

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN DATA

Pada bab tiga ini akan dikemukakan mengenai penyajian data dan analisis data. Data-data yang tersaji berupa hasil dari penelitian yang dilakukan di Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) Kota Yogyakarta dan beberapa kecamatan di Kota Yogyakarta. Di dalam bab ini akan dijelaskan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi komunikasi DPPKB Kota Yogyakarta dalam mensosialisasikan program vasektomi tahun 2018.

Hasil yang ada di dalam penelitian ini berdasarkan data-data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian strategi komunikasi, sedangkan studi dokumentasi berupa foto-foto kegiatan yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dan PLKB dalam mensosialisasikan program vasektomi ke masyarakat.

A. SAJIAN DATA

1.1. Perencanaan Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Strategi komunikasi sendiri merupakan suatu panduan dari sebuah perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan juga manajemen

(*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi sangatlah diperlukan, khususnya untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak, apalagi dalam lembaga pemerintahan yang merupakan lembaga pelayanan publik. Strategi komunikasi yang efektif selalu diawali dengan sebuah perencanaan, hal ini karena perencanaan yang matang merupakan kunci keberhasilan dari suatu kegiatan. Program KB dengan metode kontrasepsi jangka panjang untuk pria yaitu MOP atau vasektomi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta ini bertujuan untuk mengatur angka kelahiran dan untuk pengendalian penduduk sehingga nantinya diharapkan agar masyarakat khususnya di Kota Yogyakarta mempunyai kehidupan yang sejahtera. Agar sosialisasi mengenai program vasektomi ini berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target-target yang sudah ditentukan, maka diperlukanlah sebuah strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi merupakan perancangan yang mendetail mengenai rencana-rencana teknis dan juga langkah-langkah komunikasi yang dijalankan organisasi baik itu untuk jangka panjang maupun jangka pendek dengan sasaran untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan. Seperti yang diungkapkan oleh Kepala Bidang Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga Ibu Herristanti:

Program vasektomi ini diharapkan dapat mengatur angka kelahiran dan pengendalian penduduk sehingga nantinya masyarakat khususnya yang ada di Kota Yogyakarta mempunyai kehidupan yang sejahtera dengan pengetahuan yang baik tentang program keluarga berencana

terutama program vasektomi. (wawancara kepala bidang keluarga berencana dan pembangunan keluarga berencana, 27 Maret 2019).

Dalam sosialisasinya DPPKB Kota Yogyakarta tidak sendirian, mereka dibantu juga oleh Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) yang ada disetiap kecamatan di Kota Yogyakarta. Petugas lapangan inilah yang nantinya turun serta kedalam sosialisasi di masyarakat dengan arahan yang sudah ditetapkan oleh DPPKB Kota Yogyakarta. Untuk mendukung adanya strategi komunikasi yang baik, adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam perencanaan menginformasikan program vasektomi dilakukan dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut ini.

1. Analisis Data

Dalam analisis data yang dimaksudkan ini yaitu riset mengenai target sasaran sosialisasi yang akan dituju nantinya. Pada analisis data ini DPPKB Kota Yogyakarta tidak sendirian. DPPKB Kota Yogyakarta dibantu dengan PLKB yang ada di tiap-tiap wilayah. Selanjutnya yang akan mengolah data tersebut untuk dijadikan target sosialisasinya adalah PLKB yang ada di masing-masing kecamatan di Kota Yogyakarta. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Dyah Widyastuti sebagai berikut:

Kitakan bekerja sama juga dengan teman-teman yang ada di lapangan yaitu Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) yang ada di tiap-tiap wilayahnya. Nah teman-teman KB atau PLKB ini yang akan menyampaikan kepada warga. Jadi sebelum menyampaikan sosialisasi kepada warga, teman-teman yang di lapangan itu mempunyai data, datanya itu berisi tentang keluarga yang belum dan sudah ber-KB mana dan anaknya ada berapa banyak. Kemudian didatangi dan nanti baru diajak mengikuti sterilisasi untuk metode kontrasepsi jangka panjang mungkin kalau misalnya sebelumnya mereka hanya menggunakan

metode kontrasepsi jangka pendek atau untuk bapak-bapaknya diajak untuk MOP atau vasektomi. (wawancara dengan kepala seksi bidang keluarga berencana, 28 Maret 2019)

Setiap PLKB mempunyai data-data yang didapatkan dari kader-kader yang biasanya melapor dalam bentuk angka dan nama. Data yang dimaksudkan ini adalah data pasangan usia subur (PUS) yang ada di setiap kecamatan yang nantinya akan menjadi target sasaran untuk sosialisasi program vasektomi. Target sasaran ini adalah para pria yang merupakan pasangan suami istri dan tergolong dalam PUS tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sudaryati berikut ini:

Yang saya lakukan pertama kali ialah harus mempunyai datanya terlebih dahulu, sayakan punya data di komputer itu mbak. Jadi tiap bulannya harus online, dan kader itu biasanya laporan dalam bentuk angka atau juga dalam bentuk nama. Jadi saya punya nama pasangan usia subur per-RW dan mereka para kader di wilayah punya nama per-RT. (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) 12 April 2019)

Agar sosialisasi vasektomi tidak salah sasaran makanya harus diadakan analisis data terlebih dahulu. Hal ini guna untuk memudahkan PLKB dalam melakukan sosialisasi program vasektomi. Program vasektomi ini diarahkan agar bapak-bapak yang merupakan PUS ini dapat ikut berperan aktif dalam program KB yang sudah disediakan oleh pemerintah melalui DPPKB Kota Yogyakarta. Selain itu juga untuk menjelaskan bahwa KB itu bukan hanya urusan wanita, tetapi pria juga harus ikut serta dalam program KB.

2. Menentukan Komunikator

Dalam proses menginformasikan program vasektomi ini yang berperan sebagai komunikator atau penyampai pesan adalah DPPKB Kota Yogyakarta. Sebagai komunikator, DPPKB Kota Yogyakarta bertugas untuk menginformasikan dan menjelaskan mengenai program vasektomi kepada khalayak sasaran. Tetapi disini DPPKB Kota Yogyakarta tidak menjadi komunikator tunggal dalam menginformasikan program vasektomi, DPPKB Kota Yogyakarta juga bekerja sama dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB). PLKB adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau non Pegawai Negeri Sipil yang diangkat oleh pejabat yang berwenang untuk melaksanakan berbagai program Kependudukan dan Keluarga Berencana (KKB). Mereka yang merencanakan, menggalang, mengelola, menggerakkan, mendata, memberdayakan, serta bermitra dan bekerja sama dengan berbagai pihak dan instansi masyarakat di berbagai tatanan sosial untuk mencapai tujuan luhur, yaitu mewujudkan Rakyat Indonesia yang sejahtera lewat keluarga yang harmonis dan terencana dengan baik. Selain DPPKB dan PLKB, sosialisasi program vasektomi ini juga dibantu dengan narasumber lain seperti yang disampaikan Ibu Dyah Widyastuti sebagai berikut:

Kitakan bekerjasama juga dengan teman-teman yang ada di lapangan yaitu Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) yang ada di tiap-tiap wilayahnya. Nah teman-teman KB atau PLKB ini yang akan menyampaikan kepada warga. Selain itu juga mendatangkan dokter kalau ada anggaran untuk sosialisasinya. Dan juga tidak hanya teman-teman petugas lapangan KB yang notabennya ASN tapi dia (PLKB) juga akan

meminta tolong dari kader-kader. Kader KB ini biasanya diajak dan menjelaskan mengenai testimoni karenakan mereka sudah melakukan program vasektomi duluan ya mbak. (wawancara Kepala Seksi Bidang Keluarga Berencana, 28 Maret 2019).

Setiap Komunikator dalam menginformasikan program vasektomi kepada masyarakat memiliki kompetensi masing-masing sesuai dengan bidang pekerjaannya, setiap narasumber memberikan materi sesuai dengan ilmu yang dimilikinya.

1. DPPKB Kota Yogyakarta dalam program vasektomi memberikan materi tentang kependudukan, keluarga berencana dan pembangunan keluarga.
2. PLKB menjelaskan mengenai kependudukan, kesehatan reproduksi, dan jenis alat kontrasepsi.
3. Dokter urologi yang merupakan dokter spesialis yang mempelajari ilmu tentang saluran kemih (urologi). Dokter urologi ini biasanya ditunjuk oleh BKKBN Provinsi DIY untuk memberikan materi yang menyangkut masalah reproduksi pria dan konsultasi seputar program vasektomi.
4. Kader KB pria memberikan testimoni-testimoni yang menyangkut persoalan program vasektomi.

Pada saat pelaksanaan dilapangan terdapat beberapa kendala dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik maka diperlukannya strategi-strategi

komunikasi yang baik. Berikut tanggapan dari PLKB Kecamatan Gondomanan pada saat penyampaian pesan:

Setelah bertemu dengan calonnya, saya tidak bisa langsung berbicara mengenai vasektomi, saya harus “muter-muter” terlebih dahulu. Jadi tidak bisa ngomong langsung ke inti tujuannya, saya harus memperkenalkan diri saya siapa, terus kesini tujuannya untuk apa, kemudian memberikan pemahaman mengenai kependudukan artinya permasalahan kependudukan, setelah membahas pemersalahan kependudukan barulah saya menyerempet-nyerempet ke KB. Apasih gunanya KB, kenapa sih harus adanya KB, kemudian ada beberapa macam jenis alat kontrasepsi yang saya sampikan. Dan yang saja jelaskan itu semuanya sesuai dengan kemampuan daya, yakan saya sendiri bukan orang medis, dan lebih kepada penggerakkan dan pemahaman saja. Nah kemudian disitu terjadi bermacam-macam penjelasan, karena masyarakat itu rata-rata sudah tau yang namanya vasektomi (wawancara langsung Kepada Ibu Sudaryati PLKB Kecamatan Gondomanan, 11 April 2019).

Sebagai komunikator yang baik maka diperlukan strategi-strategi komunikasi yang efektif agar pesan yang diinginkan dapat tersampaikan dan dapat dipahami dengan mudah oleh komunikan, serta tidak terlalu cepat dan jelas dalam berbicara saat menyampaikan materi merupakan cara yang tepat dalam menyampaikan sebuah pesan.

3. Menentukan Khalayak

Komunikan atau penerima pesan itu merupakan khalayak baik individu maupun kelompok yang akan dijadikan sasaran dalam kegiatan komunikasi. Menentukan segmen khalayak dalam program vasektomi tentu mengacu pada konsep-konsep serta tujuan awal program ini. Adanya komunikasi yang disampaikan oleh DPPKB Kota Yogyakarta maupun PLKB kepada masyarakat

dimaksudkan agar masyarakat mengetahui program yang dilaksanakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta yaitu program vasektomi. Dalam merancang strategi komunikasi program vasektomi ini, DPPKB Kota Yogyakarta menentukan target yang spesifik untuk sasaran penerima pesan dari program vasektomi ini yang didasarkan dari jumlah anak yang dimiliki oleh PUS, pasangan suami istri yang merasa sudah cukup mempunyai anak, dan juga ditunjukkan dengan faktor kesehatan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Herristanti sebagai berikut:

Memang ada beberapa persyaratan untuk bapak-bapak yang ingin mengikuti program vasektomi, diantaranya itu minimal sudah mempunyai dua anak, tidak diperbolehkan dalam satu keluarga misalnya anaknya dua, namun salah satunya balita. Lalu dikarenakan vasektomi inikan program dengan harapan memang diperuntukkan untuk tidak menginginkan anak lagi. Jadi walaupun mungkin kalau salurannya sudah dipotong ya mungkin bisa dilakukan rekanalisasi atau penyambungan kembali tapi kan untuk biayanya juga cukup mahal dan kita tidak ada biaya untuk itu. Selain dari dua syarat yang tadi itu ada juga yang misalnya anaknya sudah besar, tetapi karena hanya menginginkan satu saja, ini biasanya tidak diperbolehkan oleh dokter karena harus melalui proses *screening* dulu oleh dokter atau puskesmas diantaranya dari sisi kesehatan misalnya apakah dia menderita penyakit-penyakit tertentu seperti penyakit diabetes, jumlah anak dan nantinya yang akan menentukan lebih lanjutnya adalah dokter. Dan nanti pada akhirnya beberapa calon akseptor tidak bisa lolos karena mungkin adanya kegagalan pada *screening* awal di puskesmas atau dokter itu yang dikarenakan adanya catatan tadi itu (wawancara Kepala Bidang Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga, 27 Maret 2019).

