

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan Negara yang memiliki kepadatan penduduk, hal ini terbukti bahwa Indonesia menjadi urutan keempat di dunia setelah India, Cina dan Amerika Serikat. Indonesia merupakan Negara yang saat ini jumlah penduduk Indonesia mencapai 216 juta jiwa, dengan laju pertumbuhan penduduk 1,5 persen per tahun. Artinya, setiap tahun lahir bayi baru sebanyak 3 sampai 5 juta jiwa. Maka, jika program KB di Indonesia tidak ditingkatkan, dipastikan akan terjadi ledakan penduduk yang luar biasa. Hal ini menurut Kepala Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Dr. Sumarjati Arjoso, S.K.M. pada peringatan Hari Keluarga Nasional (Harganas) di Gedung Sate Bandung pada tanggal 18 Juli 2006 (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/0705/19/0302.htm>).

Sementara itu Indonesia telah mencanangkan program Keluarga Berencana (KB) “2 anak cukup” akan tetapi banyak anggapan dari masyarakat Jawa bahwa “banyak anak banyak rejeki” anggapan ini tentunya tidak lepas dari akibat rendahnya tingkat pendidikan masyarakat terutama masyarakat pedesaan. Kurangnya sosialisasi program-program Keluarga Berencana dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah bayi yang lahir setiap tahunnya. Tiap tahun jumlah kelahiran bayi di Indonesia mencapai sekitar 4,5 juta bayi. Dengan demikian upaya sosialisasi program KB diharapkan mampu mencegah kematian ibu dan bayi dalam konteks *patient safety* yang dapat memicu penurunan angka kematian ibu dan bayi

...kinerja mencapai sasaran ... Mengurangi 2/4 angka kematian ibu dan 2/3 angka

kematian bayi pada tahun 2015 akan dapat tercapai (<http://www.datastatistik-indonesia.com/content/view/300/300/1/2/>).

Melihat begitu cepatnya laju pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, maka diperlukan program guna menekan cepatnya laju penduduk seperti program Keluarga Berencana. Keluarga Berencana merupakan suatu program nasional yang merupakan suatu usaha untuk menurunkan angka kelahiran, angka kematian bayi dan dapat meningkatkan derajat kesehatan dan kesejahteraan masyarakat melalui keluarga yang berkualitas. Kesejahteraan lahir dan batin keluarga yang terdiri dari unsur kualitas kehidupan agamanya, tingkat pendidikan, kesejahteraan jasmani dan rohani, pelayanan sosial, pemahaman kebutuhan materiil lainnya (Kedaulatan Rakyat, 24 Mei 2007). Keberhasilan mencapai kondisi tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, sebagai akibat dari pergeseran tata nilai dan pengaruh globalisasi beberapa keluarga mengalami kemiskinan, kebodohan, masalah reproduksi remaja dan terjadi disharmoni dalam keluarga.

Kabupaten Kulon Progo merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang memiliki laju pertumbuhan tinggi yaitu 1,19 %, dengan jumlah penduduk Berdasarkan registrasi penduduk tahun 2006 (sampai akhir Juli 2006) jumlah penduduk sebanyak 534.632 jiwa terdiri laki-laki 265.335 jiwa dan perempuan 269.297 jiwa (<http://www.kulonprogo.go.id/main.php?what=direktori/17/demografi>).

Ditambah lagi tingkat kesadaran masyarakat tentang pelaksanaan program KB masih menemui berbagai kendala, hal ini terbukti bahwa jumlah penduduk

relatif mahal, SDM yang masih butuh peningkatan kualitasnya serta semakin berkurangnya petugas lapangan KB baik karena mutasi kepegawaian atau pensiun.

