

BAB V

KESIMPULAN

Pada masa Orde Baru, program KB menjadi salah satu program pemerintah yang paling berhasil dilaksanakan. Hal ini tidak lepas dari berbagai kebijakan serta sosialisasi tentang KB oleh pemerintah yang dilaksanakan secara bertahap kepada masyarakat sehingga program KB perlahan-lahan diterima oleh masyarakat ketika itu. Salah satu cara pemerintah dalam mensukseskan program KB adalah dengan menayangkan berbagai iklan layanan masyarakat melalui televisi.

Pada masa Orde Baru terdapat tiga buah iklan layanan masyarakat tentang Keluarga Berencana. Iklan-iklan tersebut antara lain adalah iklan *Generasi KB* pada dekade 1970-an, iklan *KB Lingkaran Biru* pada awal dekade 1990-an dan iklan *Suami Siaga* pada akhir dekade 1990-an. Ketiga iklan tersebut memiliki korelasi dengan berbagai kebijakan pemerintah ketika itu

Pertama, Iklan *Generasi KB* pada tahun 1970-an, iklan ini ditampilkan dengan cara yang amat sederhana, dalam bentuk slogan yang terdapat dalam potongan-potongan gambar yang disertai dengan iringan lagu *Mars Keluarga Berencana*. Pesan iklan ini sesuai dengan arah kebijakan Pelita pada awal Orde Baru untuk mendekatkan program KB dengan kehidupan masyarakat. Iklan *Generasi KB* merupakan bentuk realisasi program KB pada Pelita I sampai III. Yakni untuk mengenalkan dan merubah pandangan masyarakat tentang program KB. Dalam hal ini terutama masyarakat yang masih ragu-ragu dan takut tentang apa itu program KB.

Begitupun masyarakat yang tidak sempat mengikuti penyuluhan KB dapat memperoleh informasi dari iklan televisi.

Kedua, iklan *Lingkar Biru* merupakan iklan yang ditayangkan di televisi swasta pada awal 90-an. Iklan ini mempromosikan penggunaan alat KB dan manfaatnya untuk menjaga hubungan suami istri agar tetap harmonis. Iklan ini juga sejalan dengan program Keluarga Berencana pemerintah pada Pelita IV dan V. Dimana pada Pelita IV digaungkan tentang penggunaan berbagai jenis alat-alat KB Lingkar Biru (LIBI).

Ketiga, iklan *Suami Siaga* merupakan iklan Keluarga Berencana yang ditayangkan di televisi pada akhir dekade 1990-an. Dalam iklan ini berisikan informasi bagaimana dalam program Keluarga Berencana suami memiliki peran dan tanggung jawab yang besar. Diantaranya mempersiapkan secara maksimal kebutuhan istri dalam masa-masa kehamilan. Kedua, peran suami mendampingi istri saat melahirkan dan pasca setelah melahirkan.

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 maupun tidak telah mempengaruhi mereka untuk mengikuti program KB. 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. Hal ini dapat dilihat dari berbagai wawancara yang penulis lakukan kepada masyarakat serta data pertumbuhan penduduk Kota Padang pada masa itu yang didapat dari lembaga-lembaga kependudukan.