4. Menentukan Tujuan

Agar suatu kegiatan komunikasi dapat berjalan lebih fokus dan efektif, maka tujuan yang masih bersifat umum perlu dipersempit untuk mempermudah dalam membuat program komunikasi, karena dengan tujuan

yang menjadi lebih sempit ini membuat strategi yang digunakan akan lebih terfokus. Selain itu tujuan juga harus sederhana, realistis, jelas, dan keseimbangan antara anggaran, waktu, dan tenaga. Namun dalam menginformasikan program vasektomi yang dilaksanakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta tidak menetapkan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Tujuan umum DPPKB Kota Yogyakarta dalam menginformasikan program vasektomi yaitu untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, menurunkan laju pertumbuhan, dan mengontrol jumlah kelahiran melalui program. Adapaun tujuan khusus DPPKB Kota Yogyakarta dalam menginformasikan program vasektomi ini untuk meningkatkan peran pemerintah daerah, lembaga non pemerintah dan swasta dalam memfasilitasi pendampingan dan pembinaan masyarakat untuk menyelenggarakan program kependudukan, keluarga berencana, pembangunan keluarga, serta meningkatkan jumlah peserta KB baru dan peserta KB aktif terutama pada alat Metode Alat Kontrasepsi Jangka Panjang (MKJP) bagi pria yaitu MOP atau vasektomi.

Selain itu menetapkan tujuan DPPKB Kota Yogyakarta dalam mensosialisasikan program vasektomi kepada masyarakat di Kota Yogyakarta efek yang diharapkan DPPKB Kota Yogyakarta yaitu dapat menurunkan tingkat kelahiran di Kota Yogyakarta dan agar masyarakat peduli dan mempunyai pengetahuan tentang adanya program KB khususnya vasektomi

sehingga diharapkan nantinya masyarakat mempunyai kehidupan yang sejahtera. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Herristanti sebagai berikut:

Dibuatnya program vasektomi inikan memang awalnya kita berharap agar masyarakat itu peduli dengan adanya program KB ya, tujuannya ingin menurunkan tingkat kelahiran dan inginnya masyarakat khususnya di Kota Yogyakarta ini mempunyai kehidupan yang sejahtera gitulah dengan pengetahuan yang baik tentang program keluarga berencana terutama vasektomi. (wawancara Kepala Bidang Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga, 27 Maret 2019)

5. Menentukan Pesan

Pesan merupakan suatu ide, gagasan, informasi, aktifitas atau suatu kegiatan yang akan disampaikan kepada khalayak lalu dipublikasikan untuk dipahami, dimengerti dan diketahui. Dalam hal ini pesan yang ingin disampaikan oleh DPPKB Kota Yogyakarta berkaitan dengan program vasektomi. Dalam menginformasikan program vasektomi, pesan yang secara umum disampaikan adalah kependudukan, keluarga berencana dan kesehatan reproduksi, ketahanan keluarga, dan pembangunan keluarga.

Pesan dalam menginformasikan program vasektomi dibuat oleh DPPKB Kota Yogyakarta berdasarkan tujuan dari program vasektomi itu sendiri dan target khalayak atau sasaran yang diituju. Pesan untuk menjelaskan mengenai pilihan metode alat kontrasepsi jangka panjang untuk pria yaitu vasektomi, dan menjelaskan bahwa vasektomi bukanlah operasi yang menyeramkan, serta KB itu bukan hanya urusan istri. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Wuriandari sebagai berikut:

Pesan yang saya sampaikan untuk KB pria intinya tentang itu tadi, program KB secara umum. Intinyakan kita ingin dari pemerintah itu ingin mengendalikan penduduk, mengatur jumlah keluarga, 2 anak cukup. Kemudian selanjutnya ya tentang pilihan kontrasepsi pria. Kan ada dua tuh yang pertama kondom dan MOP atau vasektomi memang pilihannya agak terbatas ya, beda dengan pilihan alat kontrasepsi ibu-ibu yang pilihannya bermacam-macam. Dan kita meyakinkan bahwa KB pria itu aman, artinya tidak perlu dianggap menyeramkan. Dan menyampaikan juga bahwa KB itu bukan hanya urusan istri saja, tapi bapak juga harus terlihat dan mendukung program KB. Dan kalau anak sudah dua atau lebih harus ikut program KB. (wawancara wawancara Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Umbulharjo, 13 April 2019).

Pesan yang disampaikan harus tetap sesuai dengan tujuan dari adanya

program vasektomi ini. Selain itu pesan yang disampaikan juga harus berisikan hal-hal yang mudah dipahami oleh sasaran dengan cara yang jelas dan gamlang sehingga nantinya tidak adanya kesalahan pengertian. Isis pesan yang disampaikan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dalam kegiatan sosialisasi program vasektomi sebagai berikut:

1. Pengendalian Pendudukan

Memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kependudukan dimana yang berkaitan dengan usaha pemerintah untuk mensukseskan pembangunan di Indonesia. Karena bila semakin besar jumlah penduduk nantinya akan semakin tinggi juga subsidi pangan, pendidikan, dan kesehatan.

2. Mengatur Jumlah Keluarga

Dalam pengaturan jumlah keluarga, masyarakat diberikan pengetahuan tentang keluarga berencana dan kesehatan reproduksi agar dapat mengukur jumlah anak yang diinginkan sehingga nantinya

diharapkan akan menjadi keluarga yang sejahtera, serta dibekali ilmu bahwa sebenarnya penggunaan alat kontrasepsi tidak hanya digunakan oleh wanita saja, tetapi pria juga dapat menggunakan alat kontrasepsi yang sudah ditetapkan.

3. Metode Alat Kontrasepsi Pria

Memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa ada yang namanya hak-hak reproduksi. Hak-hak reproduksi ini adalah hak yang dimiliki oleh setiap individu baik laki-laki maupun perempuan yang berkaitan dengan keadaan reproduksinya. Laki-laki mempunyai dua metode alat kontrasepsi yaitu kontrasepsi jangka panjang dan kontrasepsi jangka pendek. Untuk jangka panjang ada yang namanya Metode Operatif Pria (MOP) atau vasektomi dan untuk alat kontrasepsi jangka pendeknya ada kondom.

6. Menentukan Saluran Komunikasi

Media adalah sarana atau saluran yang mendukung proses komunikasi agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat tersampaikan dengan baik kepada komunikan atau penerima pesan melalui media tersebut. Media yang digunakan melalui tatap muka dengan cara sosialisasi langsung ke setiap ke setiap rumah-rumah (*door to door*), sosialisasi dipertemuan RT atau RW, mengadakan forum FAPSEDU, media elektronik (TV), film pendek, lembar balik, dan media *printed material* (brosur). Media tatap muka digunakan sebagai media utama dalam proses menginformasikan program vasektomi,

sedangkan media yang lainnya digunakan DPPKB Kota Yogyakarta sebagai pendukung dalam menginformasikan kepada masyarakat dalam jangka luas.

Media yang digunakan untuk ini itu seperti brosur, lembar balik juga ada yang dibawa teman-teman kalau sedang sosialisasi. Media elektroniknya juga ada kayak lewat iklan gitu ada mbak, iklannya itu ditayangkan di TV, dulu yang jadi bintangnya itu sempat Bapak Lurah Sorosukan, untuk PKB-nya itu PKB Wirobrajan yang jadi bintang iklannya. Kitakan pakai semua media ya, media cetak, media elektronik, media berkumpul juga dipakai saat sedang memberikan pengarahan, kemudian media kunjungan rumah *door to door* itukan juga dipakai, Televisi juga dipakai, DPPKB Kota Yogyakarta juga pernah diundang dibeberapa talkshow di televisi. Jadi istilahnya semua media itu juga dipakai atau istilahnya KIE ya, komunikasi, informasi dan edukasi juga iya. (wawancara kepada Ibu Dyah Widyastuti, kepala seksi bidang keluarga berencana, 28 Maret 2019)

Media sebagai salah satu faktor penyampai pesan dan informasi yang merupakan salah satu faktor terpenting dari program-program yang diadakan oleh DPPKB terutama vasektomi. DPPKB Kota Yogyakarta menggunakan dua jenis media yaitu tatap muka (*face to face*) dan bermedia (*mediated*). Pendekatan yang dilakukan DPPKB Kota Yogyakarta dengan menggunakan media untuk menginformasikan program vasektomi berdasarkan jenisnya sebagai berikut:

1. Tatap Muka (*Face to Face*)

Jenis media tatap muka yang digunakan DPPKB Kota Yogyakarta dalam menginformasikan program vasektomi ini dengan menggunakan *stakeholder* sebagai sarana pemberi informasi kepada para warga di Kota Yogyakarta. *Stakeholder* adalah orang-orang yang dipilih dan diberi pemahaman oleh DPPKB Kota Yogyakarta

tentang program vasektomi. *Stakeholder* tersebut adalah beberapa kader KB pria yang ada disetiap kecamatan di Kota Yogyakarta dan beberapa dokter yang dikirim langsung dari BKKBN DIY untuk menyampaikan mengenai program vasektomi. Dokter ini dipilih untuk memberikan gambaran dari segi medis kepada masyarakat agar masyarakat tidak perlu khawatir dalam mengikuti program vasektomi. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Eko sebagai berikut:

Kami juga ada kerjasama dengan dokter mbak, dokter yang khusus. Jadi kalau PLKB tidak hanya bisa memberi gambaran-gambaran saja kayak sekira-kiranya gitu. Nah nanti kita mendatangkan narasumber namanya itu biasanya peran KB pria seperti itu. PLKB itu hanya memberi dan menjelaskan hanya pokok-pokoknya saja tapi nanti kalau menjelaskan lebih lanjutnya ya dokternya, dokternya ini biasanya dari BKKBN namanya Dokter Aris (wawancara Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Umbulharjo, 12 April 2019).

2. Bermedia (*Mediated*)

Media yang digunakan DPPKB Kota Yogyakarta dalam menginformasikan program vasektomi adalah sebagai berikut:

- a. Media elektronik
- b. Film pendek
- c. Lembar balik
- d. Brosur

Media elektronik seperti penggunaan televisi dalam menginformasikan program vasektomi ini adalah media yang

digunakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta. Penggunaan media elektronik dalam menginformasikan program vasektomi ini DPPKB Kota Yogyakarta menjelaskannya melalui iklan layanan masyarakat yang dibuat sendiri oleh DPPKB Kota Yogyakarta. Kemudian untuk film pendek juga dipilih DPPKB Kota Yogyakarta sebagai media tambahan pada saat sosialisasi berlangsung. Kemudian lembar balik juga digunakan oleh PLKB sebagai alat bantu untuk menjelaskan mengenai macam-macam alat kontrasepsi. Adapun yang terakhir adalah brosur yang nantinya akan disebar luaskan dari DPPKB Kota Yogyakarta melalui PLKB dan kader-kader yang ada di wilayah sekitar Kota Yogyakarta

Tujuan dari kegiatan bermedia yaitu agar pesan yang disampaikan dapat disebarluaskan ke seluruh masyarakat yang ada di Kota Yogyakarta. Sehingga tidak menutup kemungkinan para masyarakat ini tidak mendapatkan informasi dari beberapa sumber media.

1.2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Pelaksanaan dalam menginformasikan program vasektomi di Kota Yogyakarta yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dilaksanakan dengan dua jenis strategi, yaitu tatap muka (*face to face*) dan bermedia

(*mediated*). Kegiatan penyampaian pesan dalam menginformasikan program vasektomi lebih sering dilakukan dengan menggunakan strategi tatap muka (*face to face*) dengan cara sosialisasi langsung mendatangi ke rumah-rumah warga (*door to door*), sosialisasi di pertemuan RT atau RW, dan mengadakan forum Forum Antar Umat Beragama Peduli Keluarga Sejahtera dan Kependudukan (FAPSEDU). Sedangkan strategi melalui media digunakan sebagai alat bantu dalam proses penyampaian pesan program vasektomi kepada masyarakat.

1. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Tatap Muka dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

a. Door to Door

Door to door atau datang ke setiap rumah warga yang tertarik dan berminat untuk mengikuti program vasektomi juga merupakan teknik atau cara sosialisasi yang dilakukan oleh PLKB untuk menarik minat masyarakat untuk bervasektomi. Sebelum melakukan sosialisasi ke rumah-rumah warga, PLKB mendapatkan data dari kader-kader yang ada di wilayah, para PLKB melihat PUS mana yang sudah dapat diberikan sosialisasi mengenai program vasektomi dengan syarat keluarga tersebut sudah mempunyai dua orang anak dan yang paling kecil bukanlah balita.

