

RINGKASAN

Penelitian ini mengkaji konsep dan aplikasi strategi komunikasi dalam sosialisasi kesehatan reproduksi remaja yang dilakukan oleh SeBAYA PKBI (Perkumpulan keluarga berencana Indonesia) Jawa Timur. Penelitian ini berlandaskan dari peningkatan remaja yang sangat signifikan yaitu 63,82 Juta Jiwa (Seperempat Penduduk Indonesia adalah Remaja), sedangkan remaja sendiri belum mempunyai keterampilan hidup yang memadai sehingga bisa menimbulkan perilaku beresiko (pacaran yang tidak sehat, narkoba) sehingga akan menimbulkan masalah kesehatan reproduksi dan psikologis yang dialami. Sifat khas remaja sendiri sangat identik dengan rasa keingintahuan yang besar, menyukai tantangan dan petualangan serta sangat cenderung berani menanggung resiko atas perbuatan tanpa didahului dengan pertimbangan yang matang. Sehingga keputusan yang diambil dalam menghadapi konflik yang cenderung tidak tepat, remaja akan jatuh kedalam perilaku yang beresiko dan mungkin akan menanggung baik itu jangka pendek dan jangka panjang dalam berbagai masalah kesehatan fisik dan psikososial.

Prilaku beresiko remaja di Jawa Timur (BKKBN, 2018) sebanyak 43,3%. Remaja lelaki memiliki perilaku yang beresiko 51,6 kali dibandingkan remaja perempuan. Perilaku beresiko ini memiliki 86,6% yang didasari oleh faktor pendapatan orang tua atas dasar ekonomi (kekayaan). Sehingga memberikan fakta bahwa remaja yang memiliki ekonomi yang berlebih ternyata lebih bebas dibandingkan dengan anak yang berada pada taraf ekonomi yang biasa saja. pengetahuan akan kesehatan reproduksi dianggap sesuatu yang tidak penting bagi remaja itu sendiri. Sehingga memberikan pengetahuan mengenai kesehatan reproduksi harus menjadi perhatian. Rendahnya tingkat pengetahuan remaja terhadap kesehatan reproduksi memiliki beberapa faktor yaitu keterbatasan faktor sosio kultural yang masih banyak menganggap hal ini tabu dan remaja sendiri masih malu untuk membicarakannya kepada orang yang lebih dewasa. .

Berdasarkan data SKAP (Survei kerja dan akuntabilitas program kependudukan dan pembangunan) 2018 di provinsi Jawa Timur menunjukkan hasil dari sekian banyaknya program remaja yang dibuat oleh BKKBN seperti program Genre (Generasi berencana) ternyata memiliki hasil 72,53% tidak pernah mendengar program genre itu sendiri, dan program 80,90% tidak pernah mendengar mengenai PIK (pusat informasi dan konseling) serta sebanyak 70,93% responden remaja tersebut tidak pernah mendatangi sekretariat PIK-R (Pusat informasi dan konseling remaja). Hal ini menandakan informasi tentang HKSR (Hak Kesehatan Reproduksi) terutama KRR (Kesehatan Reproduksi Remaja) kurang efektif dan merata diberikan kepada remaja, Remaja cenderung tidak menggunakan pelayanan kesehatan dikarenakan takut untuk berbicara kepada orang yang lebih dewasa, dan merasa tidak nyaman jika pelayanan kesehatan.

Dalam hal ini, orang tua diharapkan mampu menjadi salah satu alternative untuk mendapatkan informasi, namun kenyataannya masih ada hambatan dalam berbagi pengalaman karena faktor sosiokultural. Namun pada kenyataannya 61% remaja enggan membicarakan masalah seksual dan kesehatan reproduksinya kepada orang tua dan 57% merasa nyaman membicarakannya dengan teman sebayanya (Reckitt Beckinser 2019).

Usaha pemerintah untuk terus memberikan pembelajaran mengenai HKSR terutama kesehatan reproduksi remaja telah banyak. Kegiatan yang dilakukan pemerintah khususnya BKKBN dengan membuat program dan melakukan kegiatan untuk remaja, namun kegiatan yang dilakukan belum merata dalam mensosialisaikan sebuah program remaja tersebut. Maka, PKBI berusaha menjawab kurangnya informasi yang diterima remaja dan menjadi penyeimbang dan fasilitator informasi kesehatan reproduksi remaja yang komperhensif yang tidak didaatkan remaja melalui orang tua dan pendidikan formal di sekolah sehingga PKBI membuat Youth Center bernama SeBAYA.

