

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

1.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka atau penelitian terdahulu bertujuan menjelaskan hasil bacaan terhadap literatur, buku ilmiah dan hasil penelitian yang berkaitan dengan pokok masalah yang akan diteliti. Pada bagian ini akan disebutkan beberapa penelitian sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

1.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

1. Mina Khikatul Choiriyah, 2014 dalam penelitian *“Pelaksanaann Pelayanan Petugas Keluarga Berencana Badan Kesejahteraan Keluarga Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana di Desa Wonokromo Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul”*.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kualitas pelayanan petugas lapangan keluarga berencana badan kesejahteraan keluarga pemberdayaan perempuan dan keluarga berencana di Desa Wonokromo Kecamatan Pleret. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kualitas pelayanan PLKB Desa Wonokromo Kecamatan Pleret dari aspek fasilitas fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*),

daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) yaitu:

(1) PLKB Desa Wonokromo Kecamatan Pleret sudah memenuhi dimensi kualitas pelayanan seperti kondisi tata ruangan yang rapi, bersih, nyaman, dan aman serta tempat parkir luas. Untuk fasilitas fisik mengenai kelengkapan teknologi seperti Laptop dan LCD, PLKB sama sekali belum pernah menggunakan dikarenakan keterbatasan biaya dan kurangnya pemahaman mengenai teknologi. (2) PLKB telah memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dalam menanggapi setiap keluhan masyarakat, adanya keakuratan serta kepercayaan pelayanan dalam memberikan penyelesaian pelayanan terhadap masyarakat. PLKB juga tidak membedakan agama, ras, suku, dan golongan dalam memberikan pelayanan penyuluhan artinya tidak diskriminatif. (3) Daya tanggap yang diberikan pihak PLKB yaitu selalu menangani setiap keluhan masyarakat serta memberikan solusi kepada masyarakat. (4) Jaminan yang diberikan PLKB ditunjukkan dengan adanya petugas PLKB yang mempunyai pengetahuan luas dalam memberikan informasi terhadap masyarakat pada saat penyuluhan berlangsung. (5) Perhatian yang dilakukan PLKB yaitu dengan memberikan perhatian lebih kepada masyarakat yang susah untuk diajak ber-KB dengan cara mendatangi ke rumah masyarakat atau dengan istilah *door to door* agar penyuluhan dapat terfokus.

2. Nita Wahyuni, 2019 dalam penelitian ***“Peran Akseptor Pada Sosialisasi KB Vasektomi”***.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran akseptor pada proses sosialisasi KB vasektomi yaitu sebagai motivator bagi orang-orang sekitar. Peran ini merupakan cara paling efektif untuk meningkatkan jumlah akseptor di Karanganyar. Peran sebagai motivator disebabkan oleh beberapa faktor: kesadaran diri sendiri dan didukung lingkungan sekitar, adanya komitmen menyukseskan program KB, dan adanya kepuasan intrinsik dan ekstrinsik yang dialami akseptor. Faktor pendukung proses sosialisasi yaitu komunikasi terjalin dengan baik antar elemen masyarakat, kesediaan objek sosialisasi menggunakan KB Vasektomi, dan penggunaan media sosialisasi secara efektif. Adapun kendala dalam sosialisasi KB Vasektomi yaitu kegiatan kelompok yang mulai pasif, *reward* yang tidak menentu, dan masih adanya pemikiran negatif di masyarakat terkait KB Vasektomi.

3. **Vina Nirmala, 2011 dalam penelitian “*Pengaruh Sosialisasi Keluarga Berencana (Kb) Terhadap Efektifitas Program KB di Kecamatan Serang*”.**

Tujuan penelitian ini adalah melakukan penelitian terhadap pengaruh sosialisasi KB terhadap efektivitas program KB di Kecamatan Serang dan mengetahui besarnya pengaruh sosialisasi KB terhadap efektifitas proram KB di Kecamatan Serang. Penelitian ini merupakan penelitian metode eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang diteliti adalah seluruh Pasangan Usia Subur (PUS) di Kecamatan Serang, berjumlah 32.028 PUS dengan menggunakan teknik *Cluster Random Sampling*, dengan jumlah sampel 100 PUS. Variabel independen yang diukur adalah sosialisasi KB, sedangkan variabel dependen yang diukur adalah efektivitas program KB, kemudian diuji

dengan menggunakan metode regresi linier sederhana. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,527 atau 52,7% yang artinya sosialisasi KB dapat memengaruhi efektivitas program KB sebesar 52,7%. Dari perhitungan signifikansi, hasil perhitungan didapat bahwa t-hitung sebesar 10,444 dan t-tabel diperoleh 1,89, oleh karena t- hitung lebih besar dari t-tabel ($10,444 > 1,98$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi kesimpulannya adalah terdapat pengaruh antara sosialisasi KB terhadap efektivitas program KB di Kecamatan Serang sebesar 52,7%. Saran peneliti adalah memperbanyak tenaga penyuluh KB dan perlu adanya pelatihan bagi petugas KB dalam penyampaian informasi agar memaksimalkan jalannya pelaksanaan program KB guna tercapainya tujuan pelaksanaan program KB.

