

Strategi Komunikasi Sosialisasi Program Generasi Berencana BBKBN Di Kota Gorontalo

The Communication Strategy Of The Planning Generation Program BBKBN In Gorontalo City

Miftahul Jannah Adnan¹ Dwi Ratnasari² dan Ramansyah³

Universitas Ichsan Gorontalo, Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17, (0435) 829975,
miftahuljannahadnan123@gmail.com, 089530909974.

Abstract

The program of Generasi Berencana (GenRe) or Generation Planning is a program designed to prepare and plan youth for family life. In this program, the Office of the Population and Family Planning Agency promotes the maturity of the marriage age with the aim of increasing the media of the marriage age, especially for women. This study aims to discover the communication strategy carried out by the Office of the Population and Family Planning Agency of Gorontalo Province in socializing the Generation Planning Program (GenRe) in Gorontalo City. This study uses a descriptive qualitative research method. The data collection is through observation and interviews. This study applies a data analysis technique with stages consisting of data collection, data reduction, data presentation, and verification/conclusion. The results of this study illustrate that the communication strategy carried out by the Office of the Population and Family Planning Agency of Gorontalo Province has been quite effective and efficient. However, there are still some obstacles that often occur during the socialization of the GenRe Program, namely in terms of choosing communication media, assessing the purpose of messages, and the role of communicators.

Keywords: *communication strategy, socialization, GenRe Program*

Abstrak

Program Generasi Berencana (GenRe) adalah program yang dibuat untuk mempersiapkan dan merencanakan remaja dalam kehidupan berkeluarga. Dalam program ini, Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi Gorontalo mempromosikan pendewasaan usia pernikahan dengan tujuan peningkatan media usia nikah khususnya bagi perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan kantor BKKBN Provinsi Gorontalo dalam Mensosialisasikan Program Generasi Berencana (GenRe) di Kota Gorontalo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Untuk memperoleh data penelitian menggunakan Observasi dan Wawancara dengan menggunakan Analisis Data Reduksi Data, Penyajian Data dan Kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Kantor BKKBN berjalan sudah cukup efektif dan efisien. Tetapi masih ada beberapa kendala yang sering terjadi pada saat sosialisasi Program GenRe, dilihat dari pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan, dan peranan komunikator.

Kata Kunci: *strategi komunikasi, sosialisasi, Program GenRe*

PENDAHULUAN

Generasi Berencana (GenRe) adalah program yang dikembangkan untuk mempersiapkan dan merencanakan kehidupan berkeluarga bagi remaja. Yang menjadi fokus pada program ini yaitu pendewasaan usia pernikahan pada remaja di Indonesia. Ada banyak faktor terjadinya pernikahan dini,

misalnya remaja saat ini melakukan seks di luar nikah di bawah umur, minum minuman keras, dan kecanduan narkoba. Hal ini biasanya terjadi karena mereka memilih pergaulan yang salah dan seiring berjalannya perkembangan remaja, mereka akan bereksplorasi dengan nilai-nilai serta

perilakunya. Hal ini membuat remaja dapat terjerumus kepada berbagai permasalahan.

Permasalahan yang terjadi pada remaja merupakan permasalahan yang sangat kompleks mengingat jumlahnya yang cukup besar. Semakin meningkatnya jumlah penduduk terutama pada usia remaja maka akan menimbulkan sejumlah perilaku yang menyimpang yang perlu untuk penanganan intensif. Jika tidak ditangani segera mungkin maka akan berdampak buruk terhadap kesehatan reproduksi dan akan menghambat peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Namun, pada saat sosialisasi Program GenRe, pemateri cenderung menggunakan bahasa ilmiah, yaitu pembahasan tentang materi kesehatan reproduksi yang akan sulit di pahami oleh audience, yang pada umumnya remaja. Hal ini membuktikan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh BKKBN untuk mensosialisasikan program GenRe belum efektif. Sesuai penjelasan masalah tersebut, bahwa pentingnya strategi komunikasi yang harus dipersiapkan dengan baik agar remaja mau mengikuti kegiatan sosialisasi tersebut.

Untuk rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) Provinsi Gorontalo dalam mensosialisasikan Program Generasi Berencana (GenRe) di Kota Gorontalo?