Kegiatan dengan teknik sosialisasi seperti ini dimaksudkan dengan tujuan agar calon akseptor berminat dan sudah tidak ragu lagi untuk mengikuti program vasektomi dengan cara pendekatan yang lebih personal dan menjelaskan mengenai rumor-rumor yang berkembang luas di masyarakat. Disetiap sosialisasinya PLKB mengajak kader dari wilayah juga untuk menyampaikan testimoni serta menjelaskan mengenai program vasektomi yang lebih berdasarkan dengan pengalaman dari kader tersebut. Selain itu juga untuk menjelaskan bahwa program vasektomi ini ditujukan untuk masyarakat yang benar-benar tidak menginginkan anak lagi walau masih bisa dengan cara rekanalisasi atau penyambungan kembali. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Sudaryati sebagai berikut:

Dari data tersebut dapat terlihat siapa yang sekiranya dapat saya dekati terlebih dahulu lalu selanjutnya saya bekerjasama dengan kader di wilayah, setelah mendapatkan orang itu berada dimana, selanjutnya saya melakukan kunjungan rumah bareng sama kadernya ini ke calon peserta vasektominya. Kemudian setelah bertemu dengan calonnya. Cuma disitu berkembang juga beberapa rumor, contohnya yang pertama vasektomi dikatakan sama seperti kebiri, vasektomi nanti tidak bisa “berdiri”, terjadi ejakulais dini, kemudian vasektomi bisa membuat rumah tangga menjadi kacau. Dari rumor-rumor itulah kemudian saya kesana, ke tempat orang-orang yang pertama saya datangi, kemudian saya gandeng dia untuk ikut sehingga dapat memberikan *statement* karena dia sudah berpengalaman mengikuti KB vasektomi ini. “Bener gak sih rumor ini?” yang satu apakah ini sama kayak di kebiri, dan dijelaskanlah vasektomi ini bukan di kebiri, karena yang namanya di kebiri itu testisnya diambil, kalau vasektomi ini testisnya gak diambil. Kemudian bila dari segi sikis, jadi tidak takut untuk punya anak lagi. Otomatis dia tidak akan terjadi

yang namanya induksi. Kemudian adalagi rumor yang bilang bahwa itu dilarang agama, itu tidak benar. Saya membawa nama Pak Kamarudin, ketua MUI bahwa itu bukan sesuatu yang diharamkan, karena sudah dilegalkan oleh MUI dan itu dulu diharamkan karena bersifat permanen tapi sekarang buktinyakan bisa disambung kembali atau namanya rekanalisasi. Tapi dari awal tujuan kita memang ingin mencari orang yang tidak menginginkan anak lagi, karena penyambungannya atau rekanalisasinya itu lama dan tidak dibiayai oleh kita, karena kita hanya membiayai yang vasektominya saja (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Gondomanan, 12 April 2019).

Setelah bertemu dengan calon akseptor, PLKB ini tidak langsung memberikan sosialisasi mengenai vasektomi kepada calon akseptor. PLKB akan menarik perhatian calon akseptor terlebih dahulu, PLKB haru menjelaskan tentang identitasnya terlebih dahulu, menjelaskan mengenai tujuannya, lalu menjelaskan mengenai permasalahan kependudukan, lalu barulah PLKB tersebut akan membahas sedikit demi sedikit mengenai program vasektomi. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Sudaryati, sebagai berikut:

Jadi tidak bisa ngomong langsung ke inti tujuannya, saya harus memperkenalkan diri saya siapa, terus kesini tujuannya untuk apa, kemudian memberikan pemahaman mengenai kependudukan artinya permasalahan kependudukan, setelah membahas pemersalahan kependudukan barulah saya menyerempet-nyerempet ke KB. Apasih gunanya KB, kenapa sih harus adanya KB, kemudian ada beberapa macam jenis alat kontrasepsi yang saya sampikan. Dan yang saja jelaskan itu semuanya sesuai dengan kemampuan saya, yakan saya sendiri bukan orang medis, dan lebih kepada penggerakkan dan pemahaman saja.(wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Gondomanan, 12 April 2019)

Dalam pelaksanaan sosialisasi *door to door* ini mempunyai beberapa kendala dalam pelaksanaan sosialisasinya. Kendalanya yaitu suami merasa takut untuk melakukan program vasektomi ini dan memilih lari agar tidak melakukan program vasektomi. Selain itu ada kendala yang kedua terjadi bila calon akseptor sudah yakin ingin mengikuti program vasektomi lalu pada hari pelaksanaannya calon akseptor berubah pikiran dan tidak ingin melakukan program vasektomi. Hal-hal yang seperti ini yang membuat petugas lapangan melakukan sosialisasinya tidak bisa satu atau dua hari. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sudaryati dalam wawancaranya, sebagai berikut:

Kendalanya kalau pas mau vasektomi banyak mbak. Saya pernah mengalami kejadian, jadi istrinya tidak bisa menggunakan berbagai macam alat kontrasepsi wanita. Dan saya datangilah ke rumahnya dengan kader KB itu, tapi suaminya tetap tidak mau, terus malah lari, jadi yasudahlah. Lalu ada yang sudah kami ajak ke Rumah Sakit Betesda, tapi dia lari Karena tidak mau di steril. Karena ketakutan-ketakutan itu, jadi tidak bisa hanya sehari, atau dua hari saja. (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Gondomanan, 12 April 2019).

Menurut beberapa akseptor program vasektomi, kegiatan *door to door* yang dilakukan oleh PLKB dan DPPKB Kota Yogyakarta ini masih sangat kurang. Bagi beberapa orang *door to door* yang baru dilakukan oleh para kader KB yang ada di setiap kampung saja, tapi untuk *door to door* yang dikirim dari dinas langsung untuk

melakukan sosialisasi secara resmi belum ada. Seperti yang disampaikan oleh Pak Yoseph, sebagai berikut:

Ya kalau *door to door* secara resmi yang misalnya ada tim yang dari puskesmas datang untuk sosialisasi gitu belum. Tapi kalau kita tau inikan dari kader, bukan kayak dari kader secara resmi mendatangi kerumah-rumah, itu nggak ada mbak. Kalau dibilang *door to door* dari kader secara informal mungkin pernah. Tapi kalau misalnya ada tim khusus yang secara formal mendatangi kita itu belum pernah. (Wawancara dengan peserta vasektomi Kecamatan Gondomanan, 5 Juli 2019).

Adapun tanggapan dari peserta program vasektomi mengenai sosialisasi melalui *door to door* ini untuk kedepannya lebih ditingkatkan lagi, paling tidak tiga bulan sekali untuk mensosialisasikan penjelasan mengenai program vasektomi ini. Seperti yang disampaikan oleh Pak Tugiman, sebagai berikut:

Ya kalau dari saya itu sarannya itu sosialisasi door to door itu atau melalui pertemuan bapak-bapak itu kan ada sosialisasi. Ya kalau saya sih menyarankan paling tidak tiga atau empat kali itu ada sosialisasi di setiap kampung-kampung itu. Atau paling tidak tiga bulan sekali itu ada sosialisasi yang di lakukan oleh pemerintah itu tentang vasektomi itu, ada penjelasan tentang program vasektomi itu ya mbak. Karena sangat berguna itu ya mbak untuk kedepannya. (Wawancara dengan peserta vasektomi Kecamatan Gondomanan, 5 Juli 2019).

Gambar 3.1

Kegiatan Sosialisasi *Door to Door*



Sumber: Dokumentasi Pribadi (8 Maret 2018)

b. Sosialisasi Perkumpulan RT atau RW

Kegiatan tatap muka yang selanjutnya dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta adalah sosialisasi di perkumpulan RT atau RW. Sosialisasi ini diselenggarakan oleh para PLKB yang ada di masing-masing kecamatan di Kota Yogyakarta. Sosialisasi pada pertemuan RT atau RW ini bertujuan untuk mengajak dan memberikan pengetahuan tentang program vasektomi kepada bapak-bapak dan ibu-ibu pasangan usia subur.

Biasanya saat sedang sosialisasi di perkumpulan RT atau RW, PLKB membawa para kader vasektomi atau ketua kelompok KB

pria yang sudah vasektomi dengan tujuan agar dapat memberikan testimoni mengenai program vasektomi yang telah mereka alami. Sehingga para masyarakat akan dengan yakin ingin melakukan program vasektomi tersebut. Dan juga ada keseimbangan dari teori yang disampaikan oleh PLKB dengan kenyataan yang sudah dialami oleh kader KB yang sudah duluan mengikuti program vasektomi tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Wuriandari sebagai berikut:

Jadi strategi kami ya itu mbak, masuk ke pertemuan bapak-bapak di RT atau RW yang sudah ada dan tentu kita lihat yang kira-kira mana yang kegiatan bapak-bapak bisa menerima kehadiran kami ini. Dan kemudian juga kebetulan kami punya kelompok KB pria namanya Janoko kalau untuk wilayah saya. Kelompok Janoko itu kebetulan juga ketuanya sudah mengikuti KB pria dan juga beberapa anggotanya yang mengikuti KB pria steril. Nah kita itu berharap mereka itu yang sudah melaksanakan KB pria itu ayolah menjadi motivator minimal di wilayahnya sendiri atau di lingkungan kerjanya. Lewat KIE juga bisa ya, jadi mereka sendiri bisa cerita pengalaman mereka yang sudah vasektomi ini sendiri. Jadi kadang juga dipertemuan ibu-ibu kita undang Pak Agus itu ketua dari kelompok Janoko untuk testimoni, cerita seperti apa sih setelah mengikuti KB pria itu, sesuatu yang apa sih. Jadi kita juga mengundang motivator itu untuk testimoni biar *balance* gak hanya teori saja yang disampaikan tapi juga bisa cerita langsung ke istrinya. Biar tidak ada rasa curiga apa bener bapaknya begitu, atau istrinya yang begitu. (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Umbulharjo, 12 April 2019).

Dalam pelaksanaan sosialisasi ke masyarakat, PLKB mempunyai kendala tersendiri, dari segi waktu dan segi tenaga karena masih kurangnya petugas yang ada di lapangan. Dalam

menyampaikan sosialisasinya PLKB memilih waktu sosialisasi di malam hari karena melihat target sasaran yang dituju merupakan kaum bapak-bapak yang mayoritas bekerja dari pagi hingga sore membuat para PLKB ini memilih waktu yang pas adalah di malam hari, selain itu karena kekurangan petugas lapangan, sosialisasi di tiga wilayah tidak dapat dilaksanakan dalam satu waktu. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Wuriandari, sebagai berikut:

Kendalanya ya mungkin saat mengundang bapak-bapak itu tidak bisa setiap waktu ya mbak, harus di malam hari. Jadi solusi kita ya biar gampang kalau ada pertemuan bapak-bapak ya kita masuk, karena kalau sorekan jarang, rata-rata masih pada kerja dan baru pulang mungkin sore. Dan kalau kita sosialisasikan tidak semua respon ya, mungkin juga bagi mereka hanya sekedar ilmu dan ada juga yang tertarik sehingga akhirnya memutuskan untuk ikut terlibat. dan kendalanya yang kedua karena kami petugas KB orangnya terbatas, MOP di tiga wilayah kan tidak mungkin kita semua yang menjalankan dalam satu waktu. Nanti kalau ada pertemuan bapak-bapak, kita undang para KB pria juga untuk melakukan testimoni itu. Dan juga ada dari puskesmas dan ada dari DPPKB Kota juga nanti. (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Umbulharjo, 13 April 2019)

Sosialisasi melalui pertemuan warga ini merupakan sosialisasi yang ada di setiap wilayah, biasanya sosialisasi diadakan pada saat ada perkumpulan warga di tingkat RT dan RW. Sosialisasi dipertemuan warga ini menjelaskan mengenai adanya program pemerintah tentang KB MOP atau vasektomi. Seperti yang disampaikan oleh Pak Basuki, sebagai berikut:

Awalnya tertarik itu karena ikut di dalam perkumpulan RT RW gitu mbak, terus ada yang jelasin kalau ini ada program pemerintah, program KB untuk pria namanya MOP atau vasektomi itu ya mbak, lalu karena istri saya juga tidak cocok dengan KB yang lainnya akhirnya kita memutuskan untuk mengikuti program vasektomi ini mbak, ini jugakan demi kepentingan bersama, soalnya takutnya nanti kalau gak ikut program-program KB bisa hamil lagi terus malah bahaya sama istri mbak, kasian, makanya akhirnya ikut vasektomi ini. Wawancara dengan peserta vasektomi Kelurahan Gondomanan, 5 Juli 2019).

