi Puspa. 2012. "Social Marketing in Promoting Health Behavior : A Role Of Psychological Set". *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol 16 (2), 218-231.
- Sagala, Riski Bayuni dan Yatri Indah Kusumastuti. 2017. "Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Kampanye Sustainable Seafood WWF-Indonesia". *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, Vol. 1 (1), 55-64.
- Utomo, Surisno Satriyo. 2013. "Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap Kesadaran Hidup Sehat Peternak di Kecamatan Selo

Boyolali”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*,
Vol. 11 (1), 59-67.

Zuhdi, Saefudin dan Rini Syarif.
2013. “Analisis Strategi Sosial

Marketing dalam Meningkatkan
Volume Penjualan”. *Jurnal Ilmiah
Manajemen Kesatuan*, Vol. 1
(1), 1-12.