Dipilihnya SeBAYA karena bisa dikatakan seperti *PeerGroup* yang memiliki pengaruh besar terhadap penyebaran informasi dan perubahan perilaku pada remaja. Cara yang dilakukan SeBAYA yaitu dengan membentuk *Peer Educator* dan *Peer Conselor* di sekolah maupun komunitas. Hal ini dilakukan untuk menjangkau remaja secara menyeluruh dan dapat berinteraksi serta melakukan penyesuaian dengan remaja karena adanya kesamaan usia, kebutuhan serta tujuan. *Youth Center* SeBAYA PKBI mencoba menjembatani isu tersebut. Berbeda dengan peran orang tua dan bimbingan konseling dan layanan kesehatan SeBAYA PKBI berusaha untuk netral dalam masalah HKSR tanpa mendiskriminasi serta menjaga kerahasiaan remaja itu sendiri.

Melihat ketidakmerataan informasi yang dilakukan BKKN, pusat penelitian Universitas Negeri Surabaya (UNESA) memberikan saran berdasarkan hasil SKDI (Survei Demografi Kesehatan Indonesia) 2017 untuk dapat melakukan kreativitas dan inovasi dalam program yang dilakukan dengan perancangan kebutuhan, karakteristik, wilayah dan tujuan. Serta memanfaatkan media sosial, *public figure*, meningkatkan jumlah KIE dan meningkatkan peran sekolah dalam menyebarkan pesan pada remaja. Melihat PKBI dalam SeBAYA yang memiliki anggota yang milenial sehingga dalam melakukan pengkomunikasian terkait kesehatan reproduksi remaja SeBAYA PKBI, peneliti berasumsi dapat menjawab tantangan atas saran yang diberikan dalam merancang konsep strategi komunikasi yang kreatif dan inovatif agar pesan dapat tersampaikan dengan baik sesuai target segmentnya.

penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deksiptif dengan metode penelitian studi kasus yang bersifat intiristik dari Robert K Yin(2002) yang mengacu pada penelitian yang memiliki unsur HOW (bagaimana cara yang dapat dilakukan agar pengetahuan kesehatan reproduksi remaja dapat di dipahami dan dianggap sesuatu yang penting dan WHY (apa yang dilakukan SeBAYA untuk menyampaikan sosialisasi) yang dapat menelaah data secara mendalam. Sumber data yang digunakan yaitu primer dan sekunder. Data primer yaitu data wawancara mendalam dengan empat informan yang sudah ditentukan oleh peneliti yang berkaitan dengan sosialisasi dan memiliki jabatan dalam organisasi PKBI. Sedangkan data sekunder yaitu data yang didapatkan melalui studi dokumen, observasi dan publikasi dari organisasi PKBI dan SeBAYA PKBI di media sosial *instagram*.

Penelitian yang dilakukan memberikan hasil yaitu kegiatan strategi komunikasi dalam sosialisasi kesehatan reproduksi pada *the youth center* SeBAYA PKBI Jawa Timur melalui sosialisai langung maupun tidak langsung. SeBAYA PKBI telah melakukan tahapan kegiatan sosialisasi mulai dari pengumpulan fakta / data dalam perencanaan dan pemrograman,

mengkomunikasikan dan mengevaluasi tindakan dalam upaya strategi komunikasi yang disampaikan. Dari hasil penelitian menunjukkan keseriusan SeBAYA PKBI dalam melakukan sosialisasi langsung, namun belum mampu mengoptimalkan penyebaran informasi kepada publik melalui media sosial. SeBAYA PKBI melakukan perencanaan awal dengan menetapkan tujuan dari program yang akan dibuat, membahas hal yang perlu dilakukan melalui rapat tahunan. Awalnya menggunakan analisis riset untuk melihat lingkungan. Mengadakan rapat untuk rancangan program dan anggaran untuk sosialisasi. Implementasi kegiatan Kemudian evaluasi dilakukan setiap 3 bulan, yang disebut rapat quartal. Permasalahan utama dalam perencanaan PKBI adalah pembahasannya sedikit membahas untuk membuat program baru atau siasat untuk mendapatkan komunikasi yang lebih banyak, tapi lebih banyak pada memperbarui isi dari materi.