Sedangkan adapun tanggapan untuk sosialisasi pada pertemuan warga di tingkat RT atau RW ini lebih ditingkatkan kembali, baik itu secara frekuensinya ataupun secara kualitas dari setiap sosialisasinya. Karena masih banyak orang yang beranggapan atau kurang mengetahui tentang apa itu program vasektomi dan juga apa itu berpengaruh dengan hubungan suami istri atau tidak, jadi kesadaran masyarakat itu harus lebih dibangun melalui sosialisasi program vasektomi di pertemuan warga ini. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Yosep, sebagai berikut:

Iya sosialisasinya itu lebih ditingkatkan apalagi untuk sosialisasi pada pertemuan warga itu mbak, baik secara frekuensi atau secara kualitasnya ya mbak. Karenakan terkadang orang menganggap *image*-nya itu kan berat, jadi ya sosialisasi itu harus seperti apa. Karena banyak juga orang yang beranggapan kayak ya sosialisasi hanya sekedar sosialisasi yang seperti itu saja. Tapi kan tidak ada satu *benefit* yang didapat oleh para peserta. Kitapun jarang sekali mendapatkan sosialisasi yang seperti itu. Ya memang agak-agak gimana dengan MOP atau vasektomi ini, karena memang ada anggapan buat si pria ada anggapan akan berpengaruh dan buat si istri juga akan berpengaruh, jadi ya itu, jadi *awareness*

itu yang harus ditingkatkan lagi kepada masyarakat, jadi ada *benefit* yang didapatkan. Yang namanya sosialisasi itu harus matang mbak. Gak bisa kalau sosialisasi hanya sekedar ini itu, gak bisa mbak. Matang itu dalam arti kata ada testimoni disitu, apa, seperti apa, dan bagaimana itu harus ada gitu dan harusnya sosialisasinya bukan hanya bapak-bapak tok atau ibu-ibu tok, tidak. Harusnya itu bareng-bareng, jadi pada saat sosialisasi itu kita dapat melihat kayak, jadi ini disampaikan untuk ibu-ibu dan bapak-bapak jadi ada masukan disitu yang dapat diterima baik itu untuk ibu-ibu atau bapak-bapak seperti itu. Kalau nggakkan disitu nanti harus *spend* waktu, kalau kayak yang tadi saya sampaikan malah jadi lebih enak. Kecuali kalau tim sosialisasinya mau ya, misal hari ini kita bertemu dengan ibu-ibu terus besok kita ketemu sama bapak-bapak nah itu monggo.

Gambar. 3.2

Sosialisasi Program Vasektomi di Kecamatan Umbulharjo



Sumber: Dokumen pribadi (17 April 2018)

c. FAPSEDU

DPPKB Kota Yogyakarta juga mengadakan Forum Antar Umat Beragama Peduli Keluarga Sejahtera dan Kependudukan (FAPSEDU) yang juga memiliki fungsi dalam mensukseskan

program kependudukan dan keluarga berencana. FAPSEDU ini mewakili enam kelompok agama yang di setiap pertemuannya juga membahas mengenai program-program KB seperti vasektomi. Untuk sosialisasi program vasektomi sendiri biasanya mereka mengundang pengurus dari kelompok KB pria. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Herristanti, sebagai berikut:

Kami juga mengadakan forum FAPSEDU atau forum antar umat beragama atau forum peduli keluarga sejahtera dan kependudukan. Didalam FAPSEDU itu untuk kepengurusannya itu mewakili enam kelompok beragama, ada agama islam, katolik, kristen, hindu, budha, dan konghuchu. Tetapi karena untuk yang konghuchu tidak semuanya ada di masing-masing kecamatan tetap kita wadai. Dan di dalamnya forum itu juga terdapat sosialisasi tentang KB. Dalam FAPSEDU itu kepengurusannya ada dari kelompok KB prianya kemudian informasinya dari situ. (wawancara dengan kepala bidang keluarga berencana dan pembangunan keluarga, 27 Maret 2019).

Dalam penyampaian program KB vasektomi pada FAPSEDU ini diarahkan untuk menyampaikan sosialisasinya sesuai dengan bahasa dan ketentuan agama mereka masing-masing. Karena mungkin saja bukan hanya agama islam yang awalnya memiliki pandangan bahwa program vasektomi itu haram. Oleh sebab itu dengan adanya wadah penyampaian sosialisasi yang berdasarkan agama ini diharapkan masyarakat bisa dapat lebih peduli dengan adanya program-program KB. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Wuriandari, sebagai berikut:

Kita kerjasama dengan forum FAPSEDU. Forum antar umat beragama yang peduli tentang kependudukan dan pembangunan keluarga. Nah disitu juga kita mengarahkan dari FAPSEDU ini yang anggotanya dari berbagai lintas agama. Nah monggo dengan bahasa agama mereka tolong program KB disampaikan ke dalam komunitas mereka ini. Termasuk juga KB pria ini, karena selama inikan ada pandangan bahwa KB pria ini haram, tapi MUI sudah mengeluarkan fatwa bahwa dipersilahkan KB pria, dan tidak masalah. (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Umbulharjo, 13 April 2019).

Adapun tanggapan mengenai FAPSEDU masih banyak orang yang belum tau akan adanya FAPSEDU ini, untuk kedepannya FAPSEDU haru lebih ditingkatkan karena masih banyak masyarakat yang tidak tau tentang adanya forum umat beraga yang membahas mengenai program-program KB. Seperti yang disampaikan oleh Pak Basuki, sebagai berikut:

FAPSEDU itu ya mbak harus ditingkatkan lagi sosialisasi didalamnya, karena memang disini itu masih banyak sekali yang belum tau tentang adanya FAPSEDU ini, tapi kalau forum umat beragama itu ya ada pastinya mbak, kalau untuk sosialisasi program KB apalagi vasektomi ini masih belum ada mbak, dan saya aja baru tau ini mbak.

Gambar 3.3

Sosialisasi dengan Forum Antar Umat Beraga Peduli Keluarga Sejahtera dan Kependudukan (FAPSEDU) Kelompok Agama Budha



Sumber: Dokumen Pribadi (18 Maret 2018)

2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Bermedia dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Strategi komunikasi dalam menginformasikan program vasektomi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dengan cara memanfaatkan media hal ini dimaksudkan agar pesan yang disampaikan dapat tersebar diseluruh masyarakat. Berikut ini merupakan pelaksanaan strategi komunikasi DPPKB Kota Yogyakarta dalam menginformasikan program vasektomi di Kota Yogyakarta

a. Media Elektronik

Upaya yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dalam menginformasikan program vasektomi ini salah satunya dengan

menggunakan media elektronik yaitu media televisi. Media televisi yang digunakan yaitu dengan menayangkan iklan layanan masyarakat mengenai alat kontrasepsi vasektomi. Televisi adalah media yang sangat baik untuk menyampaikan pesan dan menanamkan pemahaman. Televisi merupakan media komunikasi yang sangat mudah diakses oleh siapapun karena hampir disetiap rumah selalu mempunyai televisi, jadi pesan yang disampaikan tentu akan mudah diterima oleh masyarakat dimana saja.

Isi iklan layanan masyarakat yang disampaikan berisikan tentang sosialisasi program vasektomi pada saat pertemuan warga. Pada saat sosialisasinya PLKB menjelaskan mengenai alat kontrasepsi dan ada seorang bapak-bapak yang menanyakan tentang alat kontrasepsi apa yang cocok dipakai olehnya, dan setelah itu PLKB menjelaskan tentang alat kontrasepsi vasektomi tersebut. Pesan yang disampaikan ini ditujukan kepada masyarakat dengan tujuan mengajak untuk mengikuti program KB khususnya vasektomi bagi pria. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Dyah Widyastuti, sebagai berikut:

Media elektroniknya juga ada kayak lewat iklan gitu ada mbak, iklannya itu ditayangkan di TV, dulu yang jadi bintangnya itu sempat Bapak Lurah Sorosukan, untuk PLKB-nya itu PLKB Wirobrajan yang jadi bintang iklannya (wawancara dengan Kepala Seksi Bidang Keluarga Berencana, 28 Maret 2019).

Untuk iklan-iklan yang ditayangkan di TV banyak orang yang belum mengetahui tentang adanya iklan layanan masyarakat ini, tetapi iklan informasi program vasektomi ini dapat dicari melalui youtube. Seperti yang disampaikan oleh Pak Basuki, sebagai berikut:

Kalau iklan-iklan di TV itu belum mbak, tapi kalau dari youtube itu saya pernah lihat, soalnya sebelum saya mengikuti program vasektomi inikan saya cari informasi-informasi di internet ya mbak. (Wawancara dengan peserta vasektomi Kecamatan Gondomanan, 5 Juli 2019).

Gambar 3.4
Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Vasektomi



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=9YgxO5INMoc&t=1119s> (diakses 15 April 2019)

b. Film Pendek

Film pendek yang disampaikan oleh DPPKB Kota Yogyakarta ini berisikan mengenai fatwa MUI yang menyatakan bahwa KB vasektomi itu halal. Film ini diputar untuk menarik minat

masyarakat pada saat melakukan sosialisasi program vasektomi. Tujuan dari diputarnya film ini untuk menghilangkan rumor mengenai vasektomi itu haram. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Sudaryati, sebagai berikut:

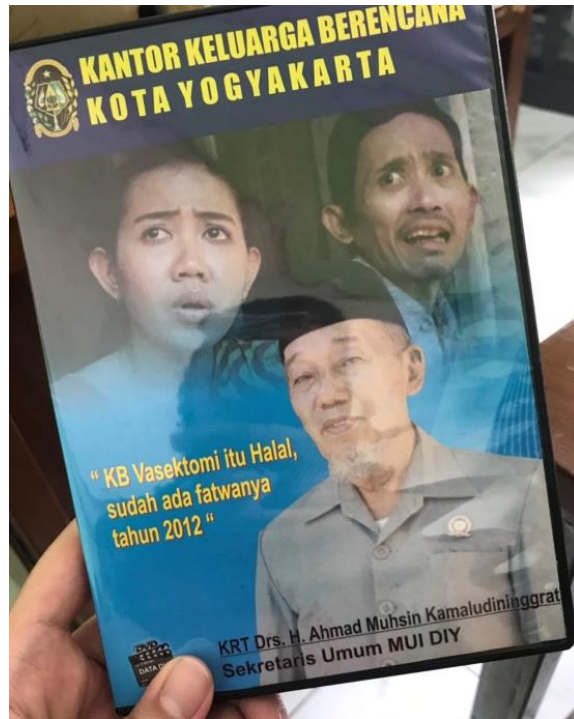
Film tentang fatwa MUI yang menyatakan vasektomi itu halal, nanti juga saya puter pas sosialisasinya. Dari film itu jugakan jadi membantu menjelaskan rumor yang menyatakan haram itu juga mbak. Biasanya sih dari power point, ada yang saya buat, dapat dari BKKBN atau ada juga yang didapatkan dari DPPKB Kota. (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Gondomanan, 12 April 2019). Film ini dibintangi oleh Pak Lurah yang sudah mengikuti

program KB dan sering memberikan testimoni kepada masyarakat secara langsung dengan tujuan agar ibu-ibu dan bapak-bapak tidak perlu mengkhawatirkan mengenai rumor-rumor yang berkembang di masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Wuriandari, sebagai berikut:

Film yang bintangnya itu Pak Lurah Sorosutan dan kebetulan juga beliau sudah ber-KB pria. Namanya Pak Kris, nah kadang juga Pak Kris ini kita undang untuk memberikan testimoniya kepada masyarakat. Biar ibu-ibu atau bapak-bapak juga tahu dan kenyataannya tidak ada masalah dan tidak ada yang perlu ditakutkan. (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Umbulharjo, 13 April 2019)

Gambar 3.5

CD Film Mengenai KB Vasektomi



Sumber: Dokumen Pribadi (11 April 2019)

c. Lembar Balik

Selain menggunakan power point saat melakukan sosialisasinya, DPPKB Kota Yogyakarta juga menyediakan lembar balik. Lembar balik ini digunakan sebagai media pembantu yang dapat memudahkan petugas lapangan menjelaskan mengenai alat kontrasepsi. Isi dari lembar balik ini tidak hanya berisi mengenai program vasektomi, tapi juga menjelaskan beberapa alat kontrasepsi lainnya. Tetapi saat melakukan sosialisasi program vasektomi, yang

dijelaskan lebih mendalam adalah program vasektomi. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Eko, sebagai berikut:

Tapi biasanya sih saya menjelaskan langsung gitu mbak, jarang pakai media atau paling power point presentasi atau lembar balik tentang berbagai metode kontrasepsi yang sudah dikasih dan disediakan dari DPPKB Kota (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Umbulharjo, 13 April 2019).