Tabel 2.1**Matriks**

NO	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul	Mina Khikatul Choiriyah, 2014 dalam penelitian “Pelaksanaann Pelayanan Petugas Keluarga Berencana Bdan Kesejahteraan Keluarga Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana di Desa Wonokromo Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul”.
2	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui kualitas pelayanan Petugas Lapangan Keluarga Berencana Badan Kesejahteraan Keluarga Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana (BKK PP dan KB) di Desa Wonokromo Kecamatan Pleret.
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori	Teori Pelayanan Publik
5	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kualitas pelayanan PLKB Desa Wonokromo Kecamatan Pleret dari aspek fasilitas fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati yaitu: (1) PLKB Desa Wonokromo Kecamatan Pleret sudah memenuhi dimensi kualitas pelayanan seperti kondisi tata ruangan yang rapi, bersih, nyaman, dan aman serta tempat parkir luas. Namun dalam fasilitas teknologi belum tercukupi dikarenakan keterbatasan biaya dan kurangnya pemahaman. (2) PLKB telah memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dalam menanggapi setiap keluhan masyarakat, PLKB juga tidak membedakan agama, ras, suku, dan golongan dalam memberikan pelayanan penyuluhan artinya tidak diskriminatif. (3) Daya tanggap yang diberikan pihak PLKB yaitu selalu menangani setiap keluhan masyarakat serta memberikan solusi kepada masyarakat.

		(4) Jaminan yang diberikan PLKB ditunjukkan dengan adanya petugas PLKB yang mempunyai pengetahuan luas dalam memberikan informasi terhadap masyarakat pada saat penyuluhan berlangsung. (5) Perhatian yang dilakukan PLKB yaitu dengan memberikan perhatian lebih kepada masyarakat yang susah untuk diajak ber-KB dengan cara mendatangi ke rumah.
6	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian yang akan Dilakukan	Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh kinerja petugas KB. Sedangkan perbedaannya adalah dari metode yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif.
7	Kritik	Pemaparan mengenai teori masih kurang detail.

Tabel 2.2

Matriks

NO	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul	Nita Wahyuni, 2019 dalam penelitian “Peran Akseptor Pada Sosialisasi KB Vasektomi”
2	Tujuan Penelitian	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran akseptor KB vasektomi di Karanganyar pada proses sosialisasi KB vasektomi.

3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori	Teori model identitas peran dari McCall & Simmons
5	Hasil penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan peran akseptor pada proses sosialisasi KB vasektomi yaitu sebagai motivator bagi orang-orang sekitar. Peran sebagai motivator disebabkan oleh beberapa faktor: kesadaran diri sendiri dan didukung lingkungan sekitar, adanya komitmen menyukseskan program KB, dan adanya kepuasan intrinsik dan ekstrinsik yang dialami akseptor. Faktor pendukung proses sosialisasi yaitu komunikasi terjalin dengan baik antar elemen masyarakat, kesediaan objek sosialisasi menggunakan KB Vasektomi, dan penggunaan media sosialisasi secara efektif.
6	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian yang akan Dilakukan	Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang sosialisasi KB. Sedangkan perbedaannya adalah dari teori yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan teori model identitas peran dari McCall & Simmons sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori KIE.
7	Kritik	Penelitian ini tidak memaparkan secara detail tentang penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran komunikasi yang efektif.

Tabel 2.3

Matriks

NO	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul	Vina Nirmala, 2011 dalam penelitian “Pengaruh Sosialisasi Keluarga Berencana (KB) Terhadap Efektivitas Program KB di Kecamatan Serang”

2	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah melakukan penelitian terhadap pengaruh sosialisasi KB terhadap efektivitas program KB di Kecamatan Serang dan mengetahui besarnya pengaruh sosialisasi KB terhadap efektivitas program KB di Kecamatan Serang
3	Pendekatan Penelitian	Kuantitatif
4	Teori	Teori Sosialisasi
5	Hasil Penelitian	Dari hasil perhitungan menunjukkan nilai <i>R Square</i> sebesar 0,527 atau 52,7% yang artinya sosialisasi KB dapat memengaruhi efektivitas program KB sebesar 52,7%. Jadi kesimpulannya adalah terdapat pengaruh antara sosialisasi KB terhadap efektivitas program KB di Kecamatan Serang sebesar 52,7%.
6	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian yang akan Dilakukan	Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang sosialisasi penyuluh KB. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti terdahulu lebih terfokus pada pengaruh sosialisasi sedangkan peneliti yang akan dilakukan lebih terfokus kepada Komunikasi Informasi dan Edukasi.
7	Kritik	Pemaparan teori sosialisasi dalam penelitian ini tidak begitu detail.

1.2 Kerangka Pemikiran

1.2.1 Kerangka Teoritis

1.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi pada manusia lainnya agar tercapai suatu tujuan tertentu. Dalam setiap harinya manusia melakukan komunikasi antarpribadi, berbicara dengan anggota keluarga, tetangga, dan rekan sejawat. Pada saat berbicara dengan diri sendiri, meyakinkan diri dalam memutuskan sesuatu, manusia melakukan komunikasi intrapribadi. Pada sebuah organisasi, manusia memecahkan masalah, mengembangkan ide-ide atau inovasi, saling berinteraksi dalam komunikasi kelompok atau organisasi. Jika berinteraksi dengan pihak lain mempunyai latar belakang budaya berbeda, maka manusia sudah melakukan komunikasi antarbudaya (Karyaningsih, 2018).