Ada tiga fungsi utama komunikasi, yaitu (1) memahami diri sendiri dan orang lain adalah cara kita untuk lebih memahami karakter setiap individu dalam berkomunikasi, (2) memapankan hubungan yang bermakna adalah suatu proses dimana komunikator dan komunikan dapat saling merespon dengan baik setiap komunikasi yang berlangsung, (3) mengubah sikap dan perilaku adalah hal yang sangat urgen karena komunikasi yang efektif biasanya mampu mempersuasif khalayaknya agar mau mengikuti saran dari komunikatornya (Armando, 2006: 117).

Fungsi komunikasi berikutnya adalah (1) Komunikasi Sosial adalah hal yang sangat penting dalam komunikasi karena fungsi ini penting untuk seseorang memperoleh kebahagiaan, membangun konsep diri dan

membangun kerja sama dengan orang lain untuk tujuan yang sama, (2) Komunikasi Ekspresif adalah fungsi yang tujuannya mempengaruhi orang lain dengan cara menyampaikan apa yang dirasa oleh komunikator, dan (3) Komunikasi Ritual adalah fungsi yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk menyampaikan adat dan tradisi mereka kepada orang lain (Mulyana, 2008: 5).

Komunikasi Instrumental adalah fungsi yang dilakukan dengan cara membujuk orang lain agar mempercayai informasi yang akan disampaikan.

Selain itu, dalam menentukan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan Program GenRe sangat penting untuk memperhatikan unsur-unsur komunikasi sebagai berikut: (1) Sumber, yakni orang yang membuat informasi dan yang akan mengirim informasi itu ke orang lain. (2) Pesan, yakni informasi yang disampaikan pengirim kepada penerima dimana dalam penyampaiannya bisa secara tatap muka atau melalui media komunikasi. (3) Media, yakni alat yang digunakan untuk mengirimkan suatu informasi dari pengirim ke penerima. (4) Penerima, yakni orang yang menerima pesan yang dikirim oleh pembuat pesan. (5) Pengaruh atau efek adalah hal yang dirasakan oleh penerima setelah menerima suatu informasi, baik itu bahagia, senang, dan sebagainya. (6) Tanggapan balik adalah respon yang akan diberikan oleh komunikan sebagai tanda bahwa dia memahami atau kurang memahami isi pesan tersebut (Cangara, 2017: 3).

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan operasionalnya secara praktis harus dilakukan. Ada tiga tujuan dalam strategi komunikasi yaitu sebagai berikut, yakni *to secure understanding* (kesamaan persepsi antara komunikator dan komunikan), *to establish acceptance* (penerimaan informasi dengan baik oleh berbagai pihak) dan *to motive action* (upaya memberikan motivasi di dalam proses komunikasi) (Effendy, 2016: 29-32).

Proses komunikasi merupakan suatu hal yang rumit. Dalam rangka menyusun

komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan factor-faktor pendukung maupun factor penghambat. Dalam strategi komunikasi harus memperhatikan komponen-komponen komunikasi. Berikut merupakan komponen-komponen dalam strategi komunikasi, yakni sebagai berikut:

1. Mengenali Sasaran Khalayak. Berikut faktor-faktor yang ada pada diri komunikan: (a) Faktor kerangka referensi dapat dilihat berdasarkan pengalaman, pendidikan, budaya, agama, dan lain-lain yang dimiliki oleh komunikan, (b) Faktor situasi dan kondisi, dimaksudkan yakni situasi saat komunikan akan menerima pesan yang akan disampaikan oleh komunikator. Sedangkan kondisi yang dimaksudkan yakni *state of personality* (keadaan fisik dan psikis) komunikan.
2. Pemilihan Media Komunikasi
3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi
4. Peranan Komunikator. Faktor terpenting yang harus pada diri komunikator untuk melancarkan komunikasi yaitu daya tarik sumber, dan kredibilitas (Effendi, 2016: 35).

Penelitian ini, diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) Provinsi Gorontalo agar dapat menerapkan strategi komunikasi yang baik untuk melakukan sosialisasi atau penyebaran informasi kepada remaja tentang generasi yang berencana.

