

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam sebuah proses komunikasi, yang disampaikan oleh Laswell dalam Suprpto (2011: 9) disebutkan bahwa terdapat lima komponen komunikasi agar dapat terjadi sebuah proses komunikasi. Komponen tersebut adalah komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*message*), media (*channel, media*), komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*), efek (*effect, impact, influence*). Proses komunikasi tersebut berupa, penyampaian pesan dari komunikator yang mampu mencapai tujuan dari isi pesan tersebut, dan memberikan umpan balik (*feed back*) atau reaksi sehingga pesan pun berhasil tersampaikan dan menimbulkan sebuah komunikasi yang efektif (Effendy, 2005:11). Efektivitas komunikasi tidak hanya sekedar membuat pesan-pesan yang bisa memberikan dampak bagi target atau audien, tetapi juga mampu merefleksikan misi, tujuan dan sasaran organisasi.

Salah satu faktor penentu efektivitas komunikasi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak adalah media. Media mempunyai peran sebagai sarana untuk menyalurkan pesan atau informasi, serta menentukan keberhasilan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Efektivitas media dapat dilihat dari pemilihan media yang tepat. Pemilihan media adalah bagaimana mencari cara yang efektif dalam menyampaikan sejumlah pesan agar dapat sampai dengan jelas ke khalayak sasaran (Lamb at all, 2001:33). Pemilihan media yang tepat akan mempengaruhi jangkauan pemahaman khalayak terhadap isi pesan. Artinya, jenis media tertentu dapat menyampaikan pesan tertentu dan

dapat dijangkau kelompok audien tertentu pula, sebaliknya pemilihan media yang tidak tepat akan menyulitkan komunikan memahami isi pesan dari komunikator (Effendy, 2003:40).

Pemilihan media juga menjadi perhatian dalam penguatan KIE Program KB di Kecamatan Sumpur Kudus Kabupaten Sijunjung. Sebagai sebuah bentuk komunikasi, KIE tidak bisa terlepas dari penggunaan media, karena media berperan membantu proses KIE berjalan efektif dan efisien. KIE adalah kegiatan penyampaian informasi untuk meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku individu, keluarga dan masyarakat dalam program Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN, 2011). Kegiatan tersebut dilakukan sebagai suatu proses penyampaian isi pesan program KB dari pengelola dan pelaksana program kependudukan kepada keluarga dan masyarakat, terutama bagi Pasangan Usia Subur (PUS) yang sudah ber-KB maupun yang belum ber-KB untuk diketahui, dimanfaatkan dan mendapatkan tanggapan, yang didasarkan pada data dan fakta tentang program KB (BKKBN, 2010). Untuk itu, agar proses komunikasi dalam Program KB terlaksana secara efektif, pemerintah sebagai komunikator harus merencanakan komunikasi dengan baik, yaitu merumuskan pesan dengan jelas, menggunakan cara yang dapat dimengerti oleh masyarakat sebagai penerima pesan, menyampaikan pesan secara lengkap, dilakukan dalam waktu yang tepat serta menggunakan media yang benar.

KIE merupakan aktivitas promosi, oleh karena itu harus dipahami bahwa media dalam dunia promosi terbagi menjadi tiga (Jefkins, 1997:86). yaitu:

1. Media lini atas (*above the line media*)

Media lini atas adalah media untuk aktifitas marketing/promosi yang biasanya dilakukan oleh manajemen pusat sebagai upaya membentuk brand image yang diinginkan atau strategi promosi yang dilakukan secara terbuka melalui media massa, seperti: televisi, radio, surat kabar, majalah/tabloid dan internet.

2. Media lini bawah (*below the line media*)

Sedangkan media lini bawah adalah aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan di tingkat retail konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya sadar dengan suatu produk atau strategi promosi yang dilakukan dengan melakukan penjualan langsung ke konsumen. Terdiri dari pamflet, leaflet, poster, booklet, lembar balik, folder.

3. Media lini atas-lini bawah (*through the line media*)

Media lini atas-lini bawah merupakan kombinasi dari dua jenis media tersebut yaitu strategi promosi yang dilakukan secara terbuka melalui media massa dilakukan di tingkat retail/konsumen, seperti neon sign, billboard, transit media.