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pernyataan seseorang kepada orang lain. Pengertian ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia, sehingga komunikasi seperti ini disebut sebagai *Human Communication* (komunikasi manusia).

Sedangkan pengertian secara paradigmatis, meskipun banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, namun dari semua definisi itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap,

pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi dalam pengertian paradigmatis adalah untuk mendapatkan efek tertentu pada komunikan, efek yang ditimbulkan akibat terpaan pesan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yakni: efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif/behavioral. Efek kognitif adalah efek yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu mengenai suatu hal yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini, komunikator hanya ingin mengubah pikiran komunikan. Efek afektif kadarnya lebih tinggi dari efek kognitif. Di sini tujuan komunikator tidak hanya untuk sekedar memberi tahu mengenai suatu hal kepada komunikan, tetapi berusaha agar komunikan tergerak hatinya dengan munculnya sikap atau perasaan tertentu, seperti perasaan iba, sedih, terharu, gembira, marah, dan sebagainya. Sedangkan efek konasi atau efek behavioral adalah efek yang kadarnya paling tinggi, yaitu berubahnya perilaku atau sikap komunikan setelah mendapat terpaan pesan dari komunikator.

Pengertian komunikasi secara umum harus dilihat dari dua segi, yaitu pengertian komunikasi secara etimologis dan pengertian komunikasi secara terminologis. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Kata sama yang dimaksudkan adalah sama makna. Jadi dalam pengertian ini, komunikasi berlangsung manakala orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya itu. Dengan kata

lain, jika orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memahami apa yang dikomunikasikannya itu, maka hubungan antara mereka bersifat komunikatif (Kurniawan, 2017).

2.2.1.2 Informasi dan Edukasi

Informasi dan edukasi dapat dilaksanakan melalui tiga jenis jalur pendidikan dalam pelaksanaannya, yaitu dengan jalur pendidikan secara formal, non-formal dan informal. Ketiga sifat pendidikan tersebut memiliki kekhasannya masing-masing dan memiliki perbedaan yang terletak pada proses kegiatan belajar mengajarnya, mencakup kurikulum, materi, standarisasi warga belajar, kelengkapan sarana dan sebagainya. Sedangkan pendidikan informal merupakan pendidikan luar sekolah yang memiliki aturan dan kurikulum yang luwes. Jika dalam pendidikan formal target sasaran sebagai objek, maka pada pendidikan informal target sasaran berperan sebagai pemain utama atau subjek pendidikan (Sukardi, 2018).

2.2.1.3 Komunikasi Informasi dan Edukasi

Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) merupakan suatu bentuk kegiatan komunikasi untuk meningkatkan pengetahuan, sikap dan perilaku keluarga, masyarakat dan penduduk dalam program KB. Program KB mempunyai arti yang sangat penting dalam upaya mewujudkan masyarakat Kecamatan Karangpawitan yang sejahtera disamping program pendidikan dan kesehatan yang juga merupakan langkah penting dalam mencapai pembangunan yang berkelanjutan (Wowiling, 2015).

Komunikasi, Informasi dan Edukasi dilakukan sebagai suatu upaya untuk penyampaian isi pesan program Keluarga Berencana (KB) dari para penyuluh KB dan pelaksana program kependudukan dalam hal ini BKKBN kepada keluarga dan masyarakat, terutama bagi Pasangan Usia Subur (PUS) yang sudah ber KB maupun yang belum ber KB untuk diketahui, dimanfaatkan dan mendapatkan tanggapan, yang didasarkan pada data dan fakta tentang program KB.

Kegiatan KIE dilakukan BKKBN agar program KB dapat dipahami, dimengerti dan dilaksanakan oleh setiap keluarga. Melalui kegiatan KIE diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang Keluarga Berencana serta jenis layanannya. Lebih jauh daripada itu diharapkan dengan pemahaman dan tanggapan masyarakat terhadap program KB tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri (Wowiling, 2015).

2.2.1.3.1 Jenis-Jenis KIE

1. KIE Individu

Teknik pelaksanaan yang digunakan untuk perseorangan dilakukan secara langsung atau secara tatap muka. Bentuk kegaitannya bisa melalui diskusi, tanya jawab, bimbingan, konsultasi hingga pendalaman terhadap suatu materi yang dianggap penting untuk dibahas. KIE individu biasanya dilakukan untuk pemuka adat, agama, masyarakat dan pemangku kewenangan atau seseorang yang membutuhkan penjelasan khusus.

2. KIE Kelompok

Teknik pelaksanaannya dapat dilakukan dalam bentuk kelompok atau sekumpulan orang yang memiliki kesamaan baik dalam latar belakang pendidikan, sosial hingga jenis kelamin. Bentuk kegiatannya bisa dilakukan dengan sosialisasi, seminar, ceramah, diskusi dan lain-lain dalam membahas masalah yang dianggap penting bagi kelangsungan hidup baik masa kini maupun untuk masa depan.