Sosialisasi adalah proses dimana individu menerima kemudian menginternalisasikan atau menghayati banyak nilai sosial, kepercayaan, pola-pola perilaku dari kebudayaan mereka. Menurut James W Vander Zanden, sosialisasi adalah suatu proses interaksi sosial dimana orang memperoleh pengetahuan, nilai, sikap, dan perilaku esensial untuk berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Damsar, 2011:60).

Sosialisasi sangat erat dengan proses komunikasi, karena untuk dapat memberikan informasi, nilai, dan kepehaman kepada diri sendiri diperlukan transfer informasi dari sumber kepada sasarnya. Dalam

penyampaian aktivitas tersebut biasanya menggunakan media, media yang digunakan yaitu media massa (Narwoko, 2005: 56).

Untuk sasaran program GenRe, yaitu remaja berusia 10-24 tahun yang belum menikah, mahasiswa yang belum menikah, keluarga yang mempunyai remaja, dan masyarakat yang peduli dengan kondisi remaja.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini peneliti memilih jenis penelitian deskriptif dengan tipe pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya yang akan dilakukan peneliti di Kantor Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) Provinsi Gorontalo pada bulan Juni hingga Agustus 2021. Untuk informan dalam penelitian ini berjumlah tujuh orang.

Untuk memperoleh data yang akan di perlukan di tempat penelitian maka digunakan prosedur pengumpulan data adalah (1) observasi, yaitu teknik yang dilakukan dengan cara mengamati dengan seksama hal-hal yang ada di Kantor BKKBN Provinsi Gorontalo, khususnya meninjau strategi komunikasi BKKBN Provinsi Gorontalo dalam mensosialisasikan Program GenRe, (2) wawancara adalah teknik yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada informan tentang masalah yang akan diteliti, dan (3) dokumentasi adalah sebuah karya dari seseorang yang berisi tulisan ataupun gambar-gambar untuk memberi penguatan terhadap informasi atau data yang disajikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Angka pernikahan di bawah umur di Kota Gorontalo terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, terdapat sebanyak 39 pasangan yang menikah di bawah umur. Kemudian di tahun 2018 terdapat 89 pasangan. Dan proporsi wanita yang menikah berumur 16-18 tahun relative tinggi sekitar

30%. Hal ini akan menyebabkan kesehatan pada organ reproduksi pada wanita. Selain pernikahan di bawah umur, pada kasus penyalahgunaan Narkotika di kalangan remaja di Kota Gorontalo masuk dalam jenjang serius. Terhitung dari Januari-November 2018 terdapat 13 kasus yang terdiri dari Penyalahgunaan sampai dengan peredaran gelap narkotika (Djuma & Zulkarnain Sulaiman, 2018).

Hal inilah yang menjadi sorotan dari BKKBN, khususnya Program GenRe di Kota Gorontalo. Tugas pokok dari Kantor BKKBN Provinsi Gorontalo yakni melaksanakan tugas pemerintahan di Bidang Pengendalian Penduduk dan Penyelenggaraan Keluarga Berencana.

Sosialisasi Program GenRe menjadi program dengan banyak peminat setiap tahun. Program ini dikenal aktif dan selalu konsisten dalam mengampanyekan beragam kegiatan GenRe setiap tahun. Salah satu kegiatan besar yang selalu dinantikan banyak remaja atau anak muda adalah pemilihan Duta GenRe dari BKKBN Provinsi Gorontalo. Keaktifan kegiatan serta pesenan jumlah peserta menjadi hal yang menarik untuk disorot, mengingat dalam hal tersebut terdapat strategi komunikasi yang menjadi proses penting dalam sosialisasi. Berikut hasil penelitian yang peneliti temukan dalam memetakan strategi komunikasi BKKBN Provinsi Gorontalo dalam sosialisasi program GenRe

Mengenal Sasaran Khalayak

Dalam melancarkan suatu sosialisasi maka perlu mempelajari orang yang akan menjadi sasarannya. Untuk mengetahui lebih lanjut berikut hasil wawancara dari Bapak JW, Kepala Sub Bidang Ketahanan Remaja Kantor BKKBN Provinsi Gorontalo menyatakan bahwa : “Yang menjadi sasaran dari Program GenRe yaitu 10-24 tahun belum menikah. Selama mengadakan sosialisasi ya kita harus menentukan sasaran khalayak agar bisa terjadi pendekatan seperti apa yang mereka sukai dan yang lebih kekinian seperti pada saat sosialisasi digunakan bahasa bahasa gaul atau

sambil sosialisasi kita sambil tiktok” (Wawancara tanggal 26 Juli 2021).