Kabupaten Kulon Progo bisa dikatakan sebagai wilayah yang tertinggal dibanding dengan Kabupaten lain di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan menggunakan sejumlah indikator ekonomi dan sosial, Gunung Kidul mengalami pertumbuhan -1,2%, bahkan Kulon Progo lebih parah anjlok -8,5%; PDRB per kapita Gunung Kidul dan Kulon Progo masing-masing Rp 1,36 juta dan Rp 973,2 ribu. Selama 2001-2003, pertumbuhan ekonomi kabupaten/kota di DIY sudah mulai pulih dengan rata-rata 3,16%, dengan rata-rata PDRB per kapita Rp 1,79 juta. Sedangkan Sleman dan Bantul ada pada urutan kedua dan ketiga. Indikator sosial, terutama kemiskinan dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM), juga menunjukkan kesimpulan serupa. Rata-rata tingkat kemiskinan untuk Propinsi DIY tahun 2003 adalah 19,1%, dengan urutan kabupaten yang memiliki tingkat kemiskinan tertinggi adalah Gunung Kidul (25,2%), diikuti Kulon Progo (25,1%), kabupaten Bantul (18,6%), kabupaten Sleman (15,5%), dan kota Yogyakarta (12,8%). IPM di kabupaten Gunung Kidul dan Kulon Progo juga berada dalam papan bawah pada tahun 1999, yaitu masing-masing 63,6 dan 65,8, yang jauh di bawah rata-rata IPM DIY sebesar 68,7. Padahal IPM DIY tercatat memegang peringkat nomor 2 secara nasional (Kedaulatan Rakyat, 13 Desember 2004).

Bupati Kulon Progo H. Toyo Santoso Dipo menyatakan, saat ini kulon progo masih berkuat dengan berbagai upaya penanggulangan kemiskinan, karena masih terdapat keluarga pra sejahtera sebanyak 45.991 KK dan Keluarga Sejahtera 700.000 KK dari jumlah 112.047 KK. Dari jumlah tersebut, pra sejahtera

alasan ekonomi terdapat 6.356 KK dan KS I alasan ekonomi 16.246 KK, katanya. Namun bukan berarti permasalahan kemiskinan di Kulon Progo tidak lagi menjadi persoalan serius. Masih banyak tugas yang harus dilakukan sebagai upaya pengentasan kemiskinan.

Berdasarkan data-data di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sosialisasi program keluarga berencana oleh sub dinas KB Kulon Progo sejak tahun 2004-2006 belum optimal. Dari pencapaian hasil tersebut maka perlu diadakan pembenahan dalam sosialisasinya agar pelaksanaan program KB di tahun-tahun mendatang bisa berjalan lebih baik lagi. Untuk itu Sub dinas KB kulon progo segera melakukan pembenahan di tahun 2007. Upaya pembenahan sosialisasi oleh Sub dinas KB Kulon Progo diwujudkan dalam bentuk reaktualisasi. Reaktualisasi yaitu dimana suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha perencanaan yang bertujuan untuk mengingatkan kembali program Keluarga Berencana Sehingga manfaat dan tujuan dari keluarga Berencana dapat tercapai (kedaulatan Rakyat, 11 februari 2007).

Pada tahun 2007 Sub dinas KB kulon progo telah merancang berbagai program dalam rangka sosialisasi reaktualisasi program keluarga berencana. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis memilih untuk melakukan penelitian di Sub Dinas Keluarga Berencana Kulon Progo karena Kabupaten ini belum mampu sepenuhnya mengendalikan laju pertumbuhan penduduk dan belum mampu menciptakan keluarga sejahtera serta mengurangi angka kematian ibu dan bayi dengan program-program Keluarga Berencana. Kesejahteraan masyarakat

pembentukan sumber daya manusia yang berkualitas diawali dari kesejahteraan sebuah keluarga. Anak yang banyak dan penduduk yang besar akan membawa manfaat jika memiliki kualitas sumber daya yang tinggi. Namun jika kualitas penduduk mereka rendah, maka penduduk yang besar dan anak yang banyak itu akan berubah menjadi beban yang cukup berat. Keluarga miskin di desa ataupun di kota dengan jumlah anak yang banyak akan mustahil menjadi keluarga sejahtera. Pendapatan kepala keluarga yang kecil harus menanggung sejumlah anak dengan beban biaya yang cukup besar, jangankan untuk membiayai pendidikan untuk biaya makan dan kesehatan saja sudah sangat berat. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti tentang "Sosialisasi reaktualisasi program Keluarga Berencana pada masyarakat di kabupaten Kulon Progo".