3. KIE Massal

Teknik pelaksanaannya dapat digunakan kepada masyarakat umum yang dapat ditinjau oleh media massa atau khalayak umum yang sedang berkumpul di suatu tempat tertentu.

Bentuk kegiatannya dapat dilakukan dengan sosialisasi massa melalui media elektronik seperti radio, TV, internet atau melalui seni budaya seperti pentas wayang. Dalam melakukan KIE masal interaksi tanya jawab dengan *audience* lebih sulit untuk dilakukan kecuali TV dan radio bisa tersedia komunikasi interaktif. KIE masal memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap penerimaan dari masyarakat terutama dengan yang suka dengan penyajian media tersebut (Sukardi, 2018).

2.2.1.3.2 Konsep Komunikasi Informasi dan Edukasi

Kegiatan komunikasi, informasi dan edukasi keluarga berencana (KIE KB) merupakan gabungan dari tiga konsep yaitu Komunikasi, Informasi dan Edukasi. BKKBN mendefinisikan :

- Komunikasi sebagai suatu proses penyampaian isi pesan dari seseorang kepada pihak lain untuk mendapatkan tanggapan.

Dalam menyampaikan informasi, proses komunikasi yang digunakan bisa dilakukan secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi persuasif juga menjadi kunci tercapainya program KIE.

- Informasi sebagai data dan fakta untuk diketahui dan dimanfaatkan oleh siapa saja.

Informasi yang disampaikan merupakan suatu data yang diberikan untuk diketahui PUS dan juga fakta agar dapat dimanfaatkan oleh PUS.

- Edukasi didefinisikan sebagai sesuatu kegiatan yang mendorong terjadinya perubahan (pengetahuan, sikap, perilaku dan keterampilan) seseorang, kelompok dan masyarakat.

Dalam proses edukasi para PUS diharapkan dapat mendapatkan informasi untuk diketahui sehingga dapat menggugah rasa dan akhirnya merangsang untuk dapat melakukan tindakan.

2.2.1.4 Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif berasal dari bahasa Inggris yaitu '*persuasion*', sementara kata persuasi sendiri itu berasal dari bahasa Latin '*pesuasio*' yang kata kerjanya adalah *persuader* yang berarti meyakinkan, merayu, membujuk, dan sebagainya (Hartati, 2015).

Komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, tindakan dan sikap orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Selain itu, komunikasi persuasif juga diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator (Zain, 2017).

Dalam proses komunikasi persuasif ada beberapa unsur yang saling berkaitan di antaranya:

1. Sumber dan Penerima
2. Pesan
3. Umpan balik
4. Efek (*effect*)
5. Lingkungan (Caroline, 2018).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diketahui bahwa komunikasi perusuasif memiliki tujuan untuk mengubah sikap, kepercayaan maupun perilaku seseorang. Hal ini berbeda dengan pengertian komunikasi yang sifatnya hanya memberitahu atau informatif dan komunikasi yang bersifat memaksa atau

memerintah (*koersif*), karena dalam komunikasi persuasif upaya mempenaruhinya mungkin disadari atau mungkin juga tidak disadari oleh khalayak (Winoto, 2015).

Dalam kehidupan sehari-hari dapat dijumpai kenyataan yang menyatakan bahwa terdapat serangan secara terus-menerus dari informasi yang berusaha mengubah perilaku. Mulai dari sales meyakinkan konsumen, politikus meyakinkan masyarakat, guru meyakinkan siswa, dokter meyakinkan pasien, ulama meyakinkan umatnya hingga penyuluh KB meyakinkan masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa persuasi ada dalam segala bidang dan merupakan kenyataan hidup yang tak terelakkan. Disadari maupun tidak, banyak sekali orang yang terlibat dalam proses perubahan sikap melalui persuasi ini. Untuk itu, perubahan perilaku dari komunikasi persuasif merupakan isu yang tak henti menjadi perhatian.

Berbagai penelitian telah dikembangkan untuk mencari strategi persuasi yang efektif ini. Pada mulanya penelitian mengenai komunikasi persuasi ini banyak berkaitan dengan faktor-faktor yang berperan penting di dalamnya yakni komunikator, cara komunikasi dan informasi/pesan, serta komunikan. Meskipun faktor-faktor yang diduga memiliki pengaruh besar terhadap komunikasi persuasi telah diperhatikan, tidak selamanya komunikasi persuasif efektif bagi semua orang, situasi dan kondisi juga berpengaruh terhadap kesuksesan komunikasi persuasif. Kondisi ini dapat kita lihat dari kehidupan sehari-hari, seperti misalnya kampanye PEMILU yang mendatangkan juru kampanye artis terkenal dan diiringi musik yang hingar bingar untuk mendapat respon yang positif pada masyarakat desa, namun strategi tersebut tidak berlaku bagi masyarakat di lingkungan

perguruan tinggi, contoh lain seperti iklan jamu dengan mobil bermusik dan tokoh si cebol, lebih senang untuk beroperasi di wilayah pedesaan, karena menurut pengalamannya cara seperti itu lebih berhasil di lingkungan pedesaan (Hartati, 2015).