Selain penjelasan dari Kepala Sub Bidang Ketahanan Remaja, terdapat juga penjelasan yang tidak jauh berbeda dari wawancara sebelumnya, yaitu Bapak AP, Staf Bidang Ketahanan Remaja, “Dalam hal ini yang terlibat adalah remaja maka perlu diketahui bahwa remaja ini karakternya yang dinamis, jadi kita harus menyesuaikan dengan kondisi mereka seperti kalau sosialisasi ke anak SMP ya harus lebih fleksibel lebih banyak game. Beda kalau ke mahasiswa ya agak lebih berat sih materinya tapi tetap santai.” (Wawancara tanggal 26 Juli 2021).

Dari penjelasan sesuai hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa sasaran khalayak sosialisasi program GenRe yang dilaksanakan BKKBN Provinsi Gorontalo di lingkungan Kota Gorontalo adalah remaja berusia 10-24 tahun. Dalam mengenali sasaran khalayak merupakan hal pertama yang harus dilakukan pada saat melakukan sosialisasi untuk mengetahui pendekatan yang paling tepat sesuai dengan situasi dan kondisi dari khalayak. Sesuai dengan penjelasan informan diketahui bahwa pada pelaksanaan sosialisasi program GenRe untuk menarik sasaran khalayak maka untuk meningkatkan pendekatan sasaran khalayak maka perlu membuat suasana sosialisasi seperti apa yang mereka sukai dan yang lebih kekinian. Kemudian materi sosialisasi perlu juga menyesuaikan dengan rentang umur dan pendidikan komunikasi agar sesuai dengan sasaran khalayak.

Pemilihan Media Komunikasi

Media merupakan alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media itu sendiri terdapat berbagai macam model tergantung pada tujuan yang ingin dicapai.

Pola hubungan media massa di suatu negara erat kaitannya dengan sistem dan struktur politik yang berlaku di negara dimana kedua lembaga tersebut berada (Ardianto, dkk, 2017: 159). Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan

yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang ditargetkan, dan bagaimana efeknya (Nurudin, 2014: 2).

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai media yang dipakai dari Kantor BKKBN untuk mensosialisasikan Program GenRe berikut hasil wawancara dari Bapak JW, menyatakan bahwa: “Media yang kita gunakan yaitu media sosial karena media sosial sekarang yang paling dekat dengan remaja. Dan kita juga untuk sekarang ini lebih ke Webinar melalui aplikasi *Zoom* karena Pandemi yang entahlah kapan akan berakhir. Selain itu, kita juga menggunakan media elektronik seperti di acara TV Nasional TVRI Gorontalo. Di radio juga ada seperti Radio Suara RH, RRI, dan Insania FM.” (Wawancara tanggal 26 Juli 2021).

Selain dari penjelasan di atas peneliti juga mewawancarai salah satu Anggota Forum GenRe yaitu DM, menyatakan bahwa: “Media yang sering kita digunakan itu media sosial dan juga komunikasi langsung berupa berkunjung ke sekolah, kampus ataupun target masyarakat umum yang sesuai sasarannya yaitu remaja. Tapi kita lebih sering langsung datang ke sekolah ya atau ke PIK-R yang ada di Kota Gorontalo dibandingkan lewat media sosial. Kalau media sosial mungkin ya dalam bentuk quotes (kutipan) dan postingan di media sosial seperti *IG*, *Facebook* yang berisi informasi yang dalam bentuk gambar, grafik yang singkat dan jelas sehingga mudah dimengerti”. (Wawancara tanggal 7 Agustus 2021).