Gambar 3.6

Lembar Balik yang Digunakan Saat Sosialisasi



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=9YgxO5INMoc&t=1119s> (diakses 15 April 2019)

d. Brosur

Brosur merupakan salah satu media *printed material* yang digunakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta untuk disebar luaskan kepada masyarakat. Brosur ini biasanya disebar oleh PLKB yang ada di setiap kecamatan pada saat melakukan sosialisasinya. Brosur-brosur ini juga dibagikan kepada kader-kader di wilayah untuk disebar kembali. Tujuan dari persebaran brosur ini agar

masyarakat bisa paham mengenai program vasektomi. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Sudaryati sebagai berikut:

Medianya gak banyak ya mbak, paling dari lembar balik atau brosur-brosur yang dikasih dari DPPKB terus nanti saya bagikan ke kader-kader untuk disebar lagi ke masyarakat. (wawancara dengan Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Gondomanan, 12 April 2019).

Brosur yang akan disebar ini diberikan pada saat pertemuan RT atau RW seperti pada saat ada rapat. Pada saat pembagian brosur tersebut biasanya dijelaskan bahwa ada program dari pemerintah dan siapa yang tertarik boleh ikut. Seperti yang disampaikan oleh Pak Surono, sebagai berikut:

Iya dari selebaran (brosur) itu mbak dikasih waktu rapat atau ada pertemuan itu, tapi kalau saya sendiri kemarin dikasihnya pas lagi rapat mbak, itukan nanti diteruskan dari RT. Terus dijelasin ini ada program dari pemerintah begini, siapa yang tertarik mau ikut ya silahkan, jadi bukan ajang kayak sosialisasi gitu bukan, cuma untuk sekedar untuk memberi tahu gitu aja mbak, nggak yg kayak dijelaskan secara jelas gitu sih mbak. (Wawancara dengan peserta vasektomi Kecamatan Umbulharjo, 3 Juli 2019).

Brosur-brosur yang disebar kepada masyarakat tidak ada yang spesifik membahas mengenai vasektomi, biasanya brosur itu disebar kepada ibu-ibu dan lalu akan disampaikan oleh bapak-bapak. Seperti yang disampaikan oleh Pak Tugiman, sebagai berikut:

Nggak mbak, nggak ada brosur-brosur tentang vasektomi itu belum ada, tapi kalau KB keseluruhan itu saya kurang tau mbak, biasanya ibu-ibu kalau itu yang lebih tau mbak.

(Wawancara dengan peserta vasektomi Kecamatan Gondomanan, 5 Juli 2019).

Gambar 3.7

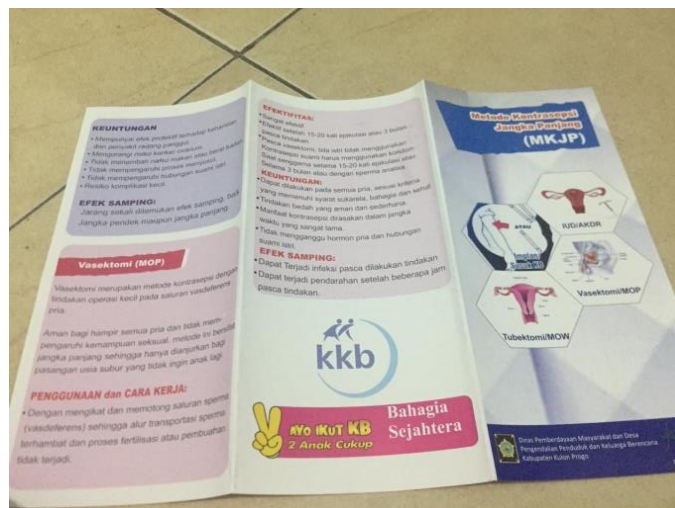
Brosur Metode Kontrasepsi



Sumber: Dokumen Pribadi (3 Mei 2019)

Gambar 3.8

Brosur Metode Alat Kontrasepsi



Sumber: Dokumen Pribadi (3 Mei 2019)

1.3 Evaluasi Pelaksanaan Strategi Komunikasi dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Proses evaluasi program vasektomi di Kota Yogyakarta dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta sendiri. Tahapan evaluasi pelaksanaan dilakukan apabila memang ada acara sosialisasi langsung dari DPPKB kepada masyarakat setempat seperti sedang diadakan pelayanan program vasektomi. Evaluasi tersebut dilakukan untuk mengetahui sejauh mana program vasektomi berkembang di masyarakat dan juga untuk melihat perkembangan pelaksanaan kegiatan Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta beserta PLKB. Evaluasi yang dilakukan tidak bisa ditetapkan secara masal karena peminat program vasektomi yang cenderung belum stabil tidak seperti pelayanan KB wanita lainnya. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Herristanti pada saat wawancara langsung, sebagai berikut:

Untuk tahapan evaluasi memang tidak pernah secara khusus ya mbak, tetapi bila setiap kali ada momentum perayaan biasanya baru diadakan evaluasi. Apalagi MOP atau vasektomi sendirikan memang tidak bisa dilakukan secara masal seperti pada pelayanan baksos atau KB yang biasa, kan biasanya pelayanan KB yang dilakukan ibu-ibu memang ada beberapa puluh gitu yang berminat untuk mengikuti program KB di dalam kesempatannya. Sedangkan kalau KB untuk bapak-bapak yang seperti vasektomi inikan tergantung berapa peminatnya, yang mungkin peminatnya tidak sebanyak peminat ibu-ibu. Permasalahannya juga mungkin ada misalnya seperti saat jadwal untuk mendaftar vasektomi diundur, itu berpengaruh juga pada kesediaan, jadi apabila ganti hari karena diundur itu, itu juga berpengaruh pada semangat calon akseptor akan kendur. Seperti sudah kepengen untuk mengikuti programnya, lalu tidak jadi lagi. Kalau dulu itu pelaksanaannya rutin memang setiap hari rabu, jadi misalkan ada ya bisa langsung daftar, tapi saat ini hanya bisa

melalui jamkesda. Dan untuk tahun 2019 ini belum ada yang daftar (wawancara dengan Kepala Bidang Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga, 27 Maret 2019).

Selain itu juga saat akseptor program vasektomi sudah melakukan operasi dan merasa terjadi masalah atau keluhan, biasanya akseptor tersebut akan langsung melapor ke DPPKB Kota Yogyakarta, sehingga nantinya DPPKB Kota Yogyakarta beserta rumah sakit yang melakukan proses operasi vasektomi tersebut dapat melakukan tindak lanjut apa yang harus dilakukan. Tahapan evaluasi ini digunakan hanya pada saat sedang terjadi masalah saja, tidak terus menerus. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Wuriandari sebagai berikut:

Ya jadi untuk tahap evaluasinya yang tidak terlalu diperhatikan ya selama mereka tidak ada keluhan. Beda lagi kalau ada keluhan dari peserta, kita akan segera lapor kepada kota, ini ada kasus, nanti kalau permasalahannya jelas baru kita ke rumah sakit yang melakukan operasinya itu, nanti diadakanlah pengecekan kembali. Nanti itu akan menjadi evaluasi yang khusus di Dinas KB kota sendiri, apa penyebabnya, apa benar ada human error atau tidak. Kita akan hanya sekedar memberikan masukan ada kasus ini nih, nanti yang mengkoordinasi ya DPPKB Kota dan rumah sakit agar kedepannya tidak akan terulang lagilah hal yang sama (wawancara Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Kecamatan Umbulharjo, 13 April 2019).

Dalam pencapaian target program vasektomi di Kota Yogyakarta tertinggi bila dibandingkan dengan kabupaten-kabupaten yang lain se-DIY. Pencapaian target ini didukung dari adanya strategi pemerintah yang memberikan *reward* sebesar satu juta rupiah kepada akseptor-akseptor vasektomi yang sudah mengikuti program KB dengan menggunakan alat

kontrasepsi jangka panjang yaitu vasektomi. Seperti yang diungkapkan oleh

Ibu Herristanti, sebagai berikut:

Kalau dilihat dari PPM atau target kita untuk program vasektomi ini sudah sangat baik, bisa dikatakan KB aktifnya untuk tahun 2018 ini kalau kita bandingkan dari PPM itu paling banyak ya. Bila kita *flashback* beberapa tahun yang lalu khususnya untuk kesertaan KB itu kan ada 2, vasektomi dan kondom, kalau dijumlahkan untuk Kota Yogyakarta sendiri sudah lebih bagus dibandingkan dengan kabupaten yang lain se-DIY. Memang kebanyakan dalam keikutsertaan KB yang kondom lebih mendominasi dibandingkan dengan vasektomi. Ya sekiranya memang dahulu itu program vasektomi ini malah kurang dari 0,1% kemudian setelah diadakan reward ini baru mulai meningkat. (wawancara dengan kepala bidang keluarga berencana dan pembangunan keluarga, 27 Maret 2019)

Tabel 3.1

Pencapaian Terhadap PPM Peserta KB Aktif

No	Kabupaten/ Kota	PPM	Pencapaian	%
1.	Kulon Progo	187	501	267.91%
2.	Bantul	403	1.057	262.28%
3.	Gunung Kidul	226	487	215.49%
4.	Sleman	686	712	103.79%
5.	Kota Yogyakarta	53	198	373.58%
	Jumlah	1.555	2.955	190.03%

Sumber: Hasil Laporan dan Pencatatan BKKBN tahun 2018

B. PEMBAHASAN

Setelah melakukan penyajian data pada pembahasan sebelumnya, pada bagian ini peneliti akan membahas dengan cara analisis data penelitian. Jika sebelumnya peneliti hanya memaparkan data-data yang sudah diperoleh dan didapatkan di lapangan baik berupa data wawancara maupun data dokumentasi, maka pada bagian ini peneliti akan menganalisis data-data yang telah peneliti dapatkan tersebut dengan menggunakan teori yang telah penulis paparkan sebelumnya di bab satu.

2.1. Perencanaan Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Perencanaan dalam mensosialisasikan program vasektomi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta memperhatikan beberapa aspek mulai dari analisis data, menentukan komunikator dalam penyampaian pesan, menentukan target sasaran atau khalayak yang akan dituju, menentukan tujuan, menentukan pesan dan barulah yang terakhir menentukan melalui saluran komunikasi apa saja. Menurut Onong Uchjana Effendy (2016:32) strategi komunikasi yang juga merupakan bagian dari perencanaan komunikasi (*communication planning*).

Program vasektomi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta ini bertujuan untuk mengatur angka kelahiran dan untuk pengendalian penduduk agar masyarakat di Kota Yogyakarta mempunyai kehidupan yang

sejahtera maka di dalam sosialisasinya program vasektomi ini harus berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target-target yang sudah ditentukan, oleh sebab itu diperlukanlah sebuah strategi komunikasi yang tepat. Berdasarkan hasil wawancara mengenai program vasektomi di Kota Yogyakarta ini diharapkan dapat membantu program pemerintah dalam hal mengendalikan laju pertumbuhan penduduk di Indonesia dengan melalui alat kontrasepsi bagi pria yaitu MOP atau vasektomi.

Sebelum dilakukannya strategi komunikasi dengan cara sosialisasi ini diperlukan adanya perencanaan. Menurut Cangara (2017:25) perencanaan merupakan titik awal untuk bekerjanya suatu organisasi hal ini guna untuk memberikan arahan (fokus) atau pedoman pada tujuan yang ingin dicapai, selain itu juga untuk melakukan pengendalian agar pelaksanaan senantiasa tetap berada dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan.

Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Dimulai secara berturut-turut dari menentukan sasaran komunikasi, komunikator, tujuan, pesan dan media (Effendy, 2016:35).

1. Menentukan Sasaran Komunikasi

Untuk menentukan target sasaran khalayak atau audiens harus mempunyai pemetaan terhadap audiens. Audiens tersebut adalah orang-

orang yang membutuhkan perubahan yang akan dilakukan oleh orang yang akan membuat perubahan, misalnya target utama adalah mereka yang mempunyai kekuasaan membuat solusi untuk anda yang ingin mendapatkan perubahan menjadi sebuah kenyataan (Liliweri, 2011:694).

Berdasarkan hasil wawancara dalam menganalisis data yang sudah didapatkan, DPPKB Kota Yogyakarta dibantu dengan PLKB yang ada di setiap kecamatan melihat melalui data-data yang ada di setiap RT dan RW. Data-data ini diperoleh dari hasil pencatatan yang dilakukan oleh kelompok KB atau kader KB yang ada di masing-masing wilayah di Kota Yogyakarta. Analisis data ini merupakan tahap pengumpulan data yang ditempuh sebelum melakukan perencanaan program.