2.2.1.4.1 Unsur-Unsur Komunikasi Persuasi

Dalam suatu proses komunikasi persuasif menurut Sumirat & Suryana terdapat unsur-unsur diantaranya adalah (Afiati, 2015) :

1. Persuader

Persuader atau komunikator adalah seseorang atau suatu kelompok yang menyampaikan informasi/pesan dengan bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan pendapat baik melalui komunikasi secara verbal maupun nonverbal.

2. Persuadee

Persuadee adalah seseorang atau suatu kelompok orang yang menjadi sasaran *persuader* atau komunikator dalam menyampaikan informasi/pesan yang disampaikan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal.

3. Persepsi

Persepsi *persuadee* terhadap *persuader* dan pesan yang disampaikannya menentukan seberapa efektif komunikasi persuasif yang terjadi. Persepsi adalah suatu proses pengamatan yang dilakukan seseorang melalui berasal dari pengetahuan/kognisi.

4. Pesan Persuasif

Dalam komunikasi persuasif pesan yang disampaikan dapat disadari sebagai

suatu usaha untuk mengubah pola pikir sehingga merangsang untuk melakukan tindakan dengan cara memanipulasi motif-motif ke arah yang telah ditetapkan sebagai tujuan. Dalam pernyataan tersebut makna memanipulasi bukanlah menambah atau mengurangi fakta sesuai konteksnya, namun dalam artian memanfaatkan fakta-fakta yang berhubungan dengan motif-motif sasaran khalayak, sehingga memberikan dampak untuk mengikuti pesan yang disampaikan kepadanya.

5. Saluran Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*channel*) digunakan oleh *persuader* untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun non formal, secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun bermedia (*mediated communication*).

6. Umpan Balik dan Efek

Umpan balik atau *feedback* merupakan suatu reaksi atau jawaban yang datang dari komunikan yang berasal dari pesan yang telah disampaikan. Umpan balik atau *feedback* terdiri internal dan eksternal. Umpan balik internal merupakan suatu reaksi komunikator atas pesan yang disampaikannya, jadi umpan balik internal bersifat koreksi atas informasi yang terlanjur disampaikan. Sedangkan umpan balik eksternal merupakan suatu reaksi komunikan yang terjadi karena informasi yang telah disampaikan oleh komunikator tidak dipahaminya atau tidak sesuai dengan keinginannya atau harapannya.

Sedangkan efek merupakan suatu perubahan yang terjadi pada diri komunikan yang diakibatkan dari suatu proses komunikasi (Afiati, 2015). Perubahan yang terjadi bisa berupa perubahan tingkah laku, sifat, pandangan maupun pendapat. Dalam komunikasi persuasif, perubahan terjadi dalam beberapa aspek baik dalam aspek pendapat, sikap maupun perilaku pada diri komunikan merupakan tujuan utama.

Inilah yang menjadi khasan dari komunikasi persuasif dan yang membedakan dari komunikasi lainnya. Dalam penelitian ini, unsur-unsur komunikasi persuasif menjadi salah satu hal yang memiliki peran penting, karena dalam praktiknya para penyuluh KB dalam menarik masyarakat untuk menggunakan program-program BKKBN harus bisa menyampaikan informasinya baik secara implisit maupun secara eksplisit (Afiati, 2015).

2.2.1.4.2 Prinsip Dalam Persuasi

Sebagai acuan untuk mengubah kepercayaan, sikap dan mengajak publik sasaran persuasi untuk melakukan sesuatu, seorang *persuader* dapat menggunakan prinsip-prinsip dalam melakukan persuasi. Terdapat beberapa prinsip utama dalam melakukan persuasif adalah sebagai berikut (Suryana, 2019):

- a. Persuasi merupakan suatu bentuk dari kegiatan komunikasi. Hal ini melibatkan pengirim informasi dan penerima informasi dalam suatu interaksi. Hubungan yang terjadi, merupakan faktor yang sangat penting bagi semua proses persuasi. Jika di antara pengirim dan penerima tidak terjadi kontak, barangkali merupakan hal yang mustahil terjadi saling memengaruhi.

- b. Persuasi merupakan suatu proses. Persuasi bukan merupakan suatu tindakan, tidak statis, bukan suatu kejadian belaka, bukan pula suatu objek. Persuasi tidak dapat disentuh, diraba, atau terukur secara pasti. Ia merupakan sesuatu ketika kita terlibat di dalamnya. Ia bersifat terus menerus. Proses tersebut bukan ditentukan oleh ruang, tetapi oleh waktu. Hal ini dapat memudahkan arahan terhadap jejak dari permulaan dan evolusi dari proses persuasif, dengan membagi perubahan-perubahan tersebut ke dalam tahap-tahap atau fase-fase. Namun, dalam kenyataan, pembagian tersebut tidak kentara.
- c. Persuasi berkaitan dengan perubahan. Pesan persuasif seperti halnya intervensi pengobatan yang direncanakan dan ditangani oleh dokter medis. Oleh karena itu, intervensi tersebut diawali dengan suatu tujuan. Hasil dari intervensi tersebut, sasaran diperkirakan akan berubah melalui berbagai cara. Berhasil atau gagal proses tersebut diukur dengan tingkat efek yang diharapkan dapat dicapai. Hal ini memunculkan dua pertanyaan, *pertama*, apa yang menjadi target dari persuasi tersebut dan *kedua*, bagaimana perubahan tersebut diukur. Jawaban sementara, untuk hal yang pertama, sasaran persuasi adalah pernyataan-pernyataan mendalam dari sasaran (kepercayaan, sikap, atau pernyataan) atau perilaku yang nampak. Perubahan dalam hal ini diukur dengan membandingkan pernyataan mendalam atau perilaku yang nampak (atau keduanya) antara sebelum dan setelah intervensi.
- d. Persuasi dapat terjadi secara sadar ataupun tidak sadar. Seorang *persuader*, mungkin secara sadar bermaksud untuk mengubah individu atau kelompok