Selanjutnya pendapat lain dari salah satu Anggota Forum Duta GenRe Provinsi Gorontalo yaitu PS, menyatakan bahwa: “Untuk media yang sering kami pakai saat sosialisasi tatap muka itu berupa baliho, power point, leaflet dan GenRe KIT. GenRe KIT itu semacam permainan yang kami berikan kepada khalayak untuk memberikan semangat agar mereka tidak bosan dan jenuh dalam mengikuti sosialisasi. Salah satu permainan atau produk yang ada dalam GenRe KIT yaitu celemek organ reproduksi perempuan dan laki-laki yang tujuannya itu lebih mengenal organ tubuh, terus di situ tidak hanya bagian organ

tubuh luar saja tapi ada bagian dalam yang namanya itu anatomi itu juga memudahkan pemateri menjelaskan bagaimana proses pembentukan sperma, atau pembentukan sel telur pada perempuan dan bagaimana proses menstruasi pada perempuan kalau kendala biasanya kadang mati lampu, biasanya itu bisa menghambat sosialisasi apalagi kalau kita tidak tidak hapal. Jadi tetap harus *prepare* (siap siaga) catatan atau printout materi supaya kalau medianya rusak ada persiapan.” (Wawancara tanggal 14 Agustus 2021).

Untuk lebih memahami ada pernyataan dari PIK-R di SMA Negeri 3 yaitu Khairunnisa Sumaga berikut hasil wawancaranya: “Kalau pemateri biasanya sering menggunakan powerpoint sih kalau saat sosialisasi tatap muka. Selain itu ada akun Instagram dari GenRe Gorontalo yang sering membagikan quotes atau kayak info tentang Duta GenRe gitu. Tapi kalau untuk media elektronik seperti Radio atau TV saya kurang tahu karena jarang juga mendengar radio atau menonton TV.” (Wawancara tanggal 21 Agustus 2021).

Dari penjelasan hasil wawancara di atas, maka diperoleh informasi bahwa media yang digunakan pada sosialisasi program GenRe di BKKBN cukup beragam. Biasanya pada saat sosialisasi langsung menggunakan media dan perangkat laptop dengan menggunakan aplikasi seperti powerpoint dan projector serta untuk mencairkan suasana dan mempermudah memberikan materi digunakan GenRe KIT. Salah satu produk dari GenRe KIT yaitu celemek organ reproduksi. Tujuan dari celemek organ reproduksi yaitu untuk mengetahui bagian-bagian reproduksi dari perempuan maupun laki-laki dan juga digunakan untuk permainan agar tidak bosan saat menerima materi. Sedangkan untuk non tatap muka menggunakan media seperti media sosial, leaflet dan baliho.

Pada saat sosialisasi secara langsung (tatap muka) masih ada kendala seperti mati lampu. Sehingga dari pihak BKKBN menyiapkan printout materi atau catatan. Kemudian dari pihak BKKBN juga menggunakan media elektronik seperti TV dan

Radio. Hanya saja berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber hal tersebut dirasa kurang efektif karena jumlah pemirsa di TV lokal dan pendengar di radio lokal sangatlah kurang. Selain itu, media sosial seperti akun Instagram dan Facebook adalah media yang paling diminati oleh target sosialisasi Program GenRe yang dilaksanakan oleh BKKBN Provinsi Gorontalo yang notabene remaja berusia 10-24 tahun. Pada saat pandemi sekarang ini sosialisasi menggunakan *video conference* seperti *Zoom Meeting*. Materi yang di bawakan pada sosialisasi 23 Maret 2021 melalui zoom meeting dengan tema Mengenal organisasi PIK.

Pengkajian Tujuan Pesan

Pesan merupakan hal yang penting dalam proses sosialisasi, karena pesan adalah ide atau gagasan yang akan disampaikan oleh pemberi informasi kepada penerima yang memiliki tujuan tertentu. Pesan yang dimaksud itu misalnya untuk memberikan edukasi mengenai pendewasaan usia pernikahan, dan untuk mengajarkan remaja agar terhindar dari seks pra nikah dan NAPZA (Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif).