Setelah mendapatkan data-data yang diperoleh dari pencatatan data yang sudah dilakukan, selanjutnya DPPKB Kota Yogyakarta juga mempunyai target yang lebih spesifik dalam menentukan calon akseptor program vasektomi. Program vasektomi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta hanya ditujukan kepada bapak-bapak atau seorang suami yang merupakan pasangan usia subur dan tentunya yang masih berpotensi untuk melahirkan lagi. Untuk usia suaminya maksimal sudah berumur 45 tahun, karena jika umur suami sudah mencapai 47 tahun sementara itu istrinya akan mengalami menopause sehingga percuma saja melakukan program vasektomi ini. Target sasaran ini ditujukan kepada laki-laki atau suami untuk memberi solusi apabila nantinya akan dapat menambah jumlah anak

lagi, seperti tujuan KB pada umumnya yaitu untuk mengendalikan tingkat kelahiran. Pengkritisan yang dilakukan peneliti dalam menentukan khalayak atau sasaran dari adanya program vasektomi ini sudah tepat, karena tujuan awal dari adanya program vasektomi ini memang ditujukan kepada PUS yang benar-benar tidak menginginkan anak lagi tetapi masih berpotensi dapat melahirkan anak lagi selain itu juga karena adanya program vasektomi ini dibuat khusus untuk para pria dengan tujuan agar nantinya para pria ini tidak hanya beranggapan bahwa KB itu hanya urusan wanita saja.

2. Pemilihan Komunikator

Dalam proses sosialisasi program vasektomi yang berperan sebagai komunikator adalah DPPKB Kota Yogyakarta. Tetapi disini DPPKB Kota Yogyakarta tidak menjadi komunikator tunggal dalam mensosialisasikan program vasektomi, DPPKB Kota Yogyakarta juga bekerja sama dengan beberapa instansi dan narasumber lainnya untuk menyampaikan program vasektomi ini.

Peran seorang komunikator sangat penting dalam perencanaan strategi komunikasi agar menghasilkan komunikasi yang efektif. Menurut Onong Uchjana Effendy (2016:43), seorang komunikator harus memiliki kepercayaan (*source credibility*) dan daya tarik (*source attractiveness*). Sebagai komunikator dalam kegiatan untuk menginformasikan program vasektomi, DPPKB Kota Yogyakarta dinilai dapat dipercaya dan mempunyai kredibilitas karena DPPKB Kota Yogyakarta merupakan

instansi pemerintah yang mempunyai kewenangan di bidang keluarga berencana, salah satunya mencakup hak-hak reproduksi dan pengendalian penduduk.

Artinya DPPKB Kota Yogyakarta berperan sebagai komunikator yang mempunyai kredibilitas sumber dan daya tarik sumber karena DPPKB Kota Yogyakarta merupakan instansi pemerintah di bidang keluarga berencana yang dapat dipercaya dan mempunyai kewenangan dalam program vasektomi sehingga pesan-pesan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak atau sasaran dapat tersampaikan secara efektif. Namun di sini DPPKB Kota Yogyakarta tidak menjadi komunikator tunggal, untuk meningkatkan daya tariknya DPPKB Kota Yogyakarta juga dibantu oleh PLKB yang ada di setiap kecamatan di Kota Yogyakarta, Dokter Urologi yang akan menyampaikan mengenai kesehatan reproduksi bagi pria dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan kader atau kelompok KB pria yang akan menyampaikan mengenai testimoni setelah mengikuti program vasektomi, tujuan dari mengajak kader atau kelompok KB pria ini untuk memberikan daya tarik mengenai kesan dan pesan setelah melakukan program vasektomi ini. Selain itu melalui kader atau kelompok KB pria ini nantinya diharapkan calon akseptor program vasektomi tidak akan ragu lagi pada saat akan dilakukan operasi, karena sudah melihat hasil nyata dari seseorang yang sudah melakukan operasi vasektomi sebelumnya.

Dalam menentukan komunikator yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemilihan komunikator yang dilakukan sudah sangat baik karena sudah mempunyai daya tarik sendiri dengan kemampuannya masing-masing sehingga nantinya komunikasi akan merasa yakin dan selain itu juga komunikator yang dipilih oleh DPPKB Kota Yogyakarta juga mempunyai kredibilitas sumber, yakni komunikator sudah berhasil membangun kepercayaan yang didapatkan dari profesi, keahlian, atau pengalaman yang dimiliki.

3. Tujuan Komunikasi

Dalam melakukan strategi komunikasi tujuan merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam perencanaan komunikasi. Agar suatu tujuan komunikasi dapat berjalan lebih fokus dan efektif, maka tujuan yang masih bersifat umum perlu dipersempit untuk mempermudah dalam membuat program komunikasi, karena dengan terfokus pada satu tujuan akan lebih efisien. Selain itu tujuan juga harus jelas, sederhana, realistis, dan ada keseimbangan antara anggaran, waktu, dan tenaga (Effendi dalam Susanti, 2015:243-254). Dari hasil wawancara peneliti menemukan tujuan dan DPPKB Kota Yogyakarta dalam menginformasikan program vasektomi yaitu DPPKB Kota Yogyakarta berharap agar pertumbuhan penduduk di Kota Yogyakarta dapat terkendali dan tingkat kelahiran tidak terus naik.

Selain itu tujuan dari program vasektomi ini sebenarnya bukan semata-mata program yang mengajak warga untuk ber-KB atau memiliki dua anak saja, namun program vasektomi ini ditujukan untuk mengajak para pria untuk berpartisipasi dalam menggunakan alat kontrasepsi jenis vasektomi sebagai wujud upaya mencapai pemerataan gender (Praditasari, 2018:7-8). Berdasarkan dari hasil wawancara yang sudah dilakukan juga menunjukkan bahwa sosialisasi program vasektomi ini dilakukan untuk menarik minat para pria agar mau ikut serta dalam program keluarga berencana melalui metode alat kontrasepsi jangka panjang (MKJP) MOP atau vasektomi. Selain itu juga untuk menjelaskan bahwa program KB itu bukan hanya urusan wanita saja, tetapi pria juga harus ikut berperan aktif dan terlibat di dalamnya. Karena permasalahan yang sedang dihadapi saat ini yaitu mengenai program KB pria yang masih kurang peminatnya terutama di Kota Yogyakarta untuk kontrasepsi jangka panjang MOP atau vasektomi ini.

Dalam menentukan tujuannya DPPKB Kota Yogyakarta dirasa sudah fokus sesuai dengan tujuan awal dari program vasektomi yang telah menjadi acuan dalam mengatur angka kelahiran dan untuk pengendalian penduduk, sehingga nantinya diharapkan masyarakat di Kota Yogyakarta mempunyai kehidupan yang sejahtera. Dan juga untuk mengajak pria berpartisipasi dalam mensukseskan program KB di Kota Yogyakarta.

4. Menentukan Pesan

Dalam menggunakan strategi komunikasi yang tepat agar semua pesan dapat dimengerti, maka harus adanya pengetahuan yang cukup mengenai pesan apa yang akan disampaikan. Menurut Onong Uchjana Effendy (2016:32) tujuan sentral dari adanya kegiatan komunikasi yang pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterima. Andai kata komunikan sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya harus dibina (*to establish acceptance*). Sehingga pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*).

Melalui dokumentasi dan hasil wawancara yang sudah dilakukan dan melihat sendiri beberapa media sosialisasi dalam penyampaian pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang *simple* dan mudah dimengerti sehingga membuat calon akseptor program vasektomi mudah sekali memahami maksud dan tujuan dari pesan tersebut. Selain itu materi yang disampaikan sudah berisi informasi-informasi yang sangat lengkap tentang program vasektomi. Saat ini media yang digunakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta melalui iklan layanan masyarakat yang ditampilkan di televisi, film pendek, lembar balik, dan brosur serta DPPKB Kota Yogyakarta dibantu oleh PLKB setempat melakukan kegiatan sosialisasi tatap muka seperti sosialisasi door to door, sosialisasi dipertemuan warga, dan melalui FAPSEDU. Semua media baik itu secara tidak langsung maupun secara

langsung yang digunakan DPPKB Kota Yogyakarta dalam penyampaian pesan menggunakan bahasa yang cukup jelas dengan bahasa yang *simple* dan mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat. Adapun pesan secara umum yang disampaikan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dan PLKB adalah pesan mengenai program kependudukan, keluarga berencana dan kesehatan reproduksi. Materi yang disampaikan juga sudah dikemas sedemikian rupa sesuai program vasektomi. Peneliti dapat melihat bahwa pesan yang ingin disampaikan sudah lengkap dan jelas.

5. Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan saluran atau media ini merupakan suatu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Saluran menuju pada cara penyajian pesan: apakah langsung (tatap muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi) (Mulyana, 2014:70). Disini DPPKB Kota Yogyakarta menyampaikan pesan kepada khalayak atau komunikan yang luas dan dalam jumlah yang banyak dengan cara melalui media yang digunakan meliputi tatap muka (*face to face*) dengan cara sosialisasi langsung ke rumah-rumah (*door to door*), sosialisasi dipertemuan RT atau RW, mengadakan forum FAPSEDU, media elektronik (TV), film pendek, lembar balik, dan media printed material (brosur).

Peneliti dapat menyimpulkan dalam menentukan saluran komunikasi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta sudah cukup baik dalam bidang komunikasi tatap muka (*face to face*) sedangkan dalam komunikasi bermediana masih dirasa kurang meluas, seharusnya dapat menggunakan spanduk, baliho, dan lain-lain.

Adapun model perencanaan yang dipakai oleh DPPKB Kota Yogyakarta yaitu dengan menggunakan model AIDDA. Penggunaan model Perencanaan AIDDA ini dengan menggunakan pendekatan *A-A Procedure (Attention to Action Procedure)* dengan lima langkah yang biasa disebut AIDDA. *A=Awareness* (kesadaran), *I=Interest* (minat), *D=Desire* (hasrat), *D=Decision* (keputusan), dan *A=action* (kegiatan). Model perencanaan ini sifatnya linear dan banyak digunakan dalam kegiatan penyuluhan dan pemasaran komersial (Cangara: 2017:82). Langkah pertama yang dilakukan yaitu dengan membangun kesadaran melalui beberapa sosialisasi yang nantinya akan dilaksanakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dibantu oleh PLKB di wilayah-wilayah. Setelah itu diharapkan nantinya calon akseptor mempunyai minat dan hasrat untuk mengikuti program vasektomi ini sebelum akhirnya akan mempunyai keputusan dalam pelaksanaannya mengikuti program vasektomi.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan perencanaan dari adanya sosialisasi program vasektomi ini bertujuan untuk mengajak para pria untuk ber-KB. Dan cara menyampaikan strategi komunikasinya melalui perencanaan komunikasi kesehatan yaitu melalui penjelasan melalui *stakeholder* yang bekerjasama dengan

DPPKB Kota Yogyakarta seperti PLKB, kader KB yang akan memberikan testimoni dan Dokter Ulurogi atau dokter khusus yang didatangkan untuk menjelaskan terkait dengan kesehatan organ reproduksi untuk pria dengan tujuan agar nantinya calon-calon akseptor vasektomi tidak lagi merasa ragu akan kesehatan reproduksi terganggu dengan mengikuti program vasektomi ini. Selain itu penjelasan mengenai kesehatan alat reproduksi untuk pria ini juga untuk mempengaruhi dari segi kognitif yaitu memberikan informasi baru, dari yang tadinya tidak tahu menjadi tahu, lalu memberikan pengaruh afektif yang berkaitan dengan minatnya untuk mengikuti program vasektomi karena sudah mendapatkan informasi-informasi yang jelas baik itu dari pihak DPPKB Kota Yogyakarta, PLKB, Dokter Ulurogi, maupun dari kader KB. Dan yang terakhir adalah memberikan pengaruh psikomotik atau tindakan yang nantinya calon akseptor ini akan berminat dan melakukan program vasektomi ini.

Perencanaan merupakan unsur yang sangat penting sesudah unsur organisasi. Perencanaan merupakan titik awal untuk bekerjanya suatu organisasi (Cangara, 2017:25). Dalam tahap perencanaan ini peneliti sudah dapat melihat bahwa DPPKB Kota Yogyakarta memiliki perencanaan yang sudah sangat bagus dan tepat yaitu menyusun rencana-rencana dan mengkoordinasi kegiatan sosialisasi program vasektomi ini.