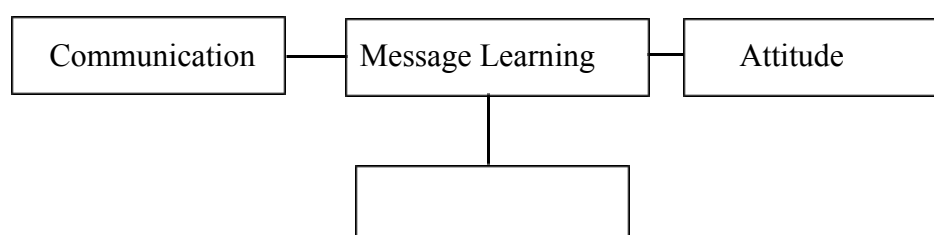
secara khusus. Hal ini terjadi manakala pembicara persuasif merencanakan dan mengucapkan kata-katanya dengan tujuan khusus untuk mengubah sikap pendengar atau sasaran.

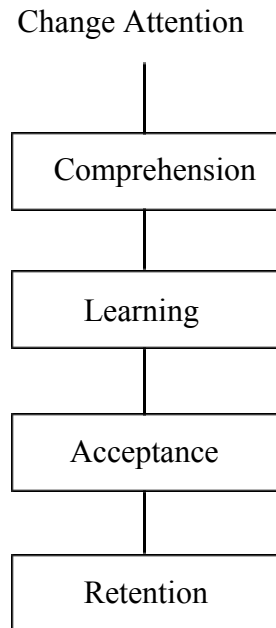
- e. Persuasi dapat menggunakan pesan verbal dan pesan nonverbal. Seperti yang sudah diketahui bahwa kata-kata yang disusun secara tepat dapat membuat efek dari persuasif tersebut (Suryana, 2019).

2.2.1.4.3 Proses Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasi merupakan suatu upaya untuk mempengaruhi pendapat, opini, sikap atau perilaku seseorang, tentunya dalam melakukan hal tersebut di butuhkan suatu proses. Hovland, dalam bukunya yang berjudul '*Dynamics of Persuasion*' mengemukakan suatu konsep mengenai proses komunikasi persuasif yang berfokus pada motivasi dan pembelajaran. Agar *public* dapat terpengaruh oleh komunikasi persuasif, *public* harus memahami, mempelajari, menerima, memperhatikan serta menyimpan pesan persuasi tersebut (Afiati, 2015).

Gambar 2.1
The Hovland/Yale Model of Persuasion





Sumber
(Afiati, 2015)

Pada gambar di atas, dijelaskan bahwa dalam prosesnya komunikasi persuasif memiliki tahap di mana *persuadee* mempelajari pesan persuasif dari *persuader*. Dalam proses belajar tersebut terdapat beberapa tahapan, yakni *attention*, *comprehension*, *learning*, *acceptance*, dan *retention*. Tahapan yang dikemukakan Hovland ini merupakan suatu proses sebelum *persuadee* pada akhirnya memutuskan untuk merubah sikapnya, setelah menerima terpaan informasi atau argumen yang disampaikan dari *persuader* (Afiati, 2015).

2.2.1.4.4 Penggunaan Persuasi

Penggunaan komunikasi persuasif sudah lama dimanfaatkan oleh manusia sejak dahulu hingga kini, penggunaan persuasi telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia. Dalam bidang bisnis misalnya, komunikasi persuasif dimanfaatkan untuk pemasaran, periklanan, promosi penjualan, *public relations*,

lobi, hubungan dengan pers, komunikasi internal perusahaan, komunikasi eksternal perusahaan, dan aspek-aspek lainnya (Suryana, 2019).

Bidang-bidang lain seperti pendidikan (terutama sekolah-sekolah dan perguruan tinggi swasta dalam upaya mencari pendaftar), kursus-kursus, pendidikan masyarakat, pemerintahan seperti kampanye program-program tertentu, kerja sama dengan luar negeri, pidato politik, lembaga-lembaga pelayanan masyarakat seperti rumah sakit, LSM-LSM, apotik, toko obat, telepon, radio, televisi, surat kabar, bahkan untuk merayu pacar sekali pun.

Terdapat tiga fungsi utama yang berkaitan dengan manfaat studi komunikasi persuasif, sebagai berikut.

- a. *Control Function* atau fungsi pengawasan,
- b. *Consumer Protection Function* atau fungsi perlindungan konsumen,
- c. *Knowledge Function* atau fungsi pengetahuan (Suryana, 2019).