Penjelasan di atas seperti yang diuraikan pada hasil wawancara informan adalah Bapak JW, menyatakan bahwa: “Pesan yang akan disampaikan itu bersifat edukasi dan informasi yaitu memberikan informasi mengenai pendewasaan usia perkawinan, untuk menjauhi seks pra nikah dan NAPZA (Narkotika, Psikotropika, Dan Zat Adiktif). Dan kami juga bukan hanya memberikan informasi ataupun mengajak mereka tapi juga memberikan petunjuk untuk melaksanakan program itu sendiri. Misalnya kita ngomong jangan nikah muda kenapa demikian ya karena kalau nikah muda itu resiko kesehatan reproduksi dan kesehatan mental masih belum siaplah istilahnya.” (Wawancara tanggal 26 Juli 2021).

Selain kutipan wawancara di atas, ada juga pendapat dari salah satu Anggota Forum GenRe yaitu PS: “Di dalam sosialisasi agar tujuan pesan tercapai itu tergantung sasaran khalayaknya sih. Remaja cenderung menyukai

hal-hal yang seru maka penyampaiannya juga harus dikemas dengan seru seperti memberikan kuis, games ataupun dengan diskusi aktif. Selesai memberikan games kita langsung masuk ke materi inti. Nah pada saat peserta menerima materi itu hambatannya kadang mereka tidak fokus.” (Wawancara tanggal 14 Agustus 2021).

Kemudian untuk lebih memahami kondisi sosialisasi ada juga pendapat dari anggota PIK-R di SMA Negeri 3 Gorontalo Nabila AI, menyatakan bahwa: “Bagus penyampaian dari kakak kakak pemateri, menarik ada yel yel, dimateri banyak gambar menarik cuman kadang ada juga yang tidak paham (materinya) kayak istilah istilah kedokteran, dan lain-lain.” (Wawancara tanggal 7 Agustus 2021).

Sesuai dengan penjelasan di atas dilihat bahwa pesan dalam proses sosialisasi program GenRe dilihat dari sasaran khalayaknya yaitu 10-12 tahun yaitu materinya hanya sekedar memberikan edukasi tentang kesehatan reproduksi, untuk melatih *lifeskill* dan untuk 13 tahun ke atas materinya mengenai edukasi dan informasi yaitu dengan memberikan informasi mengenai pendewasaan usia perkawinan, untuk menjauhi seks bebas dan NAPZA (Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif). Pada saat sosialisasi program GenRe, terdapat masalah yang ditemukan melalui wawancara di atas seperti ada istilah kedokteran atau bahasa ilmiah yang kadang tidak dimengerti oleh peserta. Dan juga peserta tidak fokus pada saat menerima sosialisasi.

Dengan demikian, yang perlu diperhatikan adalah materi yang diberikan harus menarik dan mudah dimengerti oleh komunikan atau peserta sehingga dapat meningkatkan minat dan fokus peserta atau komunikan.

Peranan Komunikator

Komunikator adalah pihak yang berperan sebagai sumber penyampaian pesan dalam proses sosialisasi. Untuk mengetahui lebih lanjut, berikut hasil wawancara dari Bapak JW, menyatakan bahwa: “Menurut saya

dalam sosialisasi itu peran dari si pemateri itu sangat penting, oleh karena itu kalau pilih pemateri saya akan menyesuaikan. Contohnya kalau untuk anak sekolah SMP atau SMA sederajat ya saya pilihnya duta GenRe sebagai pematerinya. Karena kalau ke anak sekolah itu lebih enak ngomong sama teman sebayanya yaitu duta GenRe yang rata-rata masih remaja. Nah beda lagi kalau ke Mahasiswa ya paling dipilih pemateri yang lebih ahli seperti dosen, psikolog atau dokter.” (Wawancara tanggal 26 Juli 2021).

Tidak jauh berbeda dengan bapak TK berikut hasil wawancaranya, “Sebagai pemateri kita berusaha untuk memahami si peserta ya. Kalau pesertanya anak SMP lebih sederhana materinya banyak permainan atau games-gamesnya. Beda dengan yang masih kuliah biasa lebih banyak pemberian materi dalam bentuk presentasi.” (Wawancara tanggal 27 Juli 2021).

