

**PROPAGANDA DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
TENTANG KELUARGA BERENCANA SERTA DAMPAKNYA
BAGI PROGRAM KELUARGA BERENCANA DI KOTA
PADANG MASA ORDE BARU (1977-1998)**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Panitia Ujian Sarjana Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Humaniora*



Oleh:

AFRI YANDA
1610712014

PEMBIMBING:

Yenny Narny, S.S, M.A, Ph.D.

**JURUSAN ILMU SEJARAH
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2021

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji iklan sebagai media propaganda program Keluarga Berencana dimasa Orde Baru. Iklan yang dijadikan fokus penelitian adalah *iklan Generasi KB tahun 70-an, iklan KB Lingkaran Biru tahun 1991-1992 dan iklan Suami Siaga tahun 1998-2000*. Penelitian menggunakan konsep Keluarga Berencana serta teori semiotika untuk menganalisis simbol-simbol KB yang ditampilkan dalam iklan-iklan tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode penelitian sejarah yang terdiri dari heuristik, kritik, interpretasi dan historiografi. Hasil penelitian menunjukan bahwa di Kota Padang, iklan-iklan tersebut ternyata masih terus menempel dalam ingatan kolektif masyarakat, terutama mengenai iklan Generasi KB yang tayang di TVRI pada dekade 1970-an. Bagian yang paling diingat oleh masyarakat adalah mengenai lagu *Mars Keluarga Berencana* yang mengandung ajakan untuk mengikuti program KB. Menurut beberapa orang narasumber iklan-iklan tersebut secara langsung telah memberikan informasi tentang program Keluarga Berencana. Melalui berbagai kebijakan, sosialisasi serta propaganda-propaganda yang dilakukan pemerintah di media masa (termasuk iklan televisi) maka program KB di Kota Padang pada masa Orde Baru cukup berhasil dilaksanakan.

Kata Kunci: Iklan, Keluarga Berencana, Kota Padang, Media Propaganda, Orde Baru