1.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Konsep Program KB

KB adalah proses yang disadari oleh pasangan untuk memutuskan jumlah dan jarak anak serta waktu kelahiran. Tujuan Keluarga Berencana meningkatkan kesejahteraan ibu dan anak serta mewujudkan Keluarga Kecil yang Bahagia dan Sejahtera(KKBS) melalui pengendalian kelahiran dan pengendalian pertumbuhan

penduduk Indonesia. Selain itu juga program KB diharapkan dapat menghasilkan penduduk yang berkualitas, dengan sumber daya manusia yang bermutu dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Sasaran dari program KB ini yaitu Pasangan Usia Subur(PUS) dengan tujuan untuk menurunkan tingkat kelahiran dengan cara penggunaan kontrasepsi secara berkelanjutan. PUS yaitu pasangan suami istri yang istrinya berumur 25 - 35 tahun atau pasangan suami istri yang istrinya berumur kurang dari 15 tahun dan sudah haid atau istri berumur lebih dari 50 tahun tetapi masih haid (datang bulan) (Prijanti, 2016).

2.2.2.1.1 Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera

Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera (NKKBS) merupakan suatu norma yang lebih menitik beratkan pada kehidupan yang lebih baik, dengan anak yang cukup, sejahtera lahir dan bathin yang sudah melekat pada diri pribadi, keluarga dan masyarakat. Sehingga apabila orang memiliki norma yang berbeda dengan lingkungannya, akan merasa berbeda dari yang lain. NKKBS bisa menjadi landasan atau suatu standar bagi masyarakat untuk membentuk keluarga yang lebih baik dan biasanya bila suatu keluarga berbeda dari kelompok dimana dia berada, akan merasa tidak nyaman maka keluarga tersebut akan mencoba untuk mengikuti norma-norma masyarakat disekitarnya (Rachman, 2013).

- Norma jumlah anak yang sebaiknya dimiliki 2 (dua) anak.

Jumlah anak akan sangat berpengaruh terhadap kesejahteraan keluarga, selain itu memiliki anak terlalu banyak akan mempercepat terjadinya bonus demografi di Indonesia. Dengan setiap keluarga hanya memiliki dua anak

akan mempermudah dalam proses mendidik, membimbing serta mengasuh sang anak hingga sang anak bisa menjadi lebih mandiri.

- Norma jenis kelamin anak, laki-laki atau perempuan sama saja.
Setiap anak yang terlahir dari suatu keluarga memiliki hak yang sama baik itu anak laki-laki atau perempuan. Ketika suatu keluarga memiliki anak laki-laki dan setelah anak itu dewasa dia akan menikah dengan seorang perempuan dan begitupun ketika anak perempuan dewasa dia akan menikah dengan seorang laki-laki yang membuat keluarga tersebut memiliki anak laki-laki dan perempuan.
- Norma saat yang tepat seorang wanita untuk melahirkan umur 21 -35 tahun.
Seorang wanita bisa dikatakan benar-benar siap untuk melahirkan adalah ketika berusia 21-35 tahun. Wanita yang melahirkan kurang dari 21 atau lebih dari 35 tahun termasuk kedalam golongan resiko tinggi. Seperti 4 terlalu yang dijelaskan oleh BKKBN yang akan meningkatkan resiko kematian ibu dan bayi yaitu terlalu muda, terlalu tua , terlalu banyak dan terlalu dekat.
- Norma pemakaian alat kontrasepsi untuk mencegah kehamilan.
Penggunaan alat kontrasepsi dapat berguna untuk mencegah kehamilan yang tidak diinginkan. Dengan menggunakan alat kontrasepsi suatu keluarga dapat memberikan interval kelahiran bayi. Alat kontrasepsi juga berguna untuk menunda kelahiran anak pertama yang dimana ketika usia ibu kurang dari 21 tahun, selain itu juga pemakaian alat kontrasepsi

dapat membantu keluarga untuk merencanakan kelahiran anak hingga menghentikan kelahiran jika usia istri lebih dari 35.

