

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Perwakilan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi Sumatera Barat dalam Promosi Program Generasi Berencana (GenRe)

Oleh :

Engga Probi Endri
1210863002

Pembimbing :

Dr. Emeraldy Chatra, M. Ikom
Rinaldi, M. Ikom

Generasi Berencana (GenRe) merupakan program dari BKKBN dalam merespon segala permasalahan remaja agar remaja tersebut terhindar dari resiko triad KRR (Kesehatan Reproduksi Remaja). Kegiatan promosi sangat di butuhkan dalam mempromosikan sesuatu baik barang ataupun jasa, media merupakan salah satu komponen yang paling berpengaruh untuk menyukseskan kegiatan promosi tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan media promosi yang digunakan perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat melalui program GenRe, mengetahui analisis komunikasi kelemahan dan kekuatan strategi komunikasi yang digunakan perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat dalam promosi program GenRe. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data didapatkan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian diolah melalui analisis data yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan model komunikasi *Braddock* dengan tujuh komponen komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikasi, situasi, tujuan, dan efek.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat menggunakan media lokal untuk mempromosikan program GenRe. Media tersebut adalah *Above the Line* (ATL), seperti koran, televisi dan radio; *Below the Line* (BTL) seperti media luar ruang, dan *New Media*. Namun penggunaan new media sangat minim, tidak terlalu memanfaatkan sosial media yang ada. Selain itu perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat juga menetapkan strategi media dan strategi pesan dalam kegiatan promosi program ini.

Kata kunci : GenRe, BKKBN Sumatera Barat, ATL, BTL dan New Media

ABSTRACT

Communications Strategy Representatives of the National Population and Family Planning (BKKBN) of West Sumatera Province in Promotion Planning Program Generation (GenRe)

by:
Engga Probi Endri
1210863002

Supervisors:

Dr. Emeraldy Chatra, M. I.Kom
Rinaldi, M. I.Kom

Generation Plan (GenRe) is a program of the BKKBN in response to all the problems of adolescence so that teens can be protected from the risk of KRR triad. Promotional activities are highly needed in promoting something – service and things. , the media is one of the most influential component to the success of such promotional activities.

This study aimed to describe the media campaign that used BKKBN representatives of West Sumatera province through a program GenRe (Generation Planning), know the strengths and weaknesses of communication analysis communication strategies used BKKBN representatives of West Sumatera Province in the promotion of program GenRes. The method used in this research is qualitative method with descriptive approach. Data on get by observation, interviews and documentation, etc after that data analysis that consists of data collection, data reduction, data presentation and conclusion. This study uses a model of Braddock communication with the seven components in it that communicator communications, messaging, media, communicant, situation, goals, and effects.

These results indicate that the BKKBN representatives of West Sumatera province using local media in West Sumatera to promote the program GenRe. The media is Above the Line (ATL), such as newspapers, television and radio; Below the Line (BTL) as outdoor media, and New Media. However, the use of new media is very minimal, not too take advantage of social media. Besides representatives BKKBN West Sumatra province also establish how the media strategy and message strategy in promotional activities of this program.

Keywords: *GenRe, BKKBN West Sumatera, ATL, BTL and New Media*