Setiap jenis media memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Hal yang harus diperhatikan adalah tidak selamanya semua media bisa digunakan pada semua wilayah atau daerah meskipun media memiliki keunggulan dalam menembus batas wilayah, ruang dan waktu. Agar penggunaan media yang tepat sasaran, tepat guna dan tepat wilayah, yang kita diperlukan adalah kejelian, kecerdasan, kreativitas, inovasi dan modifikasi. Oleh karena itu, pemahaman tentang jenis media dan karakteristiknya sangat penting untuk mengidentifikasi media mana yang tepat untuk sebuah program.

Pemanfaatan media dilakukan Pemerintah Kabupaten Sijunjung dalam rangka penguatan KIE Program KB berupa peningkatan pengetahuan dan perubahan sikap PUS terhadap program KB. Penguatan KIE melalui media dilakukan karena KIE personal dan kelompok sudah tidak bisa dijalankan secara maksimal mengingat terbatasnya jumlah penyuluh KB lapangan di Kabupaten Sijunjung. Data dari Kantor Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana Kabupaten Sijunjung menunjukkan bahwa dari 61 nagari yang ada di lingkungan Kabupaten Sijunjung, hanya terdapat sebanyak 19 orang tenaga penyuluh Keluarga Berencana (PLKB/PKB). Hal ini jelas tidak memenuhi salah satu indikator Standar Pelayanan Minimal (SPM) Program KB dalam UU No. 52 Tahun 2009 Tentang Kependudukan dan KB yang meliputi pelayanan KIE dimana rasio PLKB 1: 2. Artinya 1 (satu) orang PLKB/PKB seharusnya membina 2 (dua) desa. Untuk Kecamatan Sumpur Kudus, dari 11 nagari, hanya ada 2 (dua) orang tenaga penyuluh KB, dimana masing-masing PLKB/PKB membina 5 sampai dengan 6 desa. Rincian jumlah tenaga penyuluh dengan wilayah binaan di masing-masing Kecamatan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1. Jumlah PKB/PLKB dan Wilayah Kerja

Jumlah PKB/PLKB	Wilayah Kerja	Nagari Binaan
3 Orang	Kecamatan Kamang Baru	11 Nagari
2 Orang	Kecamatan Tj. Gadang	9 Nagari
3 Orang	Kecamatan Lubuk Tarok	6 Nagari
3 Orang	Kecamatan Sijunjung	9 Nagari
2 Orang	Kecamatan IV Nagari	5 Nagari
2 Orang	Kecamatan Kupitan	3 Nagari, 1 Desa
2 Orang	Kecamatan Koto VII	6 Nagari
2 Orang	Kecamatan Sumpur Kudus	11 Nagari

(Sumber : Kantor PPr-KB Kabupaten Sijunjung)

Selanjutnya media lini bawah menjadi pilihan dalam penguatan KIE program KB di Kecamatan Sumpur Kudus, dengan pertimbangan geografis yang

masih sulit dijangkau oleh infrastruktur telekomunikasi, dimana 70% dari luas wilayahnya merupakan hutan lindung dan daerah perkebunan dengan sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Kecamatan Sumpur Kudus termasuk kedalam daerah tertinggal, hal itu terlihat dari infrastruktur, latar belakang masyarakat yang masih natural dengan tingkat pendidikan dan kualitas SDM yang masih rendah serta ekonomi masyarakat dan aksesibilitas yang masih jauh dari memadai.

Selain itu media lini bawah dipilih karena penempatan media lini bawah tentunya memberikan peran yang cukup penting sebagai media dalam KIE Program KB, karena fungsi benda tersebut yang bisa digunakan dimana-mana dan kapan saja. Seperti pada kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di Posyandu terintegrasi Bina Keluarga Balita (BKB) dan PAUD, pada kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS), kelompok Bina Keluarga Remaja (BKR), kegiatan-kegiatan PKK yang tergabung kedalam kelompok dasawisma dan pada Kantor Pemerintahan yang ada disetiap Nagari serta di pada tempat-tempat strategis lainnya.