Untuk memperkuat lagi mengenai peranan komunikator maka peneliti mewawancarai salah satu khalayak yang sering menerima materi yaitu anggota PIK-R di SMA Negeri 3 AI berikut hasil wawancaranya, “Ya selama menerima materi yang saya rasakan itu senang dan bagus kalau yang kasih materi itu kakak GenRe. Menarik ada games, penjelasan bagus dan tidak ribet. Tetapi kalau yang kasih materi bukan dari Duta GenRe kadang agak bosan dan kaku karena hanya baca materi di monitor.” (Wawancara tanggal 7 Agustus 2021).

Ada juga pernyataan yang sama dengan yang di atas menurut KS, Anggota PIK-R SMA Negeri 3 Gorontalo, berikut hasil wawancara: “Kalau saya juga lebih suka dengan kakak GenRe karena mereka memberi materi cepat dimengerti bahasa yang digunakan juga simpel. Kalau di luar dari kakak GenRe sih kadang rasa bosan dan jenuh itu pasti ada.” (Wawancara tanggal 21 Agustus 2021).

Berdasarkan hasil kutipan beberapa wawancara di atas, dapat dilihat bahwa dalam mensosialisasikan Program GenRe itu sendiri dalam pemilihan komunikator atau pemateri menjadi hal yang paling penting dalam meningkatkan keberhasilan sosialisasi program GenRe yang dilaksanakan oleh BKKBN

Provinsi Gorontalo di Kota Gorontalo kepada komunikator/ peserta. Pemilihan komunikator harus disesuaikan dengan karakteristik, yaitu usia, pendidikan peserta atau komunikator. Seperti ketika sosialisasi program GenRe pada usia 10-16 tahun dari Pihak Kantor BKKBN akan memilih Duta GenRe sebagai pematerinya. Untuk usia 17 tahun ke atas akan dipilih yang menjadi pemateri itu yang ahli di bidangnya seperti Psikolog, Dokter, Dosen, dan lain-lain.

KESIMPULAN

Dalam sosialisasi Program Genre, BKKBN telah menggunakan empat strategi komunikasi dengan efektif. Namun tetap masih terdapat beberapa kendala yang sering terjadi pada saat sosialisasi Program GenRe, yaitu:

1. Sasaran khalayak sudah tepat, namun untuk lebih memaksimalkan proses sosialisasi maka pihak BKKBN perlu memahami situasi dan kondisi seperti materi apa yang disukai dan dibutuhkan peserta dan bagaimana atau metode yang digunakan untuk menarik sasaran khalayak dalam memahami materi sosialisasi.
2. Pemilihan media sudah tepat karena media yang digunakan sangat beragam dan bervariasi (melalui media elektronik, sosial dan media cetak) dilakukan secara tatap muka dan virtual.
3. Pengkajian tujuan pesan cukup tepat karena pesan yang disampaikan sudah menarik dan dikemas dalam bentuk permainan sehingga ada kesan menarik. Namun dalam pemberian materi terdapat istilah yang belum dipahami oleh peserta, dan masih ada peserta yang tidak fokus pada saat menerima materi.
4. Peranan komunikator sudah tepat karena pemilihan pemateri (komunikator) sudah sesuai dengan situasi kondisi dan karakteristik peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi Gorontalo yang

telah memberikan kesempatan demi kelancaran penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, dkk. (2017). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Simbios: Bandung.
- Armando, Siti Mutmainnah. (2006). Psikologi Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Cangara, Hafied. (2017). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Damsar. (2011). Pengantar Sosiologi Pendidikan. Jakarta: Kencana Media Group.
- Djuma, Taufik S. & Zulkarnain Suleman. (2018). Pencatatan Perkawinan di Bawah Umur Perspektif Pegawai Pencatat Nikah di Kota Gorontalo. *Jurnal Al-Mizan* Vol. 14 No.2, 2018. <http://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/am>. Diakses pada tanggal 29 Agustus 2020.
- Effendy, Onong Uchjana. (2016). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2008). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Narwoko, Dwi, Bagong Suyanto. (2005). Sosiologi Teks Pengantar. Jakarta: Prenada Media.
- Nurudin. (2014). Pengantar Komunikasi Massa. Grafindo: Jakarta.
- Sugiyono. (2013). Memahami penelitian kualitatif. Bandung : PT. Alfabeta.