2.2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Berdasarkan tugas pokok Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) Kota Yogyakarta yaitu melaksanakan pengendalian penduduk dan menyelenggarakan keluarga berencana. Salah satu program untuk melaksanakan program tersebut yaitu dengan adanya Metode Alat Kontrasepsi Jangka Panjang (MKJP) bagi pria MOP atau vasektomi. Tujuan dari adanya program vasektomi ini diharapkan nantinya para pria bisa ikut aktif dalam program keluarga berencana dengan menggunakan alat kontrasepsi khusus bagi pria.

DPPKB Kota Yogyakarta merupakan salah satu instansi pemerintah yang secara teknis mempunyai tanggung jawab besar dalam menjalankan tugasnya sebagai pelaku untuk menginformasikan program vasektomi bagi para pria yang merupakan Pasangan Usia Subur (PUS) di Kota Yogyakarta. Kewenangan DPPKB Kota Yogyakarta sebagai instansi pemerintah dalam mengendalikan penduduk salah satunya dengan menggiatkan program KB melalui alat kontrasepsi vasektomi ini, karena dalam mengatasi pengendalian penduduk cara yang paling efektif dilakukan dengan memberikan sosialisasi kepada masyarakat khususnya para pria untuk mengikuti program vasektomi. Sehingga jika hal itu diterapkan oleh para pria di Kota Yogyakarta akan menimbulkan dampak yang luar biasa bagi DPPKB Kota Yogyakarta dalam mengatasi masalah kependudukan.

Berdasarkan deskripsi dalam penyajian data diketahui bahwa kegiatan sosialisasi program vasektomi ini menggunakan beberapa strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta merupakan kegiatan yang dirancang untuk menyiapkan kehidupan keluarga berencana. Dalam pelaksanaan strategi komunikasi untuk mensosialisasikan program vasektomi ini DPPKB Kota Yogyakarta menggunakan dua teknik sosialisasi yang pertama yaitu melalui sosialisasi tatap muka (*face to face*) dan yang kedua melalui sosialisasi bermedia (*mediated*). Adapun strategi komunikasi yang digunakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Tatap Muka dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Pada dasarnya pemilihan media komunikasi dalam pelaksanaan sosialisasi program vasektomi, DPPKB Kota Yogyakarta lebih menekankan pada media tatap muka. Hal ini dikarenakan media ini menimbulkan efek yang cepat dari komunikannya. Dengan saling bertatap muka secara langsung, membuat komunikator langsung mengetahui apakah komunikan memperhatikan komunikator dan mengerti apa yang dikomunikasikan. Disini berarti bahwa proses tatap muka yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta kepada para calon akseptor program vasektomi lebih efektif dan pesan yang disampaikan akan langsung kepada calon akseptor tersebut.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta ini menggunakan komunikasi tatap muka (*face to face*) dengan ciri-ciri para komunikan

berada dalam jarak yang dekat, baik jarak fisik maupun jarak psikologis. Jarak yang dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu dan secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antarindividu (Ramadanty, 2014:4).

Berdasarkan dari pelaksanaan mengenai sosialisasi program vasektomi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta peneliti dapat menyimpulkan bahwa sosialisasi program vasektomi dengan menggunakan strategi komunikasi tatap muka masih mempunyai banyak kekurangan didalamnya baik itu dalam efektivitasnya maupun dari segi waktu pelaksanaannya. Dalam pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dibantu oleh PLKB yang ada di setiap kecamatan melakukan sosialisasi melalui door to door, pertemuan warga pada tingkat RT dan RW, dan melalui FAPSEDU.

Berdasarkan hasil wawancara sebelum pada saat melakukan sosialisasi *door to door*, para PLKB terlebih dahulu mendapatkan data PUS dari pencatatan yang ada di setiap kecamatan. Setelah melihat dari pencatatan data tersebut para PLKB ini selanjutnya bekerjasama dengan kader-kader KB yang ada di masing-masing wilayah. Kader KB ini merupakan orang-orang yang sudah mengikuti program vasektomi. Tujuan PLKB mengajak kader KB ke rumah-rumah warga saat melakukan program sosialisasi yaitu untuk memberikan testimoni atau menjelaskan mengenai rumor-rumor yang berkembang di masyarakat.

Setelah mendapatkan data dan sudah tahu akan mendatangi rumah yang dimana akan dilakukan sosialisasi dengan cara *door to door* ini lalu PLKB dan kader KB ini tidak bisa langsung membicarakan mengenai program vasektomi tersebut. Hal yang harus dilakukan adalah memperkenalkan diri terlebih dahulu, lalu menjelaskan tujuan dan maksud dari kunjungan ke rumah tersebut, setelah itu memberikan pemahaman mengenai kependudukan atau permasalahan kependudukan, dan barulah membahas mengenai adanya program KB khusus pria atau vasektomi. Sosialisasi program vasektomi dengan cara sosialisasi *door to door* ini tidak bisa dilakukan satu atau dua kali, sosialisasi ini harus dilakukan berkali-kali, karena untuk mengajak masyarakat ber-KB itu sulit apalagi KB ini ditujukan oleh para pria.

Berdasarkan penjelasan diatas, menurut peneliti sosialisasi *door to door* ini merupakan salah satu sosialisasi terbaik dari yang lainnya, karena dengan adanya sosialisasi *door to door*, calon akseptor nantinya akan lebih cepat mengerti mengenai sosialisasi atau informasi-informasi yang disampaikan mengenai program vasektomi dengan sifat yang lebih personal. Namun mungkin dalam sosialisasi *door to door* ini akan terkesan lebih lama dibandingkan dengan sosialisasi lainnya karena saat melakukan sosialisasi *door to door* yang dilakukan oleh PLKB membutuhkan waktu ekstra untuk melakukan pendekatan dan meyakinkan calon akseptor ini melakukan program vasektomi karena seperti yang sudah disampaikan diatas, kegiatan sosialisasi *door to door* tidak bisa dilakukan sekali atau dua kali saja. Kegiatan *door to door* di setiap wilayah dirasa masih sangat kurang karena kegiatan masih banyak terdapat

wilayah di Kota Yogyakarta yang belum pernah mendapatkan sosialisasi ini, karena anggota tim yang kurang membuat sosialisasi ini kurang efektif.

Sosialisasi tatap muka selanjutnya yang dilakukan oleh PLKB yaitu dengan masuk ke dalam pertemuan warga di RT atau RW. Dikarenakan target sasaran dari program vasektomi ini adalah para pria yang mayoritas merupakan bapak-bapak yang bekerja dari pagi sampai sore dan baru ada waktu luang di malam hari oleh sebab itulah sosialisasi diadakan di malam hari dengan dipandu langsung oleh PLKB yang ada di masing-masing kecamatan di Kota Yogyakarta. Saat melakukan sosialisasinya PLKB biasanya dibantu juga oleh kader KB pria di masing-masing wilayah. Kader KB diundang kedalam pertemuan ini guna untuk menjelaskan testimoni mengenai program vasektomi. Dan juga beberapa kali mendatangkan dokter ulurogi dalam sosialisasinya. Dokter ulurogi ini nantinya yang akan menjelaskan dari segi medis, dan biasanya dokter ulurogi ini didatangkan langsung dari BKKBN DIY.

Sosialisasi dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan apa itu program vasektomi dan memberikan pengetahuan mengenai alat kontrasepsi jangka panjang khususnya program vasektomi ini, selain itu juga menjelaskan mengenai fakta atau kebenaran dibalik semua rumor-rumor yang tersebar di masyarakat, menjelaskan mengenai keunggulan dari memilih program vasektomi dibandingkan dengan menggunakan alat kontrasepsi yang lainnya serta memberikan pengetahuan tentang kesehatan alat reproduksi khusus pria.

Berdasarkan dari hasil wawancara sosialisasi pada pertemuan RT atau RW setiap tahunnya tidaklah menentu, karena untuk mengajak bapak-bapak melakukan

sosialisasi saja sulit seperti apa yang diungkapkan oleh Ibu Wuriandari selaku PLKB Kecamatan Umbulharjo. Di Kecamatan Umbulharjo saja pada tahun 2018 kemarin hanya melakukan sosialisasi empat kali, dua kali mengundang narasumber dari BKKBN DIY dan dua kalinya lagi pertemuan dengan pengurus atau bisa dikatakan juga anggota-anggota kelompok KB pria. Sosialisasi ini dirasa kurang karena terpaku dengan dana yang didapatkan.

Sosialisasi dengan cara ini ditujukan untuk menyampaikan sosialisasi yang lebih mendalam sehingga nantinya calon akseptor vasektomi dapat lebih paham dan mengerti lebih jelas mengenai program vasektomi ini. Selain itu tujuan lainnya agar calon akseptor berminat dan sudah tidak ragu lagi untuk mengikuti program vasektomi dengan cara pendekatan yang lebih personal dan menghilangkan keraguan tentang rumor-rumor yang berkembang luas di masyarakat.

Menurut peneliti sosialisasi pada pertemuan RT atau RW dirasa cukup baik karena nantinya saat berlangsungnya proses sosialisasi para calon akseptor bisa bertanya dengan akseptor vasektomi yang terlebih dahulu sudah melakukan program vasektomi, karena berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan pada sosialisasi pertemuan di RT atau RW ini yang hadir bukan hanya calon akseptor vasektomi saja, tetapi juga mengundang kelompok KB pria ke dalamnya sehingga nantinya calon akseptor mau mengikuti program vasektomi.

Forum Umat Beragama Peduli Keluarga Sejahtera dan Kependudukan (FAPSEDU) ini merupakan wadah sosialisasi di masyarakat yang ada di masing-masing kecamatan di Kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara FAPSEDU

dibentuk berdasarkan enam kelompok agama yaitu Islam, Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Budha, dan Kong Hu Cu. Saat mengadakan sosialisasi vasektomi, FAPSEDU bekerja sama dengan PLKB dan Kelompok KB pria untuk melakukan sosialisasinya. Yang membedakan sosialisasi FAPSEDU dengan yang lainnya adalah pembahasan sosialisasi vasektomi ini menggunakan dengan ketentuan-ketentuan agamanya masing-masing. Sehingga diharapkan nantinya tidak ada kesalah pahaman mengenai program-program vasektomi yang didasarkan oleh hukum agama masing-masing.

Menurut peneliti FAPSEDU ini merupakan sebuah sosialisasi yang dapat menambah keyakinan dari adanya program vasektomi ini, karena melalui FAPSEDU ini dapat membantu calon akseptor vasektomi yang tadinya ragu menjadi lebih yakin karena memang sudah dijelaskan menurut agamanya masing-masing. Kekurangan dari adanya sosialisasi melalui FAPSEDU ini karena tidak semua orang mengikuti forum ini, atau ada juga beberapa orang yang telah mengikuti forum beragama diluar dari FAPSEDU ini, jadi FAPSEDU ini dirasa kurang efektif dalam sosialisasinya.

2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Bermedia dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Menurut Heinich dalam buku Susilana dan Riyana (2010:6) menjelaskan bahwa media merupakan alat atau saluran dalam komunikasi. Media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*” yang secara harfiah berarti “perantara” yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Heinich mencontohkan media ini seperti film, televisi, diagram, bahan

tersetak (*printed materials*), *computer*, dan instruktur. Contoh media tersebut bisa dipertimbangkan sebagai media pembelajaran jika membawa pesan-pesan (*messages*) dalam rangka mencapai tujuan pembelajaran, Heinich juga mengaitkan hubungan antara media dengan pesan dan metode (*methods*).

Berdasarkan hasil penelitian DPPKB Kota Yogyakarta menggunakan beberapa media dalam penyampaian pesan disetiap sosialisasinya. Pelaksanaan komunikasi dalam mensosialisasikan program vasektomi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dengan memanfaatkan beberapa media dimaksudkan agar pesan yang akan disampaikan dapat tersebut diseluruh masyarakat. Beberapa media yang digunakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta adalah media elektronik (TV), film pendek, lembar balik, dan brosur.

1. Media Elektronik (TV)

Fungsi informatif dari iklan televisi berhubungan dengan penyampaian “pesan” sebuah iklan dengan menggunakan bahasa yang lebih informatif atau menerangkan lebih jelas dengan maksud untuk memberikan informasi dan tujuan utamanya yang terpenting adalah memperkenalkan barang atau jasa tanpa ada untus memaksa atau membujuk untuk membeli atau menggunakan (Widyatama, 2011:43).

Media elektronik yang digunakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta yaitu melalui televisi (TV). Penyampaiann pesannya melalui iklan layanan masyarakat. Media elektronik melalui TV digunakan karena TV adalah

media komunikasi yang paling mudah diakses oleh masyarakat dan setiap rumah selalu mempunyai televisi, jadi pesan yang disampaikan tentu akan mudah diterima oleh masyarakat dimana saja.