Dalam menilai sebuah strategi, model komunikasi secara umum dapat dijadikan acuan untuk menjawab Komunikator, Pesan, Media, Komunikan dan Efek. Dalam strategi Komunikasi SeBAYA oleh PKBI, komunikator atau pemateri dalam sosialisasi berasal dari tenaga medis. Dokter, bidan, dan sebagainya untuk membuat komunikan percaya dengan kredibilitas pemateri. Ditemani oleh relawan SeBAYA PKBI komunikator mencoba untuk membahas tentang isu Hak Kesehatan Seksual dan Reproduksi (HKSR) yang seringkali dinilai kontroversial bagi banyak masyarakat.

SeBAYA PKBI mencoba untuk merubah mindset para komunikan supaya lebih *aware* terhadap risiko-risiko dari HKSR terutama KRR. Hal ini merupakan pesan yang disampaikan oleh SeBAYA PKBI dalam kampanye sosialisasi HKSR yang di fokuskan juga pada KRR. Selain menggunakan sosialisasi langsung ke sekolah melalui berbagai treatment yang disesuaikan dengan target segment nya, SeBAYA PKBI juga menggunakan beberapa media lainnya. Sebut saja Radio, TV hingga media baru seperti Instagram. Meskipun begitu, perlu digarisbawahi efektivitas dari penyampaian pesan melalui media yang dipilih. Hal ini disebabkan kurangnya fokus terhadap media. SeBAYA PKBI lebih banyak memilih sosialisai menuju sekolah, karena dinilai lebih banyak mendapat komunikan.

Komunikan utama dari PKBI sendiri adalah kategori remaja. Remaja dinilai rentan dan minim pengetahuan terhadap HKSR terutama KRR, karena pada masa transisi ini mereka memiliki keingintahuan yang besar. Ketika tidak diarahkan dengan baik, maka dapat memunculkan dampak yang tidak diinginkan seperti perilaku yang diluar kendali misalnya Kekersan dalam Berpacaran hingga Kehamilan Tidak Diinginkan yang dapat mengganggu kesehatan reproduksi remaja itu sendiri. Namun, karena bentuk sosialisasinya massif, efektivitasnya kemudian dipertanyakan. Apakah pesannya tersampaikan atau tidak, PKBI dan SeBAYA belum memiliki indicator dan tidak berusaha membangun indicator keberhasilan suatu strategi. Hambatan yang ada bisa berupa hambatan proses, fisik, semantic hingga psiko-sosial berada dalam setiap proses. Dan SeBAYA PKBI juga menyadari hal tersebut dan berusaha menanggulangi.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji Konsep dan aplikasi strategi komunikasi dalam sosialisasi kesehatan reproduksi remaja *The Youth Center* SeBAYA PKBI Jawa Timur. Remaja merupakan periode terjadinya pertumbuhan dan perkembangan yang pesat baik fisik dan psikologis. Sifat remaja sangat identik dengan rasa ingin tahu yang besar, menyukai tantangan dan petualangan serta cenderung menanggung resiko atas perbuatan tanpa didahului pertimbangan yang matang sehingga jatuh dalam perilaku yang beresiko (merokok, minum alkohol, narkoba dan hubungan seksual pranikah). Perilaku beresiko remaja di Jawa Timur sebanyak 43,3% remaja pria 51,6 kali beresiko dibandingkan dengan remaja perempuan dan faktor ternyata 86,6% faktor pendapatan orang tua yang tinggi menjadi dasar perilaku remaja yang bebas. Hal ini memunculkan kesehatan yang terjadi pada remaja sedangkan remaja sering tidak peduli akan kesehatan reproduksi yang dimiliki. SKAP 2018 Prov. Jawa Timur menjelaskan program remaja yang di buat oleh instansi pemerintahan seperti BKKBN remaja tidak pernah mengetahui dan mendatangi sekretariat pusat informasi dan konseling bagi remaja. Sehingga diperlukan strategi komunikasi sosialisasi yang menarik untuk dapat menjangkau target *audience* remaja dengan cara yang variatif. Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dengan jenis deskriptif pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SeBAYA PKBI melakukan perencanaan komunikasi dengan lima tahapan setelah menetapkan tujuan yaitu penelitian (*Research*) dengan melakukan riset data dari lembaga terpercaya, hasil post test dan secret letter ketika sosialisasi, dan analisis lingkungan. Perencanaan (*Plan*) yang dilakukan menetapkan pemilihan komunikator, pesan, komunikan, media dan efak yang diharapkan, Pelaksanaan (*Execute*) implementasi kegiatan yang telah direncanakan baik kegiatan sosialisasi di sekolah, media dan kegiatan event dengan memberikan proposal kerjasama, diundang dalam sebuah acara atau program rancangan secara mandiri. Pengukuran/ Evaluasi (*Measure*) hanya sebatas pre test dan post test yang dilakukan sebelum dan sesudah sosialisasi. pelaporan (*Report*) dilakukan dengan rapat bulanan setiap divisi, rapat quartal 3 bulanan dan rapat tahunan yang di hadiri oleh direktur utama dan hasil rapat tahunan dilaporkan secara tertulis kepada PKBI Pusat Jakarta,. Kemudian untuk pemilihan strategi komunikasi yang di jalankan dalam pemilihan komunikator SeBAYA memiliki kredibilitas yaitu *Expertness* dan *Trustworthiness* serta *attractiveness* dengan kriteria yang menonjol yaitu kesamaan (*Similarity*) dan Keakraban (*Familiarty*). Penyusunan pesan dilakukan berdasarkan *Konten, Element, dan Treatment, code, dan Structure* yang memiliki kriteria masing-masing untuk target *audience* remaja SMP dan SMA. Media yang dipilih menggunakan media konvensional (televisi, radio) serta *new media* yaitu media sosial *Instagram* Efek yang dapat diukur hanya melalui *pro-test* dan *pre-test* setelah melakukan sosialisasi.