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan paparan pada latar belakang masalah, dirumuskan permasalahan sebagai berikut : ***"Bagaimana sosialisasi reaktualisasi program Keluarga Berencana oleh sub dinas Keluarga Berencana kulon progo pada masyarakat di kabupaten kulon progo?"***

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Mendeskripsikan sosialisasi reaktualisasi keluarga berencana yang dilaksanakan oleh Sub Dinas Keluarga Berencana di Kabupaten Kulon Progo

2. Mendeskripsikan latar belakang aktivitas Sub Dinas Keluarga Berencana Kulon Progo dalam mensosialisasikan program KB.
3. Mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses sosialisasi program KB.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi untuk kajian-kajian komunikasi dalam bidang sosialisasi.

2. Praktis

Dari hasil penelitian ini dapat menambah informasi yang dapat dijadikan masukan dalam evaluasi sosialisasi program KB oleh Sub Dinas Keluarga Berencana Kulon Progo.

E. KERANGKA TEORI

1. Sosialisasi

Sosialisasi berasal dari kata sosiologi yaitu suatu ilmu mengenai "*dassein*". Sosialisasi adalah suatu proses dimana individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku kelompoknya (Soekanto, 1982:182).

Teori sosialisasi didefinisikan secara luas, dimana sosialisasi sebagai suatu mekanisme penyampaian kebijakan kepada publik dan sosialisasi sebagai

mentaati, dan menghargai norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat (Suhandang, 2004:54-55).

Sedangkan menurut (Effendy, 2000 : 27-31) sosialisasi merupakan transmisi nilai-nilai yang mengacu kepada cara-cara dimana seseorang mengadopsi perilaku dan nilai-nilai dari suatu kelompok. Media menyajikan penggambaran masyarakat dengan membaca, mendengarkan, dan menonton, maka seseorang akan mempelajari bagaimana berperilaku dan nilai-nilai apa saja yang penting

Dalam melakukan sebuah sosialisasi membutuhkan perencanaan terlebih dahulu. Ada beberapa alasan mengapa sebuah perencanaan harus dilakukan dalam sebuah sosialisasi menurut (Anne Gregory, 2004:29-30) yaitu:

a. Memfokuskan usaha.

Perencanaan memastikan bahwa hal-hal yang tidak perlu telah dikesampingkan.

b. Memperbaiki efektifitas.

Dengan mengerjakan hal yang benar, tujuan yang telah ditetapkan akan tercapai.

c. Memacu pandangan jangka panjang.

d. Mengurangi kesalahan.

Perencanaan yang matang berarti bahwa skenario yang berbeda untuk mengurangi kesalahan.

e. Menyelesaikan konflik

Selalu terjadi konflik kepentingan dan prioritas ketika menyusun suatu program.

Perencanaan dalam sosialisasi berhubungan dengan inovasi, Inovasi adalah ide, karya, atau objek yang dianggap baru oleh seseorang. Mengenai saluran komunikasi sebagai sarana untuk menyebarkan inovasi, media massa lebih efektif untuk menciptakan pengetahuan tentang inovasi, sedangkan saluran antar pribadi lebih efektif dalam pembentukan dan percobaan sikap terhadap ide baru. Ciri-ciri Inovasi yang dirasakan oleh para anggota suatu sistem sosial menentukan tingkat adopsi. Ciri inovasi menurut Rogers (Astrid, 1984:248) adalah sebagai berikut:

a. Keuntungan relatif

Suatu derajat dimana inovasi dirasakan lebih baik daripada ide lain yang menggantikannya.

b. Kesesuaian

Suatu derajat dimana inovasi dirasakan konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman, dan kebutuhan mereka yang melakukan adopsi.

c. Kerumitan

Suatu derajat dimana inovasi dirasakan sukar untuk dimengerti dan

d. Kemungkinan untuk dicoba

Mutu derajat dimana inovasi dapat diekresikan pada landasan terbatas.

e. Kemungkinan diamati

Suatu derajat dengan mana inovasi dapat disaksikan oleh orang lain.