Pada iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh DPPKB Kota Yogyakarta yaitu mengenai tentang ada seorang PLKB yang sedang menjelaskan mengenai fungsi dan jenis dari alat kontrasepsi di suatu pertemuan warga, disela-sela penjelasannya ada seorang bapak-bapak yang bertanya tentang alat kontrasepsi apa yang cocok digunakan untuknya. Dan setelah itu ada seorang ibu-ibu yang berkata bahwa KB itu hanyalah untuk ibu-ibu. Lalu PLKB tersebut menjelaskan bahwa bapak-bapak itu bisa ikut KB dan dari situlah pria yang bertanya tersebut mengikuti program KB vasektomi.

Peneliti menyimpulkan bahwa dari iklan layanan masyarakat ini pesan tersampaikan dengan jelas dan memang masih ada yang beranggapan bahwa KB itu hanyalah untuk wanita, pada kenyataannya KB itu bisa dilakukan oleh pria. Media elektronik dengan melalui iklan ini dirasa sangatlah tepat untuk penyampaian pesannya karena memang masih banyak orang yang belum paham tentang KB pria dan masih banyak juga yang beranggapan bahwa KB itu hanyalah urusan wanita saja. Alur dari penyampaian pesan ini juga bagus mulai dari sosialisasi hingga pelaksanaan program vasektomi terpapar jelas walau iklan ini memang tidak hanya ditujukan untuk program vasektomi saja, ada beberapa metode alat kontrasepsi yang disampaikan

juga. Kendala dari iklan layanan masyarakat saat ini, banyak yang belum tau tentang adanya iklan mengenai program vasektomi ini, karena iklan disampaikan tidak setiap waktu seperti iklan-iklan lainnya, hal inilah yang membuat tidak banyak orang mengetahui iklan ini.

2. Film Pendek

Film merupakan media perubahan masal yang paling mudah diterima oleh manusia karena menggunakan perpaduan antara Audio dan Visual. Audio berupa suara serta visual berupa gambar yang bergerak (Javandalasta, 2011). Selanjutnya DPPKB Kota Yogyakarta juga mempunyai film pendek yang dibuat sendiri. Film ini mengenai “KB Vasektomi itu Halal, sudah ada fatwanya tahun 2012”. Film ini bekerjasama dengan Sekretaris Umum MUI DIY dan juga Dokter Ulurogi. Film ini berdurasi sekitar 2.53 menit. Di dalam film ini menjelaskan ada sepasang suami istri yang sedang mempunyai masalah karena tidak menginginkan anak lagi, lalu setelah itu ada seorang bapak-bapak yang datang dan menyarankan untuk mengikuti program KB. Permasalahan yang dihadapi yaitu istri dari pasangan suami istri ini tidak menginginkan program KB untu dirinya, dan kemudian pria yang datang ini menyarankan lebih baik suami (Mas Yanto) dari pasangan suami istri ini saja yang mengikuti program KB. Pria ini menyarankan untuk mengikuti program vasektomi karena memang dirinya sendiri sudah mengikuti program vasektomi. Setelah itu di dalam film ini juga dimunculkan Dokter Spesialis Bedah Ulurogi dan Sekretaris Umum MUI

DIY yang menjelaskan mengenai program vasektomi ini aman dan halal. Berdasarkan hasil wawancara film ini biasanya ditayangkan pada saat sosialisasi di pertemuan warga sebelum lebih lanjutnya membahas mengenai program vasektomi tersebut.

Menurut peneliti melalui media film ini sudah bagus sebagai sarana penyampaian pesan, karena di dalamnya terdapat pesan-pesan dan penjelasan yang cukup lengkap dari program vasektomi. Bahasa yang digunakan di dalam film ini juga sangat mudah dimengerti karena memang menggunakan bahasa sehari-hari.

3. Lembar Balik

Lembar balik merupakan salah satu media yang digunakan dalam promosi kesehatan kepada klien dengan cara tatap muka langsung menjelaskan apa yang menjadi topic pembicaraan. Lembar balik berisi informasi mengenai keluarga berencana (BKKBN, 2018).

Lembar balik merupakan media untuk membantu pada saat jalannya sosialisasi di pertemuan masyarakat. Lembar balik ini berukuran A3 dan pada isinya penuh warna. Di dalam lembar balik ini tidak hanya membahas mengenai metode kontrasepsi vasektomi saja, tetapi juga membahas mengenai metode alat kontrasepsi lainnya baik itu untuk wanita maupun pria. Berdasarkan hasil dokumen di dalam lembar balik ini tidak terdapat keterangan-keterangannya, jadi hanya sekedar foto saja. Dan nantinya yang menjelaskan lebih lanjutnya yaitu PLKB.

Menurut peneliti media lembar balik ini kurang efektif dalam penyampainnya, karena kertasnya yang cukup kecil hanya sebesar kertas ukuran A3 walau kertasnya bisa tergolong kertas yang tebal dn berwarna tetapi didalam lembar balik ini foto atau gambarnya kecil, tidak memungkinkan pada saat sosialisasi semua masyarakat dapat melihatnya dengan jelas. Dan dikarenakan di dalam lembar baliknya tidak ada keterangan yang jelas mengenai bagian-bagiannya jadi lembar balik ini kurang lengkap dan tidak begitu efektif bila dibandingkan denngan media pendukung lainnya.

4. Brosur

Brosur digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai suatu produk yang ingin ditawarkan kepada masyarakat secara detail dengan tujuan untuk dapat menginformasikan, mengedukasi, serta membujuk atau juga mempengaruhi masyarakat (Ganesis, 2010:18).

Brosur yang digunakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta bertujuan untuk menyebarluaskan tentang berbagai macam alat kontrasepsi yang dapat digunakan oleh mayarakat. Dalam brosur ini yang dibahas tidak hanya mengenai alat kontrasepsi bagi pria saja, tetapi di dalamnya juga terdapat berbagai macam metode kontrasepsi bagi wanita. Berdasarkan dari hasil wawancara brosur ini nantinya yang akan disebarluaskan kepada masyarakat dari DPPKB Kota Yogyakarta kepada PLKB, kader KB, dan

masyarakat sekitar agar dapat mengetahui tentang program KB yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Menurut peneliti brosur yang saat ini digunakan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dirasa masih kurang tepat karena brosur yang disampaikan tidak spesifik membahas mengenai alat kontrasepsi bagi pria saja tetapi juga membahas mengenai alat kontrasepsi lainnya. Hal itu membuat informasi dan edukasi mengenai alat kontrasepsi vasektomi masih sangat kurang tersampaikan.

Komunikasi dengan menggunakan media merupakan komunikasi yang sarana untuk menghubungkan suatu pesan kepada penerima pesan yang jauh jarak dan ruangnya. Komunikasi bermedia inipun disebut sebagai komunikasi informatif karena jenis komunikasi ini tidak begitu ampuh mengubah tingkah laku komunikannya Effendy (2016:31). Peneliti dapat menyimpulkan bahwa DPPKB Kota Yogyakarta masih sangat buruk dalam penyampaian sosialisasinya melalui media, walau media-media yang digunakan sudah tepat tetapi untuk penyebarannya masih sangat kurang sehingga masih banyak masyarakat yang masih belum mendapatkan sosialisasi melalui media-media ini.

Pada saat pelaksanaan sosialisasi mengenai program vasektomi ini yang sangat perlu diperhatikan juga mengenai komunikatornya. Seorang komunikator harus memenuhi tiga syarat penting pada dirinya, yaitu; kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan. Menurut Aristoteles, kredibilitas bisa diperoleh jika komunikator memiliki

ethos, phatos, logos. *Ethos* merupakan karakter kepribadian seseorang sehingga ucapannya dapat dipercaya. *Patos* merupakan kekuatan yang dimiliki komunikator dan *logos* ialah kekuatan yang dimiliki komunikator pada argumentasinya (Cangara, 2013:108).

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan peneliti dapat menyimpulkan bahwa DPPKB Kota Yogyakarta tiga syarat penting sebagai komunikator. Yang pertama dalam hal membentuk kredibilitas, DPPKB Kota Yogyakarta merupakan instansi pemerintah yang mempunyai kewenangan di bidang keluarga berencana, salah satunya mencakup hak-hak reproduksi dan pengendalian penduduk. Artinya DPPKB Kota Yogyakarta berperan sebagai komunikator yang mempunyai kredibilitas sumber dan daya tarik sumber karena DPPKB Kota Yogyakarta merupakan instansi pemerintah di bidang keluarga berencana yang dapat dipercaya dan mempunyai kewenangan dalam program vasektomi sehingga pesan-pesan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak atau sasaran dapat tersampaikan secara efektif. Selain itu juga dalam penyampaian sosialisasinya DPPKB dibantu dengan beberapa stakeholder yang merupakan orang-orang yang dapat dipercaya. Mulai dari PLKB, yang sengaja diangkat oleh pejabat yang berwenang untuk melaksanakan tugasnya di lapangan dalam merencanakan, menggalangkan, mengelola, menggerakkan, mendata, dan memberdayakan program-program mengenai kependudukan. Dan ada juga Dokter Ulurogi yang didatangkan langsung oleh BKKBN DIY untuk melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat

mengenai program vasektomi. Selain itu kader KB juga diajak dalam pelaksanaan program vasektomi untuk memberikan testimoni karena kader KB sudah lebih berpengalaman dalam pelaksanaan program vasektomi tersebut.

2.3. Evaluasi Pelaksanaan Strategi Komunikasi dalam Mensosialisasikan Program Vasektomi di Kota Yogyakarta Tahun 2018

Proses evaluasi program vasektomi di Kota Yogyakarta dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta sendiri. Menurut Wiraman di dalam jurnal Munthe (2015:2) menjelaskan bahwa evaluasi sebagai riset untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan informasi yang bermanfaat mengenai objek evaluasi, menilainya dan membandingkannya dengan indikator evaluasi dan hasilnya dipergunakan untuk mengambil keputusan mengenai objek evaluasi.

Berdasarkan hasil wawancara evaluasi program vasektomi yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta digunakan untuk mengetahui sejauh mana program vasektomi ini berkembang di masyarakat dan untuk melihat perkembangan pelaksanaan kegiatan KIE yang dilakukan oleh DPPKB Kota Yogyakarta dan PLKB. Program vasektomi ini tidak dapat ditetapkan secara masal dikarenakan peminat dari program vasektomi tersebut cenderung tidak stabil. Selain itu DPPKB Kota Yogyakarta juga melakukan evaluasi apabila ada akseptor vasektomi yang melapor mengenai keluhannya saat setelah melakukan operasi vasektomi ini. Lalu selanjutnya keluhan yang disampaikan oleh akseptor vasektomi akan disampaikan kepada rumah sakit terkait dalam pelaksanaan operasi program vasektomi tersebut. Dan setelah itu

DPPKB Kota Yogyakarta akan bekerja sama dengan rumah sakit tersebut untuk melakukan evaluasi sendiri untuk melihat apakah memang terdapat masalah saat sedang melakukan operasi program vasektomi ini dan bagaimana solusi selanjutnya.

Selain itu pada evaluasi program vasektomi tahun 2018 kemarin hasil pencapaian yang didapat sangat baik dibandingkan dengan kabupaten-kabupaten yang lainnya. Pencapaian untuk program vasektomi sendiri mencapai 373.58% dilihat dari pencapaian peserta KB Aktif. Dibandingkan dengan kabupaten lainnya di DIY, Kota Yogyakarta menempati kabupaten tertinggi dalam hal pencapaian dari target yang sudah ditentukan di tahun 2018.

Menurut peneliti bagian evaluasi program vasektomi ini masih sangat kurang walaupun dilihat dari hasil pencapaian yang didapat oleh DPPKB Kota Yogyakarta menunjukkan hasil peserta KB aktif yang melampaui dari Perkiraan Permintaan Masyarakat (PPM) yang sudah ditetapkan, dan hasilnya dinilai sudah sangat baik dalam sosialisasinya, karena semuanya sudah disusun sangat bagus, baik itu dalam perencanaan maupun pelaksanaan yang dilakukan ditambah dengan adanya *reward* dari pemerintah bagi para akseptor vasektomi yang melakukan program vasektomi tersebut. Kekurangan masih terdapat pada sosialisasi strategi komunikasinya, karena masih banyak masyarakat yang belum pernah mengikuti program sosialisasi vasektomi ini, selain itu informasi yang disampaikan juga masih belum menyeluruh, baru hanya penjelasan dan tujuan dari adanya program vasektomi ini.