Kata Kunci : Startegi Komunikasi, *The Youth Center* , Sosialisasi kesehatan, SeBAYA PKBI Jatim, Kesehatan Reproduksi Remaja.

ABSTRACT

Study examining at the concept and the application of the communications strategy in the socialization of adolescent reproductive health “The Youth Center SeBAYA PKBI east java. A teenager is a period of the occurrence of growth and rapid expansion is both physical and psychological. Of the nature of young people are very identical with curiosity a great, like a challenge and an adventure and tending to bear the risk over without preceded considerations ripe so as to fall in unmannerly at risk (smoking, drink alcohol, drugs and sexual intercourse premarital). Behavior risk an east java as many as 43,3 % teenagers man 51.6 times risk compared with teenagers women and factors in fact 86,6 % factors income parents who high become the foundation behavior freeing teens. This brings up health occurring in adolescents while teenagers often do not care about reproductive health owned. SKAP 2018 prov. East Java explain the youth program was created by the agency BKKBN governance as a teenager has never known and come to the secretariat of the center of information and counseling for teenagers. So that it takes the communications strategy socialization is interesting to can reach the target audience teens with a way that variety. Study based on the qualitative paradigm with a different type of descriptive of the approach of a case study. The research results show that age PKBI make the planning stages after communication with five set goals namely research (research) by conducting research data from agencies trusted, the post when the test and secret letter, and an analysis of the environment .Planning (plan) that was conducted by designating the selection of a communicator, a message, communicant, the media and each expected, for implementation (execute) activity implementation that have been planned nicely socialization at school, the media and give a proposal the event with cooperation activities, Was invited to an event or program independently design .The measurement of / evaluation (measure) and limited only to inform pretest and posttest that were conducted before and after the socialization. Reporting (report) should be conducted by monthly meeting any division of, 3 month and meeting quarter annual meeting that is in spoke at by managing director and the results of the meeting PKBI annual reported in writing to the governor. Then for election communication strategy on the run in an election communicator brought up having credibility is expertness and trustworthiness and attractiveness on the most prominent include similarity (similarity) and familiarity (familiarty). The messages were based on content, an element, code, structure and treatment having each criteria for target audience teenager junior high and high schools. Media selected using media conventional (television , radio) and new media including social media Instagram effect that can be measured only through pro-test and pre-test after conducting the socialization .

Keyword: Strategy communication, the youth center, health socialization , SeBAYA PKBI east java, adolescent reproductive health