Berdasarkan tujuannya sosialisasi dibedakan menjadi dua yaitu informatif dan persuasif. Informatif adalah bertujuan untuk memberikan keterangan, atau informasi kepada khalayak. Sedangkan persuasif adalah kegiatan lebih bersifat psikologis, karena tujuannya adalah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku.

Jadi untuk memenangkan pengaruh terhadap khalayak, teknik informatif saja tidak cukup. Sebab walaupun publik telah mendapatkan informasi yang ditawarkan, belum tentu hati dan pikirannya akan tertarik mengikuti ajakan yang ditawarkan. Teknik persuasif paling efektif untuk menciptakan kesadaran publik untuk menerima ide, gagasan bahkan nilai-nilai yang terkandung dalam program-program yang ditawarkan. Menurut Levis Leta Rafael (1996: 21), 2 teori sosialisasi, yaitu:

- a. Informatif, yaitu memberi keterangan atau informasi kepada masyarakat.
- b. Persuasif, yaitu kegiatan yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku publik mengenai sosialisasi atau kegiatan yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku.

Dalam pelaksanaan komunikasi persuasif Menurut Djamaludin Malik (1993;151) terdapat empat prinsip persuatif, yaitu:

- a. *Fulfilling needs persuades* yaitu upaya merubah sikap masyarakat dengan perubahan yang dihubungkan dengan kebutuhan-kebutuhan mereka.
- b. *Gradual approaches persuades* adalah upaya perubahan sikap masyarakat dengan cara pendekatan gradual atau perubahan yang bertahap.
- c. *Consistency persuades* yaitu bahwa masyarakat lebih memungkinkan untuk merubah sikapnya apabila perubahan yang dianjurkan sejalan dengan kebiasaan, nilai dan sikap yang sudah ada sebelumnya.
- d. *Benefits persuades* adalah upaya merubah sikap masyarakat dengan pertimbangan keuntungan yang akan dirasakan oleh masyarakat itu sendiri.

Sehubungan dengan proses sosialisasi persuasif, ada beberapa teknik yang dapat digunakan (Effendy, 2002:22-24) :

- a. Teknik Asosiasi yaitu penyajian komunikasi dengan pesan yang sedang *trend* di masyarakat.
- b. Teknik Integrasi yaitu komunikator menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan.
- c. Teknik Ganjaran yaitu kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal-hal yang menguntungkan atau menjadikan harapan.
- d. Teknik Red Herring yaitu seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang

3) *Communication Action*

Kegiatan ini menjelaskan dan pelaksanaan langkah-langkah yang telah ditetapkan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif untuk dapat mempengaruhi pihak-pihak yang dikehendaki.

4) *Evaluation*

Pada proses ini, dilakukan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas yang telah dilaksanakan, serta keefektifan teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan.

b. **Komunikasi dalam sosialisasi**

Pada sosialisasi didalamnya pasti ada kegiatan komunikasi, komunikasi merupakan proses penyampaian, pertukaran informasi dari pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan) baik secara lisan, tertulis, maupun menggunakan media komunikasi untuk suatu kesamaan pemahaman dalam membentuk sikap atau tingkah laku orang lain.

Menurut Carl Hovland yang dikutip oleh Mulyana (2001:62)

komunikasi mengandung pengertian :

Komunikasi yaitu "communication is the process by which individual transmits stimuli to modify the behavior of other individual". (komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)).

Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikan mampu memahami pesan

yang dikemukakan oleh komunikator, pemahaman disini terdapat dari setiap

atau tidaknya komunikasi dengan isi pesan yang disampaikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi yang efektif terdiri dari komunikator, pesan dan komunikan, memahami pengertian komunikasi agar tercapai komunikasi yang efektif, ada baiknya jika diperhatikan apa yang diuraikan oleh Wilbur Schramm. Wilbur menampilkan apa yang disebut "*the condition of succes in communication*" yaitu kondisi yang harus dipenuhi jika menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki.

Pada intinya, komunikasi yang baik akan mempermudah penyaluran suatu ide, gagasan maupun nilai-nilai yang terkandung dalam program keluarga berencana sehingga tujuannya akan lebih mudah tercapai. Akan tetapi bila suatu komunikasi tidak berjalan lancar maka dampak yang dihasilkan juga kurang baik atau tidak sesuai yang diharapkan. Di samping itu, tidak dapat dipungkiri peran media dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat dalam keluarga berencana sangatlah menentukan. Untuk itu, di masa yang akan datang upaya-upaya untuk meningkatkan peran media dalam sosialisasi KB hendaknya juga semakin ditingkatkan.

Adapun komponen-komponen komunikasi menurut Harold Laswell (seperti dikutip Ruslan, 2002;20-21) dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) Komunikator harus mampu menjelaskan suatu kegiatan atau program pada khalayak, sekaligus bertindak sebagai mediator untuk mewakili lembaga terhadap publiknya dan sebaliknya.

- 2) Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan pada khalayak berupa ide, informasi, aktivitas, atau kegiatan tertentu yang akan dipublikasikan untuk diketahui, dimengerti dan dipahami.

Dalam penyampaian pesan diharapkan dapat memperoleh efek atau dampak yang positif, baik terhadap lembaga atau institusi dan perusahaan yang diwakilinya dengan pihak audiensi atau publiknya sebagai sasarannya melalui berbagai cara atau kiat perekayasa opini publik dengan memanfaatkan sarana berbagai media sebagai alat berkomunikasi.

Komponen pesan sebagai sesuatu yang hendak disampaikan hendaklah mudah untuk dipahami dan tidak mengandung pemaknaan ganda atau ambiguitas. Dengan adanya ambiguitas maka isi pesan akan susah untuk dipahami.

Berkaitan dengan isi pesan Arifin dalam Strategi Komunikasi (Anwar Arifin, 1998:70-71) menerangkan terdapat dua bentuk penyajian isi pesan, yakni meliputi :

- a) *One side issue* (sepihak)

One side issue dimaksudkan sebagai penyajian masalah yang bersifat sepihak, yaitu mengemukakan hal-hal yang positif saja, ataukah hal-hal yang negatif saja kepada khalayak. Juga berarti dalam mempengaruhi khalayak permasalahan itu berisi konsepsi

b) *Both sides issues* (kedua belah pihak)

both sides issue, suatu permasalahan yang disajikan baik negatifnya maupun positifnya. Juga dalam mempengaruhi khalayak, permasalahan itu diketengahkan baik konsepsi dari komunikator maupun konsepsi dari pendapat-pendapat yang telah berkembang pada khalayak

Untuk menentukan mana yang paling efektif dalam memberikan pesan berkaitan dengan isi pesan, Arifin memberikan penjelasan sebagai berikut:

- a) Kalau kita harus mengadakan komunikasi dengan orang yang pada mulanya memang telah berbeda pendapat dengan kita, maka akan lebih efektif bila *both sides issue* kita berikan.
 - b) Pada orang-orang yang dari semula sudah ada persesuaian pendapat, akan lebih efektif kalau diberikan *one side issue*.
 - c) Kepada orang golongan terpelajar, sebaiknya diberikan *both sides issue*.
 - d) Sedangkan kepada mereka yang bukan termasuk golongan terpelajar, lebih baik kalau diberikan *one sides issue*.
- 3) Media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan.