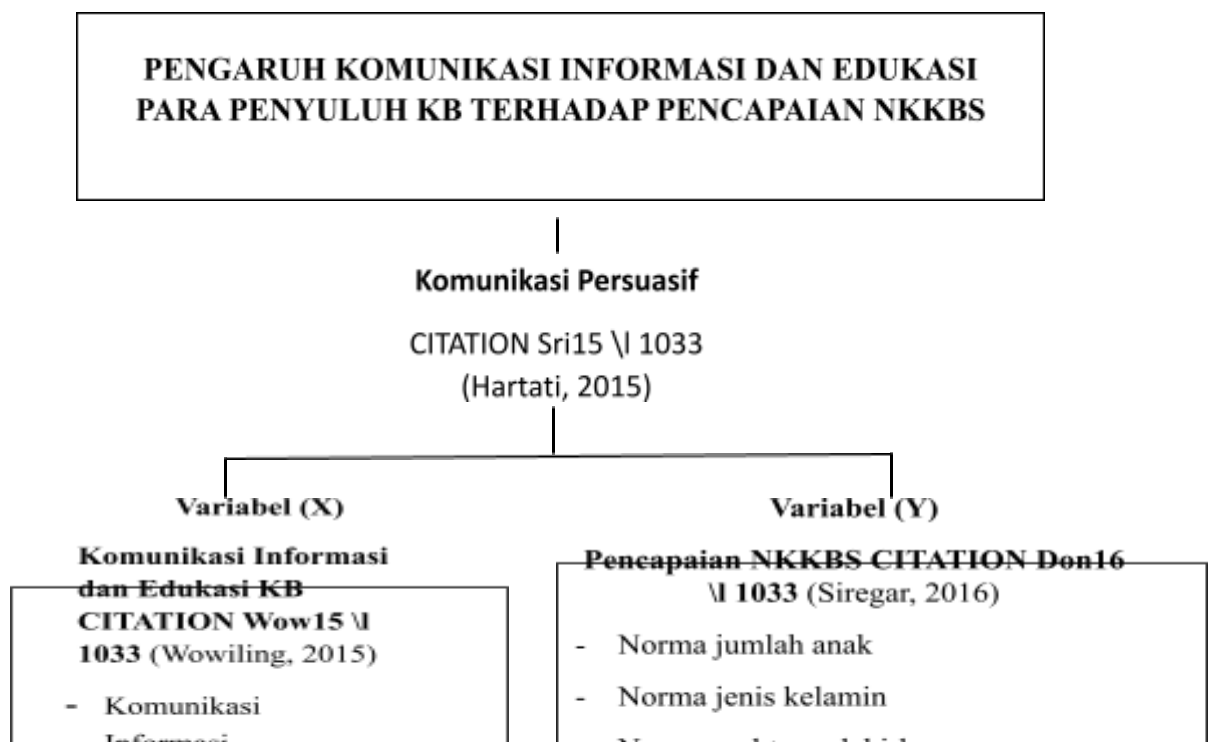
- Norma usia yang tepat untuk menikah, untuk wanita 21 tahun dan pria 25 tahun.

Organ reproduksi wanita benar-benar bisa dikatakan siap pada usia 21 tahun. Laki-laki yang menikah di usia 25 tahun akan mempunyai kesiapan mental dan finansial yang lebih baik. Secara fisik seorang perempuan yang berusia 21 alat-alat reproduksinya masih dalam masa pertumbuhan, jadi seorang perempuan yang menikah dibawah usia 21 masih belum siap untuk hamil dan melahirkan.

- Norma menyusui anak sampai umur 2 tahun.

Air Susu Ibu(ASI) mempunyai gizi yang padat tetapi juga praktis dan dijamin kebersihannya. Memberikan ASI selama 2 tahun akan membantu tumbuh dan kembang anak. Anak pada usia dibawah 2 tahun membutuhkan protein dan gizi yang seimbang dan salah satu untuk memenuhi kebutuhan protein dan gizi tersebut yaitu dengan memberikan ASI selama 2 tahun. Anak yang berusia di bawah dua tahun dikatakan sebagai masa *golden age* yang dimana momen tersebut merupakan masa perkembangan terbaik bagi perkembangan dan pertumbuhan otak sang anak

2.2.2.2 Bagan Kerangka Pemikiran



Kerangka Penurunan Konsep Penelitian

Sumber : Modifikasi Peneliti (2020, Adaptasi Penelitian Hartiati, 2015; Wowiling, 2015; Sotegar, 2016).

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah hasil dari refleksi peneliti berdasarkan kajian pustaka dan teori yang digunakan sebagai landasan dasar argumentasi. Dengan demikian hipotesis dapat menjelaskan dan menggambarkan peneliti tentang jawaban dari permasalahan yang akan diteliti sehingga rumusan hipotesisnya secara teknisnya harus memuat *statement* hipotesis saja dari sejumlah alternatif.

Pada dasarnya uji hipotesis merupakan suatu metode pengambilan keputusan yang berdasarkan pada analisis data. Analisis data ini bisa berasal dari percobaan yang terkontrol atau observasi yang bersifat tidak terkontrol. Sehingga uji hipotesis sering disebut dengan “Konfirmasi Analisis Data” namun jawaban

yang diberikan oleh hipotesis ini masih bersifat sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti, hingga terbukti melalui data yang telah dikumpulkan.

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka akan dapat disusun hipotesisnya sebagai berikut :

Hipotesis 1

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh KIE Penyuluh KB Terhadap Pencapaian NKKBS di Kecamatan Karangpawitan Kabupaten Garut.

H_1 : Terdapat Pengaruh KIE Penyuluh KB Terhadap Pencapaian NKKBS di Kecamatan Karangpawitan Kabupaten Garut.

Hipotesis 2

H_0 : Terdapat Pengaruh KIE Terhadap Pengendalian Angka Kelahiran Bayi di Kecamatan Karangpawitan Kabupaten Garut.

H_2 : Terdapat Pengaruh KIE Terhadap Pengendalian Angka Kelahiran Bayi di Kecamatan Karangpawitan Kabupaten Garut.

Hipotesis 3

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh KIE Terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Karangpawitan Kabupaten Garut.

H_3 : Terdapat Pengaruh KIE Terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Karangpawitan Kabupaten Garut.