Media lini bawah juga memiliki peranan penting dalam suatu kegiatan penyampaian pesan. Hal ini disebabkan karena media lini bawah dalam hal-hal tertentu bisa menjadi lebih efektif, tergantung bentuk iklan dan kampanye yang hendak dilakukan. Sifatnya yang non periodik merupakan kelebihan tersendiri karena dapat beriklan kapan saja dan dimana saja (Lukita, 2013: 122).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengukur efektivitas media booklet dan brosur sebagai media lini bawah yang digunakan Pemerintah Kabupaten Sijunjung terhadap peningkatan pengetahuan dan perubahan sikap PUS tentang

program KB dalam rangka penguatan KIE di Kecamatan Sumpur Kudus. Pengukuran efektifitas pada dua jenis media lini bawah tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui perbedaan efektivitas masing-masing media lini bawah terhadap pengetahuan dan sikap PUS, karena media booklet dan brosur merupakan media yang sifatnya paling dekat dengan masyarakat serta menyampaikan pesan secara lengkap dan spesifik. Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Efektifitas Media Lini Bawah Terhadap Pengetahuan dan Sikap PUS Tentang Program KB Dalam Rangka Penguatan KIE Di Kecamatan Sumpur Kudus Kabupaten Sijunjung”.

1.2. Rumusan Masalah

Efektivitas media didefinisikan sebagai situasi ketika pemilihan media terhadap kebutuhan tercapai, seperti pengetahuan dari suatu informasi, sarana pembangkit motivasi dan daya tarik akan sebuah informasi serta memperjelas informasi yang disampaikan (Effendy, 2003:67). Oleh karena itu, pemerintah harus dapat memilih media yang tepat, yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam mendistribusikan informasi terkait program pemerintah, dalam hal ini yaitu penguatan KIE program KB melalui media.

Media merupakan segala sarana komunikasi yang dipakai untuk mengantarkan dan menyebar luaskan pesan. Penggunaan media dalam KIE dilakukan untuk penyampaian pesan kepada masyarakat dengan maksud terjadinya peningkatan pengetahuan serta perubahan sikap dan perilaku. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif tentu memerlukan media yang tepat.

Setiap media tidak memberikan tingkat efektifitas dan efisiensi yang sama. Masing-masing media memiliki karakter yang mendukung dan karakter yang tidak mendukung terhadap tujuan publikasi. Pemerintah Daerah Kabupaten Sijunjung melalui Kantor Pemberdayaan Perempuan dan KB menggunakan media lini bawah (booklet dan brosur) dalam rangka penguatan KIE program KB untuk Kecamatan Sumpur Kudus. Media booklet dan brosur dipilih sebagai implikasi dari penyesuaian terhadap kondisi dan kebutuhan masyarakat setempat, dimana tenaga penyuluh KB (PKB/PLKB) yang terbatas jumlahnya, serta kondisi geografis dan demografis masyarakat setempat yang belum memungkinkan berinteraksi dengan teknologi informasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: “Apakah terdapat perbedaan efektivitas media lini bawah (booklet dan brosur) terhadap pengetahuan dan sikap PUS tentang program KB dalam rangka penguatan KIE di Kecamatan Sumpur Kudus Kabupaten Sijunjung”?.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui perbedaan pengetahuan PUS tentang program KB sebelum dan sesudah dilakukan perlakuan (treatment) menggunakan media booklet dan brosur.
2. Mengetahui perbedaan sikap PUS terhadap program KB sebelum dan sesudah dilakukan perlakuan (treatment) menggunakan media booklet dan brosur.

3. Mengetahui perbedaan antara media booklet dengan brosur dalam peningkatan pengetahuan dan perubahan sikap PUS terhadap program KB.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan kajian dalam Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai hal-hal yang berpengaruh dalam kajian media, sekaligus dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya kajian mengenai efektivitas media.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu Pemerintah Kabupaten Sijunjung melalui Kantor PPr-KB dalam mengevaluasi program KB melalui pengukuran efektivitas media lini bawah yang telah digunakan. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengukuran kinerja yang sudah terlaksana selama ini. Selain itu dengan mengetahui efektifitas media yang sudah dilakukan, Pemerintah Daerah Kabupaten Sijunjung dapat terbantu dalam peningkatan kualitas perancangan media yang digunakan khususnya untuk media lini bawah.