Media dapat merujuk pada cara penyampaian pesan, hal ini dipandang penting karena berkaitan dengan pemilihan media. Banyaknya ragam media penggunaannya tergantung pada kebutuhan, situasi dan kondisinya. Pemilihan media dipengaruhi oleh:

- a) Sasaran yang dituju,
- b) Efek yang diharapkan,
- c) Isi yang dikomunikasikan. (Onong Uchjana Effendy, 1989:303)

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, maka dapat ditentukan saluran mana yang dapat menunjang efektifitas komunikasi, apakah komunikasi interpersonal, atau komunikasi non personal. Komunikasi interpersonal memiliki kelebihan dalam bidang efek dan umpan balik yang bersifat langsung sedangkan pada komunikasi non personal efek dan umpan balik bersifat tidak langsung. Mengenai saluran komunikasi sebagai sarana untuk menyebarkan inovasi, media massa lebih efektif untuk menciptakan pengetahuan tentang inovasi, sedangkan saluran antar pribadi lebih efektif dalam pembentukan dan percobaan sikap terhadap ide baru.

Menurut Effendy (2002:7-10), proses komunikasi dapat dilakukan dengan dua cara antara lain:

- a) Proses komunikasi tatap muka

Dikatakan komunikasi tatap muka, karena ketika komunikasi berlangsung, komunikator dan komunikan saling berhadapan. Dalam situasi seperti ini maka komunikator dapat mengkaji diri komunikan secara langsung. Komunikasi tatap muka juga sering disebut dengan komunikasi langsung (*direct communication*). Melalui komunikasi tatap muka maka komunikator dapat mengetahui efek atau respon komunikasinya

pada saat itu juga baik itu respon positif maupun respon negatif. Jika respon yang ditimbulkan positif maka komunikator harus dapat mempertahankan cara komunikasi tersebut. Tetapi jika respon yang ditimbulkan oleh komunikan negatif maka komunikator harus merubah dan memperbaiki cara mereka berkomunikasi, agar komunikasi yang berlangsung dapat mencapai tujuan sesuai dengan yang diinginkan.

b) Proses komunikasi bermedia

Komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga komunikasi tidak langsung (*indirect communication*), dan sebagai konsekuensinya arus balik pun tidak terjadi pada saat berlangsungnya komunikasi. Komunikasi bermedia banyak digunakan untuk komunikasi informatif karena tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku. Komunikator tidak dapat mengetahui respon dari komunikan pada saat mereka berkomunikasi. Oleh karena itu, dalam melancarkan komunikasi dengan menggunakan media, komunikator harus lebih matang dalam perencanaan dan persiapannya sehingga proses komunikasi yang berlangsung akan berhasil. Media yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian

- i. Media umum seperti surat-menyurat, telepon, facsimili, dan telegraf.
 - ii. Saluran media siar seperti radio, tv dan media elektronik lainnya. Media ini mampu meraih sejumlah audiens sasaran yang luas, cepat dan serempak.
 - iii. Saluran media cetak seperti koran, pamflet, poster, selebaran dan media cetak lainnya. Media ini mampu memberikan informasi yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami, sehingga audiens sasaran dapat menggunakan informasi tersebut sewaktu-waktu bila diperlukan.
- 4) Komunikasi adalah publik sasaran dalam berkomunikasi secara langsung maupun tak langsung.
 - 5) Efek atau dampak merupakan respon atau reaksi setelah proses komunikasi berlangsung.

Efek, dijelaskan oleh Deddy Mulyana (2000:65) sebagai apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan, apakah terjadi penambahan pengetahuan, menjadi terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, atau perubahan perilaku. Efek juga dapat terkait dengan tujuan dari berkomunikasi, yaitu bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan untuk mengubah sikap, pendapat atau

Adapun dampak yang ditimbulkan dalam kegiatan komunikasi dapat diklarifikasikan menurut Effendy (1986:7) antara lain :

a) Dampak Kognitif

Dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan ia menjadi tahu atau meningkatkan intelektualitas.

b) Dampak Afektif

Dampak yang membuat komunikan tidak hanya sekedar tahu tapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu.

c) Dampak Behavioral

Dampak pada komunikan berupa perilaku, tindakan atau kegiatan.

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rahmat, 1984: 24).

Sedangkan penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2002:3).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan Kantor Sub Dinas Keluarga Berencana Kulon Progo jl. Sugiman No.12 Wates Kulon Progo.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan tanggal 4 Desember 2007- 4 April 2008

4. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara.

Wawancara adalah tanya-jawab dengan seseorang untuk mendapatkan keterangan atau pendapatnya tentang suatu hal atau masalah. Teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab terhadap pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini adalah responden (nara sumber) yaitu orang yang berkompeten didalam penelitian ini. Disini peneliti melakukan kegiatan tanya jawab secara langsung dan mendalam kepada Sub Dinas Keluarga Berencana Kulon Progo dengan tetap berpegang pada interview guide sebagai instrument utama.

Dalam hal ini wawancara dibagi menjadi 2, yaitu : wawancara tak berstruktur dan wawancara berstruktur. Namun dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara tak berstruktur. Dalam wawancara tak berstruktur ini wawancara bersifat atau mirip dengan wawancara informal, bersifat luwes, susunan kata-katanya dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pada saat wawancara (Mulyono, 2001:181)

b. Studi Dokumentasi

Schatzman dan Strauss menegaskan bahwa studi dokumentasi merupakan cara pengambilan dan pengumpulan data dalam penelitian kualitatif (Mulyana, 2001:195). Cara pengumpulan data yang diperoleh dari buku, literatur-literatur kamus, majalah, surat kabar, catatan transkrip, notulen rapat, agenda dan berbagai sumber lain yang memuat informasi yang mendukung dan relevan untuk digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu data yang didapati tidak hanya dari hasil wawancara saja, tetapi juga dari sumber lain, dalam hal ini adalah apa yang disebut diatas.

4. Teknik pengambilan informan

Dalam penelitian ini menggunakan teknik snowball (bola salju). Dimana dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan orang yang sudah dikenal dan dari sana peneliti mendapat petunjuk mengenai orang yang berkompeten dalam bidang tersebut (Mulyana, 2004:182). Informan dalam penelitian ini antara lain : Subdin KB Drs. Habib Al Asyhari, Seksi KB dan Seksi ketahanan keluarga.

5. Teknik analisis data

Setelah data-data diperoleh, kemudian diolah dan dianalisa. Analisis data menurut Patton (Moleong: 2002; 103) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisir ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Data hasil penelitian terdiri dari catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen berupa laporan, biografi, artikel, dan sebagainya. Tugas penulis dalam hal ini adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan

kode, dan mengkategorikannya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif. Dimana data yang diperoleh diklasifikasikan, digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dibedakan menurut kategori untuk mendapatkan kesimpulan. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data guna memberikan objektivitas terhadap penyajian laporan penelitian yang diperoleh dari observasi, wawancara dan studi pustaka. Tujuan dari analisis data adalah upaya untuk menyederhanakan data dalam bentuk yang mudah dipahami. Karena skripsi ini jenis datanya berdasarkan pada observasi, wawancara dan studi pustaka, maka analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif, dimana suatu usaha untuk mengambil kesimpulan berdasar pada pola pemikiran yang logis atas dasar perolehan data yang masuk sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (Moleong, 2002:178). Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Penulis menggunakan teknik triangulasi sumber. Menurut Patton (Moleong, 2002:178), triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal tersebut dapat

dicapai dengan jalan, pertama, membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, kedua, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, ketiga, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, keempat, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, kelima, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan