

STRATEGI KOMUNIKASI TIM KERJA GENERASI BERENCANA BKKBN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM KEPADA REMAJA KALTIM

Ahmad Adha Febrian^{1*}, Ainun Ni'matu Rohmah²

Universitas Mulawarman

*Email: ahmadadhafebrian1502@gmail.com

ABSTRAK

Menurut observasi awal dari peneliti, program Generasi Berencana hanya bisa menjangkau beberapa kalangan saja dan tidak semua sasaran dapat terpapar. Hal ini merupakan sebuah pertanyaan yang besar karena dana untuk realisasi program Generasi Berencana yang dikeluarkan oleh negara melalui BKKBN tidaklah sedikit tetapi menurut data yang diperoleh, selama kurang lebih 13 tahun berjalannya program GenRe, tidak ada penurunan secara signifikan dari TRIAD KRR, bahkan prevalensi dari penyalahgunaan NAPZA meningkat yang berimplikasi pada tidak adanya peningkatan signifikan IPP di Indonesia. Tentunya hal ini bisa berasal dari faktor eksternal seperti warga atau masyarakat yang masih tertutup dan enggan menerima program ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Tim Kerja GenRe BKKBN Provinsi Kalimantan Timur di dalam mensosialisasikan program GenRe kepada Remaja Kalimantan Timur. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti menggunakan Metodologi Penelitian Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur menerapkan tahapan strategi komunikasi milik menurut Hafied Cangara yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan serta menerapkan Teori DOI di beberapa tahapannya.

Kata Kunci: BKKBN; Remaja; Generasi; Berencana; Komunikasi

COMMUNICATION STRATEGIC OF “GENERASI BERENCANA” WORK TEAM FOR SOCIALIZING THE PROGRAMS TO EAST BORNEO YOUTH

ABSTRACT

According to preliminary observations from researchers, the “Generasi Berencana” or GenRe program can only target a few groups and not all targets can be exposed. This is a big question because the funds for the realization of the GenRe program issued by the state through BKKBN are not small but according to the data obtained, for approximately 13 years of the GenRe program, there has been no significant decrease from the KRR TRIAD, even the prevalence of drug abuse has increased which has implications for the absence of a significant increase in IPP in Indonesia. Of course, this can come from external factors such as residents or communities that are still closed and reluctant to accept this program. The purpose of this study is to determine the communication strategy used by the East Kalimantan BKKBN GenRe Working Team in socializing the GenRe program to East Kalimantan Adolescents. To achieve this goal, researchers use Qualitative Research Methodology with a Case Study approach. From the results of the discussion, it can be concluded that the communication strategy carried out by the GenRe Working Team of BKKBN Representatives of East Kalimantan Province applies the stages of Hafied Cangara's communication strategy, namely research, planning, implementation, evaluation, and reporting and applying DOI Theory in several stages.

Keywords: BKKBN; Youth; Generation; Planning; Communication

Korespondensi: Ahmad Adha Febrian. Universitas Mulawarman. Jl. Kuaro Gn. Kelua, Kecamatan Samarinda Ulu, Kecamatan Samarinda Kode Pos 75411. No. HP, WhatsApp: 087887068834 Email: ahmadadhafebrian1502@gmail.com

PENDAHULUAN

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) adalah lembaga Indonesia yang fokus atas permasalahan pembangunan keluarga dan sumber daya manusia termasuk remaja membuat suatu fokus kenakalan remaja yang disebut TRIAD KRR atau Tiga Ancaman Dasar Kesehatan Reproduksi Remaja. TRIAD KRR sendiri terdiri dari tiga masalah yang menjadi fokus BKKBN di dalam menciptakan remaja yang tangguh dan kontributif untuk kemajuan bangsa (Harsono, 2020). TRIAD KRR sendiri terdiri dari tiga masalah yaitu menikah di usia dini, seks pra menikah, dan NAPZA. Tiga masalah tersebut dijadikan fokus masalah yang ditangani oleh BKKBN dikarenakan dari tiga masalah inilah yang akan menjadi akar dari masalah lainnya. Ditambah lagi Indonesia akan menghadapi bonus demografi pada tahun 2030-2045 yang merupakan batu loncatan Indonesia untuk naik pangkat dari negara berkembang menjadi negara maju dengan bantuan usia produktif yang meningkat pesat pada tahun 2030-2045 tersebut (Novrizaldi, 2020). Maka dari itu untuk menghasilkan generasi usia produktif yang unggul maka pencegahan harus dilakukan sedari sekarang dengan menjauhkan remaja dari TRIAD KRR (Prawira, 2019).

Untuk menanggulangi permasalahan kenakalan remaja yang ada, pemerintah di bawah naungan BKKBN yang dalam hal ini adalah BKKBN Provinsi Kalimantan Timur membuat suatu program besar yang beri nama sebagai program “Generasi Berencana” atau “GenRe” yang merupakan pengamalan dari Undang-Undang No. 52 Tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga pasal 48 ayat 1 (b) yang menuliskan bahwa “untuk meningkatkan kualitas remaja dengan cara memberikan akses informasi, pendidikan, konseling dan pelayanan tentang kehidupan berkeluarga”. Kebijakan Program GenRe di BKKBN Provinsi Kaltim harus dijalankan dan dimonitoring langsung oleh Tim Kerja Generasi Berencana atau yang disebut “Tim Kerja GenRe”. Tim kerja genre adalah salah satu tim kerja dari 22 tim kerja yang ada di BKKBN Kaltim dimana tim kerja genre terdiri dari 6 orang pegawai di BKKBN Provinsi Kaltim. Tim kerja GenRe adalah tim kerja di BKKBN Kaltim yang langsung bertanggung jawab terhadap seluruh penjalanan program yang berbaur remaja dan GenRe sehingga tim kerja ini sangat cocok dengan judul penelitian saya.

GenRe adalah suatu program dan wadah bagi para kaum muda terutama remaja yang berusia 10 tahun sampai dengan usia 24 tahun dan belum menikah untuk menyalurkan kreativitas serta menjauhi tiga ancaman dasar kenakalan remaja yaitu NAPZA, seks bebas, dan nikah dini. Di dalam program ini BKKBN memberikan pemahaman kepada remaja bagaimana harusnya remaja merencanakan hidupnya kedepannya sebelum menjalankan kehidupan yang lebih serius yaitu kehidupan berkeluarga. BKKBN melalui program GenRe ini memberikan pemahaman kepada remaja tentang bahaya dari TRIAD KRR atau Tiga Ancaman Dasar Kesehatan Reproduksi Remaja yaitu NAPZA, seks bebas, dan nikah dini melalui berbagai strategi seperti pembagian flyer, pembuatan modul, event jambore GenRe, event pemilihan Duta Generasi Berencana, penggunaan sosial media, pelatihan-pelatihan, dan lain sebagainya.

Namun remaja tampaknya masih terlalu asing dengan program “GenRe”, peneliti tidak menemukan data terkait kefamiliaran “GenRe” di provinsi Kalimantan Timur, tetapi jika kita berkaca terhadap survei tentang kefamiliaran remaja

tentang GenRe di DKI Jakarta didapatkan bahwa hanya 13,3% dari 647 remaja DKI Jakarta baik berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang familiar ataupun pernah mendengar informasi mengenai “GenRe”. Selain itu pada instagram resmi @gnrekaltim_ dengan followers 8.720 (4 Mei 2023, 16.30 WITA) yang merupakan akun asli Generasi Berencana Provinsi Kalimantan Timur, audiences yang dijangkau pada tanggal 1-31 Maret oleh akun tersebut adalah 9.140 yang 46,4% berusia 18-24 tahun dan 17,4% 13-17 tahun sedangkan usia 10-12 tahun tidak masuk dalam jangkauan. Selain Instagram Forum GenRe Kaltim juga memakai media sosial lainnya seperti Tiktok, Youtube, Facebook, Twitter, dan sebagainya untuk menyampaikan informasi seputar program Generasi Berencana.

Menurut observasi awal dari peneliti, program Generasi Berencana hanya bisa menysasar beberapa kalangan saja dan tidak semua sasaran dapat terpapar seperti yang dikatakan oleh data di atas. Hal ini merupakan sebuah pertanyaan yang besar karena dana untuk realisasi program Generasi Berencana yang dikeluarkan oleh negara melalui BKKBN tidaklah sedikit tetapi menurut data yang diperoleh, selama kurang lebih 13 tahun berjalannya program GenRe, tidak ada penurunan secara signifikan dari TRIAD KRR, bahkan prevalensi dari penyalahgunaan NAPZA meningkat yang berimplikasi pada tidak adanya peningkatan signifikan IPP di Indonesia. Tentunya hal ini bisa berasal dari faktor eksternal seperti warga atau masyarakat yang masih tertutup dan enggan menerima program ini.

Untuk memastikan efektivitas dan efisiensi program Generasi Berencana di tingkat provinsi Kalimantan Timur, maka dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat dan menysasar kepada sasaran yang ingin dituju. Strategi komunikasi merupakan percampuran dan pengolaborasi antara communication planning atau perencanaan komunikasi dan communication management atau manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang mana strategi ini diperlukan untuk memperkecil potensi terjadinya miskomunikasi (Effendy, 2003, p. 300). Menurut Middleton (1980) strategi komunikasi adalah gabungan yang sempurna dari seluruh unsur-unsur komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, komunikan, dan efek (Cangara, 2020, p. 64).

BKKBN adalah komunikator yang harus menyampaikan pesan kepada komunikannya, adapun pesan yang merelka sampaikan adalah program GenRe yang merupakan sebuah kebijakan dari BKKBN Pusat yang pastinya dilakukan dengan berbagai media dan cara. Agar pesan tersebut tersampaikan dengan baik maka diperlukan strategi didalamnya yang dapat mengoptimalkan setiap unsur komunikasi di dalamnya. Dikarenakan BKKBN melakukan kegiatan sosialisasi yang merupakan salah satu kegiatan komunikasi maka diperlukan strategi agar kegiatan komunikasi yang dilaksanakan dapat menimbulkan efek atau output yang diharapkan. Strategi komunikasi juga diperlukan oleh BKKBN untuk memperjelas langkah ataupun taktik di dalam melakukan suatu program komunikasi.

Penelitian-penelitian terkait dengan strategi komunikasi program GenRe ini sebenarnya telah dilakukan oleh banyak peneliti salah satunya Hasanah dkk., (2021) yang meneliti tentang Strategi Komunikasi Program Keluarga Berencana pada Masa Pandemi di Kabupaten Magelang Jawa Tengah yang menghasilkan kesimpulan bahwa para penyuluh KB dan juga Dinas KBPPKBPPA menggunakan pesan-pesan yang berunsur logika ekspresif, logika konvensional, dan logika retorik untuk menyampaikan pesan terkait pencegahan ledakan penduduk usai pandemi covid-19 di Kabupaten Magelang. Kemudian ada juga penelitian lainnya yang dilakukan oleh Adnan & Ratnasari, (2021) yang meneliti tentang Strategi Komunikasi Sosialisasi Program Generasi Berencana BKKBN Di Kota Gorontalo yang menghasilkan kesimpulan bahwa BKKBN Gorontalo telah memakai 4 langkah strategi komunikasi menurut (Effendy, 2003) dengan sangat baik. Kemudian didukung juga dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Mulitawati & Retnasary, (2020)

tentang Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image melalui Sosial Media Instagram yang menghasilkan kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh admin sosial media @ahlinyabotmaag belum bisa dilakukan dengan baik dikarenakan kendala pada budgeting.

Namun belum ada penelitian yang memakai penelitian strategi komunikasi menggunakan Teori Difusi Inovasi, padahal GenRe bisa dipandang sebagai sebuah inovasi karena masih terlalu awam bagi masyarakat terutama anak muda serta GenRe di zaman sekarang telah melakukan begitu banyak inovasi di dalam menyampaikan informasi seputar program Generasi Berencana antara lain dengan menggunakan media-media terbaru yaitu social media seperti Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, dan sebagainya untuk menjangkau para digital native yang senantiasa berselancar di internet. Maka dari itu berdasarkan latar belakang diatas, peneliti sebagai mahasiswa program studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman tertarik untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh BKKBN terutama di Tim Kerja GenRe BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dalam mensosialisasikan program Generasi Berencana ke tengah masyarakat khususnya remaja Kalimantan Timur dan apakah strategi tersebut efektif untuk digunakan. Peneliti juga sangat berharap hasil dari penelitian ini bisa menjadi rujukan dalam mensosialisasikan program Generasi Berencana selanjutnya agar bisa menghasilkan output yang optimal. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Tim Kerja GenRe BKKBN Provinsi Kalimantan Timur di dalam mensosialisasikan program GenRe kepada Remaja Kalimantan Timur.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang merupakan cara penelitian dimana peneliti hanya menganalisis, mengobservasi, dan menyelidiki suatu fenomena kejadian atau fenomena individu dengan tidak membuat prediksi dan tidak menguji hipotesis awal selain itu deskriptif juga hanya mencari tentang kadalaman suatu informasi tanpa mencari hubungan (Rakhmat & Ibrahim, 2017, p. 68).

Pendekatan yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang dimana penelitian kualitatif adalah penelitian yang berpedoman pada pemikiran postpositivisme yang menjadikan peneliti sebagai instrumen utama di dalam penelitian yang mana hasil akhir dari penelitian kualitatif ini adalah makna dari fenomena yang diteliti dan bukan generalisasi (Sugiyono, 2014, p. 9). Penelitian kualitatif terdapat beberapa difensiasi atau perbedaan dengan metode penelitian kuantitatif yang dimana jika pada metode penelitian kualitatif, penelitian akan berpatokan dengan bukti, fakta, dan informasi yang dihasilkan berdasarkan pada cara berpikir matematis, angka, dan metode statistik namun pada penelitian kualitatif, data, informasi, dan fakta akan diitikberatkan kepada hasil analisis kualitas-kualitas bukan kuantitas (Mulyana, 2010, p. 150). Silverman dalam (Mulyana, 2010) juga berkata bahwa kelemahan dari metode penelitian kuantitatif adalah terkadang para peneliti yang memakai metode kuantitatif mengabaikan pembangun atau konstruksi sosial dan budaya dari fenomena yang mereka teliti.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian kali ini adalah metode studi kasus yang merupakan paparan yang menyeluruh mengenai seluruh aspek suatu program, situasi sosial, organisasi, lembaga, dan sebagainya yang didapatkan dari wawancara mendalam, observasi, analisis dokumen, dan sebagainya untuk mendapatkan data sebanyak mungkin tentang hal yang diteliti untuk mendapatkan penjelasan yang komprehensif (Mulyana, 2010, p. 201).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah didapatkan data primer yaitu hasil wawancara dari Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dan GenRe Indonesia Provinsi Kalimantan Timur, maka langkah selanjutnya yang peneliti tempuh adalah membahanya dengan dibagi ke dalam 5 indikator yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan

1.1.1. Penelitian

1. Melalui Sosial Media

Tim Kerja Generasi Berencana Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur terkadang menggunakan sosial media sebagai bahan pertimbangan dan juga referensi di dalam menentukan pesan sosialisasi program generasi berencana. Sosial media juga digunakan sebagai tempat pencarian fakta seputar permasalahan remaja. Terlihat dari hasil wawancara yang mengatakan audience malah lebih senang ketika hal yang dibahas sedang hangat diperbincangkan di dunia maya. Menurut Rogers (1983) ada 5 karakteristik inovasi yang akan menentukan seberapa mau orang tersebut untuk mengadopsi suatu inovasi yang salah satu karakteristiknya adalah kesesuaian atau *compatibility* (Rogers, 1983). Penelitian melalui sosial media tentang isu-isu hangat seputar remaja kemudian dipaparkan ketika sosialisasi oleh Tim Kerja Generasi Berencana Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur adalah usaha dari Tim Kerja GenRe untuk meningkatkan keinginan masyarakat untuk mengadopsi inovasi yang mereka bawaan yaitu "Program GenRe" dan akhirnya pun remaja senang akan kesesuaian tersebut.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan yang dilakukan oleh Tim Kerja Generasi Berencana Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur adalah dengan cara berdiskusi dengan para *agent of change* dari BKKBN. Adapun para *agent of change* yang dimiliki oleh Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur antara lain Forum Generasi Berencana baik Provinsi Kalimantan Timur ataupun Forum Generasi Berencana Tingkat Kabupaten/Kota yang ada di 10 Kabupaten/Kota di seluruh Provinsi Kalimantan Timur, Pusat Informasi dan Konseling Remaja yang berada di setiap sekolah baik SMP, SMA, ataupun Pendidikan Tinggi, Kader Bina Keluarga Remaja yang ada di setiap kelurahan.

Di dalam prakteknya Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dan Forum Generasi Berencana Provinsi Kalimantan Timur akan senantiasa berkoordinasi dengan para *agent of change* tersebut untuk menemukan masalah remaja apa yang sedang bergulir di daerahnya masing-masing saat ini. Bukan hanya itu, Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dan Forum Generasi Berencana Provinsi Kalimantan Timur juga terkadang meminta data tentang keremajaan melalui *agent of change* lainnya dikarenakan para *agent of change* terutama PLKB dan Forum GenRe Kab/Kota pasti mempunyai data-data keremajaan yang diperlukan untuk fase penelitian sebelum pelaksanaan sosialisasi program GenRe. Para *agent of change* juga bertugas dalam penginputan data di web *New Siga* untuk mengupdate kegiatan dan data POKTAN (Kelompok Kegiatan) milik BKKBN

Menurut (Rogers, 1983) Agen perubahan suatu individu yang mampu untuk menghubungkan antara masyarakat dengan sang inovator sekaligus mempunyai fungsi juga sebagai pembawa informasi-informasi seputar pesan atau inovasi dari sumber inovasi kepada masyarakat, *agent of change* juga berfungsi sebagai alat pengumpul aspirasi atau penadapat masyarakat (Cangara, 2020, p. 94). Disini Tim Kerja Generasi Berencana Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur juga mengaplikasikan teori DOI yaitu menggunakan PLKB yaitu *agent of change* untuk berdiskusi dan mendengar aspirasi dari masyarakat.

Disini bisa kita lihat bahwa tugas dari PLKB adalah seorang *Agent of Change* yang menyampaikan pesan dari *innovator* yaitu BKKBN kepada masyarakat luas yang mempunyai pemahaman yang berbeda-beda tentang program GenRe yang bisa kita kelompokkan menjadi *Early Adopter*, *Early Majority*, *Late Majority*, dan *Laggards*. Menurut Observasi peneliti, PLKB, OPD KB dan Forum GenRe Provinsi sebagai *agent of change* bisa juga dikelompokkan sebagai *Early Adopter* karena mereka lah yang biasanya menerima informasi mengenai inovasi dari *innovator* pertama kalinya sebelum disebarkan kepada masyarakat. Biasanya PLKB akan meminta aspirasi dan berdiskusi serta menyampaikan materi melalui Poktan (BKR, PIK-R), Forum GenRe Kabupaten/Kota, dan Saka Kencana yang bisa dikelompokkan sebagai *Early Majority*. Kemudian setelah itu anggota dari PIK-R dan BKR akan menyampaikan hal ini kepada kelurganya yang bisa kita sebut sebagai *Late Majority* dan masyarakat awam yang bisa kita sebut sebagai *Laggards*.

Hirarki kepehaman dari inovasi ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Rogers di Teori DOI miliknya di dalam (Cangara, 2020, pp. 94–96). Bahwa masyarakat mempunyai tingkatan-tingkatan khusus yang bisa dikaitkan dengan tingkat kepehaman akan inovasi dan waktu dalam menerima inovasi karena setiap masyarakat pasti tidak mungkin bisa paham dengan bersamaan.

3. Melalui Data

Dalam proses penelitian Tim Kerja GenRe BKKBN Provinsi Kaltim akan fokus terhadap pencarian data terhadap suatu masalah yang ingin di sosialisasikan. Data yang didapat oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur datang dari berbagai sumber ada yang dari BKKBN Pusat, hasil riset evaluasi, sosial media, dan peneliti di luar struktur BKKBN. Data yang didapat kemudia ditafsirkan oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur untuk kemudian ditentukan masalah keremajaan mana saja yang akan dijadikan isu atau topik di dalam pelaksanaan program di tahun ini. Di dalam tahap ini juga kan berlangsung proses validasi urgensi atau penentuan prioritas masalah atau isu. Hal ini dilakukan dikarenakan dalam proses penelitian pastinya masalah atau isu yang didapat bukan hanya satu melainkan sangat banyak sehingga diperlukan penentuan prioritas untuk mengefektifkan penyampaian sosialisasi serta untuk menghemat anggaran.

4. Melalui Evaluasi

Adapun hasil evaluasi akan selalu dipakai oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dalam berkegiatan di tahun yang akan datang. Hasil yang dipaparkan melalui RADALGRAM atau Rapat Pengendalian Program yang mana hasil RADALGRAM pasti akan dipakai untuk kegiatan kedepannya agar tidak terjadi kesalahan yang sama. Hal ini sesuai dengan konsep yang ditawarkan oleh Hafied Cangara dimana pada tahap evaluasi adalah waktunya untuk mencari kesalahan atau kekurangan dari suatu program dan memperbaikinya untuk kemudian di test lagi di kegiatan komunikasi selanjutnya. Melalui hasil evaluasi inilah program selanjutnya dapat disusun dengan memperhatikan kekurangan kegiatan komunikasi/sosialisasi yang lalu.

5. Turunan Pusat

Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Kalimantan Timur juga meneliti prioritas tersebut melalui data yang didapat dan juga melalui target Proyek Prioritas Nasional (PROPEN) yang diberikan oleh BKKBN Pusat kepada BKKBN Provinsi Kalimantan Timur atau bisa juga melalui SPA atau Sistem Program dan Anggaran dimana disitu dapat terlihat program dari BKKBN Pusat yang mana yang menjadi prioritas pada tahun ini.

Setelah prioritas isu atau masalah yang ingin di sosialisasikan telah didapat maka langkah selanjutnya yang dilakukan oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur akan melakukan penentuan output dan tujuan. Hal ini sangat penting dikarenakan cara menilai sosialisasi yang mereka lakukan apakah berhasil atau tidak, bisa diukur dengan ketercapain ouput dan tujuan yang telah ditentukan di awal penelitian program. Tujuan dari program sosialisasi telah ditentukan oleh BKKBN Pusat dimana pusat akan memberikan angka terkait tujuan dalam suatu program, dimana menjadi kebijakan dari Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur lagi untuk membagikan angka tersebut ke 10 kabupaten/kota di Provinsi Kalimantan Timur.

Seluruh hal yang telah didapat selama masa penelitian baik data ataupun sebagainya akan dirumuskan menjadi *Term of Reference* (TOR) atau Kerangka Acuan Kegiatan (KAK) yang akan menjadi acuan dari Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dalam melaksanakan kegiatan sosialiasi program generasi berencana.

Tahap penelitian yang dilakukan oleh Tim Kerja Generasi Berencana Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur sudah sangat sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Hafied Cangara dimana pada tahap penelitian adalah tahap yang dilakukan untuk mengetahui secara khusus dan juga detail tentang permasalahan yang menyangkut tujuan yang akan dituju. Pada tahap ini juga dikenal sebagai tahapan pengidentifikasian dan pencarian fakta, tahapan ini bertujuan untuk mencari kebenaran tentang permasalahan yang ingin diselesaikan untuk kemudian selanjutnya dijadikan sebagai bahan rumusan masalah yang nanti akan dijadikan referensi.

Tabel 1. Sintesis Hasil Penelitian; Tahap Penelitian

TEORI	TEMUAN
Teori DOI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tim Kerja GenRe berusaha menyesuaikan pesan yang akan disampaikan dengan melihat trend di sosial media 2. <i>Agent of change</i> yaitu PLKB berusaha untuk menghubungkan antara masyarakat dan inovator (Tim Kerja GenRe) sehingga <i>agent of change</i> juga digunakan oleh Tim Kerja GenRe dalam tahap penelitian 3. BKKBN adalah <i>Innovator</i> 4. PLKB, OPD KB dan Forum GenRe Provinsi adalah <i>Early Adopter</i> 5. POKTAN (PIK-R dan BKR) lain seperti dan Saka Kencana adalah <i>Early Majority</i> 6. Keluarga dari anggota POKTAN, forum genre, dan Saka Kencana adalah <i>Late Majority</i> 7. Masyarakat awam adalah <i>Laggards</i>

Konsep Tahapan Strategi Komunikasi Milik Cangara	Pada tahap penelitian ini Tim Kerja GenRe mempraktekkannya dengan sangat sesuai mulai dari mencari data, fakta, dan isu masalah sebelum terjun ke lapangan untuk sosialisasi
--	--

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

1.1.2. Perencanaan

Sebelum menentukan elemen-elemen dalam proses sosialisasi program GenRe, Tim Kerja Generasi Berencana Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur akan melakukan proses penyusunan AJK dan TOR sebagai acuan jadwal kegiatan dan konsep kegiatan setahun ke depan. Penyusunan TOR akan didasarkan pada semua data yang telah didapat pada tahap penelitian dimana data yang didapat dari berbagai sumber akan dituangkan ke dalam TOR, elemen-elemen komunikasi seperti komunikator, isi pesan, saluran, dan komunikan juga didasarkan pada pertimbangan rapat di perencanaan dan data yang sudah diperoleh pada fase penelitian tadi. Tahap ini telah sesuai dengan konsep yang ditawarkan oleh Hafied Cangara mengenai tahapan strategi komunikasi dimana tahap ini dilakukan dengan menyusun langkah-langkah yang harus dilakukan kedepannya serta merancang taktik dan teknik-teknik yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut (Cangara, 2020).

Dalam tahap ini, akan dilakukan penyusunan semua elemen strategi komunikasi yang dibutuhkan untuk sosialisasi program GenRe. Dalam penyusunan di tahap perencanaan ini BKKBN tidak penuh menyusun secara mandiri tetapi ada campur tangan pusat di dalamnya dimana BKKBN RI telah menentukan siapa komunikan atau targetnya penerima sosialisasi program, sehingga Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur hanya mengundang target dari kabuapten/kota tetapi kriterianya telah ditentukan oleh BKKBN Pusat. Namun untuk secara umum sosialisasi program generasi berencana ini akan disampaikan kepada remaja serta keluarga yang memiliki remaja karena itulah sasaran utama dari program generasi berencana seperti yang dikatakan oleh Ibu Ria Artanti, SE, penentuan komunikator, isi pesan, saluran, dan komunikan akan dijelaskan secara rinci di bawah ini :

1. Komunikator

Untuk komunikator Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur secara umum akan menentukannya melalui rapat persiapan program yang dilaksanakan setiap sebelum pelaksanaan program. Namun, komunikator dalam sosialisasi program generasi berencana biasanya adalah remaja juga agar menimbulkan perasaan “homofili” kepada para penerima sosialisasi program oleh karena itu biasanya penyampai program yang dipilih oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur adalah seorang remaja juga biasanya adalah Duta GenRe, anggota Forum GenRe, atau lainnya yang pastinya harus memiliki sertifikat atau tersertifikasi sebagai seorang fasilitator atau pendidik sebaya. Pendidik sebaya disini juga bisa dikatakan sebagai pembantu agen perubahan karena sifatnya yang lebih sering berhubungan dengan audiens dibandingkan dengan PLKB atau Forum GenRe. Hal ini sesuai dengan teori DOI milik Rogers yang mengatakan bahwa Pembantu agen perubahan adalah orang yang secara konsisten berhubungan dengan anggota sistem sosial untuk mengarahkan keputusan adopsi mereka yang biasanya pembantu agen perubahan bersifat lebih homofili karena status mereka yang hampir sama dengan anggota sistem sosial maka dari itu pembantu agen perubahan akan membantu menjembatani kesenjangan komunikasi antara agen perubahan dengan anggota sistem sosial yang terkadang ada yang masih “heterofili” (Rogers, 1983). Pada program generasi berencana dikenal beberapa istilah “pendidik sebaya”, namun dalam perkembangannya “pendidik sebaya” bergeser penyebutannya menjadi “fasilitator” seiring dengan perubahan modul dari modul Penyiapan Kehidupan Berkeluarga bagi Remaja menjadi modul “Tentang Kita” yang sekarang penyebutannya menjadi “Fasilitator” tetapi maknanya tetap sama yaitu orang-orang yang telah dilatih selama hampir seminggu menggunakan “Modul Tentang Kita” yang berisi materi-materi tentang remaja dimana setelah mengikuti pelatihan ini dia mendapat sertifikat dan diberi tugas untuk melatih lagi teman-temannya yang lain untuk dijadikan fasilitator lagi.

2. Isi Pesan

Untuk isi pesan atau *message* yang akan disampaikan oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur telah ditentukan dimana pesan-pesan tersebut pasti tidak akan jauh dari modul utam mereka yaitu “Modul Tentang Kita” yang berisi materi-materi keremajaan. Namun, di dalam proses penyampaiannya pesan dalam modul tersebut dapat di inovasikan sesuai dengan kondisi dan karakteristik remaja di daerah tersebut. Tentunya penyesuaian pesan ini dilakukan agar para peserta dapat dengan mudah mengerti dan tertarik dengan pesan yang disampaikan serta bisa mengikuti program GenRe karena dari pengalaman Forum GenRe remaja lebih senang dengan pesan yang *relate* dengan dirinya. Hal ini sesuai dengan yang diutarakan oleh Rogers (1983) yang mengatakan bahwa salah satu karakteristik inovasi yang bisa meningkatkan keinginan seseorang untuk mengikuti inovasi terdiri dari 5 dan salah satunya kesesuaian atau *compatibility* (Rogers, 2003). Dalam prakteknya biasanya para PLKB atau forum generasi berencana yang menjadi *innovator* dan *agent of change* di dalam proses penyampaian pesan genre akan berdiskusi dengan para *Key Opinion Leader* yaitu bupati, tokoh adat, tokoh agama, tokoh masyarakat, bunda GenRe, Abang

GenRe, dsb. agar pesan yang disampaikan dari Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dapat menjadi pesan yang *relate* atau “homofili” sehingga mudah untuk dipahami dan diterima oleh semua kalangan masyarakat Kalimantan Timur. Ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Rogers bahwa Agen perubahan biasanya bekerjasama dengan *Key Opinion Leader* untuk menyebarkan informasi seputar sebuah inovasi yang dimana agen perubahan biasanya tenaga profesional atau seorang sarjana (Rogers, 1983). Karena terkadang *agent of change* kewalahan dalam menyebarkan informasi suatu inovasi maka biasanya *agent of change* akan menunjuk lagi seorang pembantu agen perubahan (Rogers, 1983).

3. Saluran

Saluran yang dipakai oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dalam proses sosialisasi program GenRe juga sangat beragam. Tidak ada penentuan saluran dari BKKBN Pusat sehingga Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dapat dengan leluasa menyampaikan pesan sosialisasi program GenRe ini dengan kreatif. Namun Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur akan menyesuaikan penentuan saluran sosialisasi ini dengan beberapa pertimbangan misalnya anggaran dan penyesuaian terhadap materi yang akan disampaikan.

Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur bekerja sama dengan Forum GenRe Provinsi Kalimantan Timur untuk penggunaan media massa atau *cosmopolite channels* seperti sosial media, media massa seperti TVRI dan RRI, serta baliho dalam proses penyampaian sosialisasi program GenRe di wilayah Kalimantan Timur. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Rogers dimana Saluran *cosmopolite* hanya untuk mempersuasi dikarenakan tidak dapat mengadopsi nilai-nilai kultur internal maka sebagian besar media massa bisa disebut sebagai *cosmopolite channels*, yang dimana *cosmopolite channels* lebih bermanfaat digunakan untuk pembangunan pengetahuan masyarakat akan inovasi (Rogers, 2003).

Namun yang lebih sering dipakai oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dan Forum GenRe Provinsi Kalimantan Timur adalah saluran yang bersifat *localite channels*. *Localite channels* biasa dipakai Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dalam sosialisasi ke kabupaten/kota di wilayah Kalimantan Timur. Contohnya ketika penyampaian materi ke daerah Kutai Timur, maka komunikator yang dipakai di dalam sosialisasi tersebut adalah seorang *agent of change* ataupun *innovator* yang berada di daerah tersebut misalnya anggota forum GenRe Kutai Timur, Duta GenRe Kabupaten Kutai Timur, ataupun PLKB yang ada di Kabupaten Kutai Timur. Terkadang agar saluran yang dipakai lebih *localite* lagi maka *agent of change* seperti PLKB akan menggunakan pembantu *agent of change* seperti misalnya kader Bina Keluarga Remaja, yang biasanya kader BKR adalah ibu-ibu rumah tangga yang dapat menyampaikan program GenRe kepada ibu-ibu lainnya dalam situasi yang lebih dekat dan informal.

Namun biasanya Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur juga akan memakai orang-orang penting di daerah tersebut misalnya bupati, walikota, tokoh adat, istri kepala daerah, anggota dewan, tokoh agama, dan lainnya untuk dijadikan juga sebagai penyampai pesan sosialisasi program GenRe yang bentuknya lebih “Mega” misalnya akan dijadikan sebagai “Bunda GenRe” atau “Abang GenRe” sehingga masyarakat luas bisa dengan mudah melekatkan program genre kepada tokoh tersebut dan biasanya akan lebih aku mengikuti program dikarenakan orang-orang berkuasa tersebut akan lebih dituruti oleh masyarakat. Hal-hal “kedaerahan” ini dipakai agar menimbulkan yang namanya kearifan lokal agar masyarakat yang disampaikan sosialisasi tergugah dan mau mengikutinya karena kesamaan latar belakang.

Hal ini sesuai dengan Teori yang disampaikan oleh Rogers dimana Contoh dari saluran *localite* adalah tetangga, jika seseorang disuruh memilih secara bebas dengan siapa dia berkomunikasi maka ada kecenderungan besar dia akan memilih orang yang paling mirip dengannya. Karena dengan kondisi homofili dimana komunikan dan komunikator mempunyai persamaan maka pesan gagasan akan menimbulkan efek yang lebih besar baik di pengetahuan ataupun perubahan sikap (Rogers, 2003). Penggunaan segala unsur dari masyarakat ini harapannya dapat menyentuh sasaran dari program generasi berencana yaitu remaja berusia 10-24 tahun dan juga keluarga yang belum menikah sampai ke akar rumput.

4. Komunikan

Untuk komunikan atau audiens, Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur biasanya hanya mengikuti dari arahan pusat dikarenakan pusat telah memberikan kriteria dan jumlah peserta atau audiens yang harus diikuti oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur. Serta penentuan target atau tujuan dari sosialisasi juga berdasarkan pada PROPON atau Proyek Prioritas Nasional dan SPA atau Sistem Program dan Anggaran. Namun jika secara umum komunikan utama dari seluruh program GenRe adalah remaja usia 10-24 tahun dan juga keluarga yang memiliki remaja yang tergabung ataupun tidak ke dalam POKTAN dan organisasi Remaja GenRe milik BKKBN. Orang-orang dengan kriteria tersebut akan diberikan informasi melalui Kelompok Kegiatan (POKTAN) yaitu

PIK-R dan BKR, Forum GenRe, dan Saka Kencana. Selain diberi informasi melalui Poktan, Forum GenRe, atau Saka Kencana itu, mereka juga diharapkan dapat bergabung dengan Poktan, Forum GenRe, atau Saka Kencana tersebut.

Tabel 2. Sintesis Hasil Penelitian; Tahap Perencanaan

TEORI	TEMUAN
Teori DOI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agent of change seperti PLKB dan Forum GenRe digunakan dalam tahap perencanaan terutama sebagai komunikator program dari Tim Kerja GenRe 2. PLKB secara umum adalah seorang sarjana, dan Forum GenRe adalah seseorang yang telah terlatih menjadi seorang fasilitator 3. Agent of change yaitu PLKB sering kali melatih lagi yang namanya kader Bina Keluarga Remaja (BKR) dan anggota Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK-R) untuk kemudian mereka lagi yang menyampaikan ke orang-orang sekitarnya 4. Penggunaan pendidik sebaya atau fasilitator remaja agar pendekatan dari program ini lebih homofili 5. Tim Kerja GenRe terutama BKKBN sering memakai Key Oppinion Leader yang merupakan tokoh yang disegani oleh masyarakat seperti pejabat daerah, Abang GenRe (biasanya walikota atau anggota dewan), Bunda GenRe (biasanya istri kepala daerah), dsb. 6. Penggunaan saluran cosmopolite seperti RRI dan TVRI hanya sesekali digunakan 7. Penggunaan saluran localite lebih sering digunakan misalnya dengan menggunakan pendidik sebaya, kader BKR, anggota PIK-R, anggota Forum GenRe, PLKB, pejabat daerah, Abang GenRe, Bunda GenRe, dsb.
Konsep Tahapan Strategi Komunikasi Milik Cagara	Pada tahap perencanaan ini Tim Kerja GenRe mempraktekkannya dengan sangat sesuai mulai dari penentuan elemen komunikasi, penetapan langkah-langkah strategi, pembuatan acuan, dsb.

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

1.1.3. Pelaksanaan

Dalam fase pelaksanaan sebenarnya Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur berjalan secara mengalir dan mengikuti seluruh panduan kegiatan yang ada di *Term of Reference* (TOR) atau Kerangka Acuan Kegiatan (KAK) yang telah dibuat pada fase penelitian dan perencanaan. TOR atau KAK akan dibahas ketika rapat persiapan yang dilaksanakan oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur sebelum pelaksanaan program yang mengundang berbagi unsur baik pejabat ahli madya, kepala perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur, staff tim kerja, bahkan remaja-remaja forum generasi berencana Provinsi Kalimantan Timur. Di dalam rapat ini akan difiksasi segala teknis kegiatan yang tertuang di dalam TOR atau KAK yang akan dipakai sebagai panduan di dalam fase pelaksanaan ini.

Selain berlandaskan TOR atau KAK, Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur juga berlandaskan oleh AJK atau Alokasi Jadwal dan Kegiatan yang berisi waktu pelaksanaan, materi pelaksanaan, pemateri, hari, tanggal, tahun, dan sebagainya. Sehingga di dalam fase pelaksanaan sosialisasi program genre alokasi waktu pun telah ditentukan karena berkaitan dengan anggaran juga terkhususnya di dalam membayar pemateri dan sebagainya. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur harus berimprovisasi dikarenakan segala sesuatu yang telah direncanakan pastinya akan terdapat *mis* atau ketidaksesuaian di dalamnya seperti yang dikatakan oleh Ketua Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur Ibu Sitti Mayasari Hamzah, S.IP, MA.

Selain membuat TOR, KAK, dan AJK. Para ASN di Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur juga diperintahkan untuk membuat yang namanya *Bussiness Process* yang berisi tentang alur penngimplementasian program sedari penelitian, perencanaan, sampai pelaksanaan. Adapun isi dari *Bussiness Process* adalah persiapan baik dalam segi surat menyurat, pengusulan anggaran, proses implementasi atau pelaksanaan program, apa yang dilakukan, membuat surat, mendistribusikan surat, dan lain sebagainya sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ibu Sri Haryani, SKM selaku anggota dari Tim Kerja GenRe Provinsi Kalimantan Timur.

Secara umum pelaksanaan program dari Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur akan berjalan sesuai dengan AJK, namun menurut observasi peneliti, ada kegiatan yang akan ditambahkan secara mendadak ketika anggaran pada tahun tersebut tidak terealisasi secara penuh, kegiatan seperti mendadak seperti ini biasanya akan

dilakukan ketika akhir tahun di bulan-bulan menjelang penutupan anggaran. Untuk kegiatan sosialisasi yang dijalankan secara rutin setiap bulan biasanya akan dilaksanakan oleh OPD KB di Kabupaten/Kota. Untuk kegiatan sosialisasi GenRe secara *online* melalui Instagram @genrekaltim_ akan dilakukan oleh Divisi Data dan Informasi Forum GenRe Provinsi Kalimantan Timur sebanyak 2 kali seminggu yang berisi materi-materi tentang GenRe, Modul Tentang Kita, Kasus Remaja, Modul Lifeskill, dan sebagainya.

Pelaksanaan sosialisasi program GenRe secara rutin yang dilakukan oleh OPD KB kabupaten/kota dan Forum GenRe Provinsi Kalimantan Timur selaku perpanjangan tangan dari Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur sesuai dengan karakteristik inovasi untuk meningkatkan *adopter* yang dikemukakan oleh Rogers dimana Rogers mengungkapkan bahwa “waktu” atau “*time*” juga berperan penting di dalam proses penyebaran sebuah inovasi dimana waktu memiliki andil di dalam proses penentuan apakah orang ingin mengadopsi atau tidak, proses pemahaman audiens, dan jumlah *adopter* (Rogers, 1983). Dalam sosialisasi, Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur sadar bahwa suatu hal bisa teringat oleh orang-orang jika dilakukan secara konsisten dan bukan hanya sekali oleh karena itu terkadang program-program yang dilakukan oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur mengulang lagi di tahun depan dan terus menerus mengulang pesan yang sama di setiap sosialisai walaupun berbeda pembahasan namun masih bisa diselipkan pesan pesan utama dari GenRe.

Dalam tahap pelaksanaan juga kan terus melibatkan para *agent of change* dari Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur yaitu ada yang utama PLKB serta *agent of change* lainnya seperti Forum GenRe Provinsi ataupun Kabupaten/Kota, PIK-R, BKR, Saka Kencana. Menurut observasi peneliti PLKB hanya bersosialisasi jika ada target atau arahan dari Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur atau dari OPD KB Kabupaten/Kota dan tidak ada inisiatif secara langsung dari PLKB untuk melakukan pendekatan secara nonformal/informal sehingga tidak ada terbentuk komunikasi yang interpersonal antara audiens dan PLKB saat mensosialisasikan Program GenRe. Namun menurut observasi peneliti juga yang sering melakukan kegiatan komunikasi interpersonal nonformal dengan audiens adalah Forum GenRe Provinsi dan Kabupaten/Kota karena memang modul “Tentang Kita” yang menjadi pedoman utama dari program GenRe memang mempunyai prinsip “*peer to peer approach*” sehingga cocok jika dibawa dan didengar oleh sebaya oleh karena itu komunikasi nonformal yang intim sering terjadi jika pematerinya juga remaja.

Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Forum GenRe kepada audiens merupakan penerapan dari Teori DOI milik Rogers yang mengemukakan bahwa saluran interpersonal lebih digemari oleh publik dibanding saluran lainnya dikarenakan pendekatannya yang secara *face to face* dan setara sehingga lebih manjur untuk membujuk para audiens untuk menjadi *adopter*, dan pola komunikasi dengan interpersonal ini akan membawa audiens ke kondisi yang “homfili” yaitu penuh dengan kesamaan baik umur, ras, bahasa, dsb. sehingga meningkatkan rasa kepekaan dan ingin ikut mengadopsi (Rogers, 2003). Modul “Tentang Kita” memang didesain sebagai sarana pelaksanaan sosialisasi program GenRe dengan metode yang sangat “remaja” dan sangat intim sehingga lebih mendorong remaja untuk terbuka dan paham akan hal-hal yang harus diperhatikan dalam masa remaja.

Dalam pelaksanaan sosialisasi program GenRe tentunya komunikator harus menyesuaikan komunikator. Dalam hal ini komunikator dari sosialisasi program GenRe pada umumnya adalah para *agent of change* milik BKKBN, baik Forum GenRe Provinsi ataupun Kabupaten/Kota, PIK-R, BKR, ataupun Saka Kencana. Dalam hal penyampaian dari PLKB maupun Forum GenRe menurut observasi dari peneliti sudah mengurangi tingkat kesulitan atau *complexity* dari materi sehingga materi TRIAD KRR sudah sangat mudah dipahami oleh masyarakat sekalipun yang sangat awam akan pengetahuan TRIAD KRR atau GenRe. Prinsip pengurangan kompleksitas ini sudah diajarkan kepada para *agent of change* di dalam workshop ataupun pelatihan yang diadakan oleh BKKBN sendiri sehingga para *agent of change* dan pemateri sudah fasih dan paham dalam mengenali audiens dan menyesuaikan bahasa dalam sosialisasi program GenRe terutama pada saat tatap muka.

Prinsip ini terus dipegang oleh para penyampai materi dari sosialisasi program GenRe karena memang setiap sosialisasi umumnya pasti dihadiri oleh orang yang baru pertama kali mendengar program GenRe. Dalam sosialisasi pun biasanya digunakan beberapa media permainan yang dinamakan sebagai “GenRe Kit” yang berisi jenis jenis permainan berupa celemek GenRe, Ular Tangga GenRe, Monopoli GenRe, dsb. Permainan ini berisikan kasus-kasus remaja yang diselipkan materi GenRe di dalamnya dan peserta diajak untuk berpikir kritis terhadap kasus yang mereka dapatkan. GenRe Kit sendiri digunakan secara nasional oleh seluruh pengelola dan penyampai program GenRe di dalam sosialisasi untuk mengurangi kompleksitas dalam pembahasan materi.

Usaha dari Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dan para *agent of changenya* di dalam pengurangan kompleksitas pesan di dalam penyampaian materi program GenRe sudah sesuai dan dibahas juga oleh Rogers dalam Teori DOI dimana salah satu karakteristik dari inovasi yang mempengaruhi keputusan adopsi dari masyarakat adalah *complexity*. *Complexity* adalah tingkat kesulitan atau derajatan kesukaran dari suatu inovasi untuk diaplikasikan dan dipahami kembali oleh para masyarakat, dimana semakin sulit inovasi akan semakin sedikit juga masyarakat yang memutuskan untuk mengadopsi inovasi tersebut (Effendy, 2003).

Dalam tahap pelaksanaan, Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur sesuai dengan konsep yang telah dipaparkan oleh Hafied Cangara dimana tahap pelaksanaan adalah tahap dimana terjadi pengorganisasian dari ide-ide dan komponen komunikasi yang ada setelah ditentukan di fase perencanaan sehingga tindakan berjalan rapih dan sesuai dengan yang telah diharapkan.

Tabel 3. Sintesis Hasil Penelitian; Tahap Pelaksanaan

TEORI	TEMUAN
Teori DOI	1. Implementasi “ <i>time</i> ” sebagai salah satu unsur dalam dalam pelaksanaan sosialisasi 2. Implementasi “ <i>interpersonal channels</i> ” dalam pelaksanaan sosialisasi program GenRe 3. Implementasi pengurangan “ <i>complexity</i> ” atau kesulitan dalam sosialisasi program GenRe untuk meningkatkan adopter dari program GenRe
Konsep Tahapan Strategi Komunikasi Milik Cangara	1. Pada tahap pelaksanaan ini Tim Kerja GenRe mempraktekkannya dengan sangat sesuai dimana pada tahap ini semua langkah dalam tahap pelaksanaan didasarkan pada fase penelitian dan perencanaan dan harus sesuai dengan TOR.

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

1.1.4. Evaluasi

Di dalam tahap ini Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur mempunyai dua macam evaluasi yaitu evaluasi formatif dan evaluasi sumatif:

1. Evaluasi Formatif

Dalam evaluasi formatif, Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur melaksanakan tahap evaluasi dengan rapat bulanan yang bernama “RADALGRAM” yaitu Rapat Pengendalian Program yang dilaksanakan dari tingkat kabupaten/kota, provinsi, sampai nasional yang membahas tentang evaluasi program-program yang telah dilaksanakan pada bulan lalu. Di RADALGRAM Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur akan mengundang seluruh pengelola program di BKKBN Provinsi Kaltim, Kepala OPD KB se-Kaltim, PLKB, dan seluruh Ketua IpeKB se-Kaltim. Pada setiap RADALGRAM, akan dibahas capaian-capaian dari sasaran atau target dari setiap program yang telah diberi oleh nasional kepada provinsi di setiap programnya apakah tercapai atau tidak. seluruh pencapaian dari setiap program yang dilaksanakan di satu bulan penuh akan dipaparkan di dalam RADALGRAM ini.

Dalam RADALGRAM ini akan dihadirkan semua unsur yang terlibat di dalam pelaksanaan program dari Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur. Termasuk PLKB yang menjadi unsur yang hadir di dalam RADALGRAM ini. Di dalam rapat evaluasi bulanan ini, PLKB selaku *agent of change* akan memberikan masukan yang mereka dapat dari aspirasi masyarakat dan biasanya mereka juga melakukan klarifikasi jika capaian yang mereka hasilkan tidak sesuai dengan target yang di berikan di awal. Namun sayang *agent of change* dari remaja seperti Forum GenRe Provinsi Kaltim ataupun Kabupaten/Kota tidak dihadirkan disini sehingga tidak ada masukan untuk program Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur yang berkaitan dengan remaja.

Hal ini sesuai dengan Teori DOI yang disampaikan oleh Rogers dimana di dalam (Cangara, 2020, p. 94) Rogers mengemukakan bahwa *agent of change* juga berfungsi sebagai alat pengoleksi pendapat atau aspirasi dari masyarakat yang mana ini sangat berguna untuk perbaikan dari suatu program(Cangara, 2020, p. 94). Namun, *agent of change* dari remaja seperti Forum GenRe Provinsi ataupun Kabupaten/Kota tidak diundang di dalam RADALGRAM ini.

Selain RADALGRAM evaluasi formatif yang kedua adalah pengisian monitoring Rencana Aksi Peningkatan Kinerja (RAPK), setiap satu bulan sekali untuk provinsi dan 3 bulan sekali untuk skala nasional. RAPK berisi tentang notulensi kegiatan, capaian kegiatan, hambatan-hambatan dan kendala saat kegiatan, sampai solusi yang diambil untuk menangani hambatan serta kenadala tersebut. Dalam RAPK juga tertera kesimpulan dan saran yang berisi apa saja kesalahan atau kekurangan pada saat pelaksanaan program sehingga dapat menjadi bahan referensi untuk kegiatan selanjutnya. Segala bahan evaluasi yang ada di RAPK akan dimasukkan ke dalam rapat persiapan kemudian jika disepakati akan dimasukkan kedalam TOR atau KAK kegiatan selanjutnya.

2. Evaluasi Sumatif

Evaluasi sumatif dilakukan untuk mengevaluasi berbagai program yang telah dilakukan selama setahun penuh yang menghasilkan saran-saran untuk program-program yang dilaksanakan pada tahun depan. Evaluasi Sumatif program Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dilakukan di RADALGRAM pada akhir tahun. Dalam RADALGRAM akhir tahun akan digabung juga sebagai rapat evaluasi akhir tahun. Alasan digabungnya

RADALGRAM akhir tahun sebagai rapat evaluasi akhir tahun karena pada pada RADALGRAM terakhir pada tahun ini sudah akan keluar data capaian program secara akumulasi dari 12 bulan pelaksanaan program sehingga sudah bisa dilaksanakan evaluasi secara sumatif.

Dalam pengevaluasian ada dua indikator yang diperhatikan yaitu capaian dari target yang telah ditentukan dan yang kedua adalah realisasi anggaran. Dua hal tersebut harus berjalan secara seimbang karena jika hanya target yang tercapai sedang realisasi anggaran tidak bagus maka realisasi program dinilai kurang bagus. Begitu juga ketika realisasi anggaran baik namun target yang ditentukan tidak tercapai juga akan dinilai kurang bagus. Oleh karena itu keduanya harus sama-sama berjalan baik dan seimbang sehingga dapat dikatakan suatu program berjalan dengan baik seperti yang dikatakan oleh Ria Artanti, SE selaku anggota Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur.

Di dalam evaluasi Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur juga mengukurnya dari penghargaan-penghargaan yang didapat oleh POKTAN-POKTAN (PIK-R dan BKR), Forum GenRe, dan Saka Kencana yang dinaungi oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur. Karena biasanya POKTAN-POKTAN (PIK-R, BKR), Forum GenRe, Duta GenRe, akan diberikan penghargaan oleh BKKBN RI terhadap kinerja-kinerjanya selama setahun penuh yang biasanya disebut sebagai Apresiasi Duta dan Ajang Kreativitas Generasi Berencana Tingkat Nasional atau yang biasa disingkat “ADUJAKNAS” yang rutin diadakan setiap setahun sekali oleh BKKBN RI dan Forum GenRe Nasional.

Kemudian evaluasi tentang keberhasilan program dari Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur adalah dengan audiens yang telah disasar dan di paparkan materi oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur atau Forum GenRe Provinsi Kalimantan Timur dapat menyampaikannya kembali ke teman-temannya yang lain kemudian mengisi aktivitas penyebarannya tersebut ke dalam *New Siga*. Ketika audiens menyebarkan materi yang didapat tetapi tidak mengisi aktivitas tersebut di *New Siga* maka capaian tidak akan terdata dan tidak bisa menambah capaian program tersebut secara sistem.

Hal – hal di atas sudah sesuai dengan konsep yang ditawarkan oleh Hafied Cangara dalam konsep tahapan strategi komunikasi terutama pada tahap evaluasi dimana pada tahap evaluasi akan diketahui bagaimana hasil final dari sebuah strategi atau program. Pada tahap ini akan *review* apakah sumber atau komunikator yang dipakai telah efektif, apakah media yang dipakai pada tahap pelaksanaan berjalan dengan efektif dan efisien, apakah komunikasi mendapatkan efek yang diharapkan oleh komunikator, apakah pesan yang disampaikan efektif dan efisien.

Tabel 4. Sintesis Hasil Penelitian; Tahap Evaluasi

TEORI	TEMUAN
Menurut Teori DOI <i>agent of change</i> akan membawa aspirasi masyarakat ke inovator	1. Dalam hal ini PLKB sebagai <i>agent of change</i> dari BKKBN mengikuti RADALGRAM untuk menyampaikan aspirasi yang mereka dapatkan dari masyarakat ke Perwakilan BKKBN Provinsi Kaltim
Konsep Tahapan Strategi Komunikasi Milik Cangara	1. Pada tahap evaluasi ini Tim Kerja GenRe mempraktekkannya dengan sangat sesuai dimana pada tahap ini akan dilakukan <i>review</i> dari segala elemen komunikasi yang telah ditentukan di tahap penelitian atau perencanaan dan hasilnya pun akan dipakai lagi untuk strategi kegiatan selanjutnya bahkan pada tahun depan.

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

1.1.5. Pelaporan

1. Pelaporan Tertulis

Dalam tahap pelaporan ini Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur mempunyai dua jenis yaitu yang tertulis secara manual dan web melalui “*New Siga*”. Dalam pelaksanaan dalam bentuk “kegiatan”, Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur akan menggunakan laporan secara tertulis misalnya laporan kegiatan, laporan bulanan, dan laporan tahunan. Selain itu Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur juga menyusun laporan lainnya contohnya adalah e-monev Bappenas yang di dalamnya tertulis realisasi anggaran, realisasi target capaian, upaya tindak lanjut, analisis penyebab keberhasilan atau kegagalan, rencana tindak lanjut, resiko pelaksanaan kegiatan, dsb. Kemudian selain itu ada juga laporan SPJ yang tertulis notulensi kegiatan, anggaran, kendala, dsb. Secara periode, Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur juga memiliki beberapa laporan yaitu laporan kegiatan, laporan bulanan, dan laporan tahunan.

2. Laporan Online

Dalam melaporkan Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur juga menggunakan web New Siga yang dapat melaporkan jumlah poktan, kegiatan poktan, dan data lainnya. Untuk New Siga dapat diisi secara bebas baik dari PKB, PLKB, OPD KB, Kader, dan sebagainya yang mana data yang terekam akan dilihat oleh BKKBN Pusat untuk memonitoring sejauh mana capaian target dari masing-masing provinsi di Indonesia.

Hal-hal di atas telah sesuai dengan konsep yang diungkapkan oleh Hafied Cangara dalam tahapan strategi komunikasi, terutama tahap pelaporan dimana tahap pelaporan adalah tahap paling akhir dalam kegiatan strategi komunikasi yang berfungsi untuk bahan referensi untuk membuat strategi komunikasi selanjutnya yang lebih inovatif, laporan juga dibuat untuk mengetahui berapa *budget* yang diperlukan untuk jenis strategi tertentu, mengetahui kekurangan dan kelebihan strategi yang dilaporkan tersebut, dan lain sebagainya.

Tabel 5. Sintesis Hasil Penelitian; Tahap Pelaporan

TEORI	TEMUAN
Konsep Tahapan Strategi Komunikasi Milik Cangara	1. Pada tahap pelaporan ini Tim Kerja GenRe mempraktekannya dengan sangat sesuai dimana pada tahap ini akan dilakukan pelaporan dengan dua versi yaitu online dan tertulis. Pada laporan tertulis terdapat berbagai jenis yang didalamnya bisa diketahui berapa budget, notulensi, evaluasi, hambatan, dsb.

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

SIMPULAN

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur menerapkan tahapan strategi komunikasi milik menurut Hafied Cangara yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan serta menerapkan Teori DOI di beberapa tahapannya. Penerapan dalam tahap-tahap strategi komunikasi yang dilakukan oleh Tim Kerja GenRe Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur memanfaatkan aspek atau unsur dari teori Difusi Inovasi milik Everett .M. Rogers. Ada PLKB, PKB, Kader BKR, PIK-R, dan Forum GenRe *agent of change*, serta KOL (*Key Oppinion Leader*).

DAFTAR PUSTAKA

Adnan, M. J., & Ratnasari, D. (2021). Strategi Komunikasi Sosialisasi Program Generasi Berencana BBKBN Di Kota Gorontalo. 4(1).

Anwar, A. (2018). PARADIGMA SOSIALISASI DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PENGEMBANGAN JIWA BERAGAMA ANAK. KOMUNIDA : MEDIA KOMUNIKASI DAN DAKWAH, 8(2), 155–167. <https://doi.org/10.35905/komunida.v8i2.631>

Cangara, H. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. PT Rajagrafindo Persada.

Cangara, H. (2020). Perencanaan & strategi komunikasi / Prof.H. Hafied Cangara, M. Sc., Ph.D (Revisi). Rajawali Pers.

Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi.

Hasanah, K., Indriani, V., & Ashrianto, P. D. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM KELUARGA BERENCANA PADA MASA PANDEMI DI KABUPATEN MAGELANG JAWA TENGAH. 22(2).

Hikmah, N., Sanjaya, F., Sos, S., & IKom, M. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN DALAM MEMPROMOSIKAN LAYANAN JASA ANTAR DI PT.CITRA VAN TITIPAN KILAT (TIKI) JAKARTA. 4, 12.

Jannah, M. (2017). REMAJA DAN TUGAS-TUGAS PERKEMBANGANNYA DALAM ISLAM. Psikoislamedia : Jurnal Psikologi, 1(1). <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i1.1493>

Juliane, C., Arman, A. A., Sastramihardja, H. S., & Supriana, I. (2017). DIGITAL TEACHING LEARNING FOR DIGITAL NATIVE; 3(2).

Karlina, L. (n.d.). FENOMENA TERJADINYA KENAKALAN REMAJA.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTARGRAM.

Mulyana, D. (2010). Metodologi penelitian kualitatif paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya. PT Remaja Rosdakarya.

Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). KAJIAN TENTANG EFEKTIVITAS PESAN DALAM KOMUNIKASI. 3(1), 6.

Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2021). JURNAL KOMUNIKASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS.

- Pyas, D. W., & Satlita, L. (2017). EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM GENERASI BERENCANA DALAM MENINGKATKAN KESEHATAN REPRODUKSI REMAJA DI KOTA YOGYAKARTA. *NATAPRAJA*, 5(1). <https://doi.org/10.21831/jnp.v5i1.18756>
- Rahmawati, D., Lumakto, G., & Danial Kesa, D. (2020). Generasi Digital Natives dalam Praktik Konsumsi Berita di Lingkungan Digital. *Communications*, 2(2), 74–98. <https://doi.org/10.21009/Communications.2.2.5>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). Metode penelitian komunikasi: Dilengkapi contoh analisis statistik dan penafsirannya (Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed). Free Press ; Collier Macmillan.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed). Free Press.
- Scriven, M. (1991). Prose and Cons about Goal-Free Evaluation. *Evaluation Practice*, 12(1), 55–62. <https://doi.org/10.1177/109821409101200108>
- Sudarman, A. (2019). Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 2(1), 35–54. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Syarif, J. (2017). SOSIALISASI NILAI-NILAI KULTURAL DALAM KELUARGA Studi Perbandingan Sosial-Budaya Bangsa-Bangsa. *Sabda : Jurnal Kajian Kebudayaan*, 7(1). <https://doi.org/10.14710/sabda.v7i1.13256>
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.22146/jgs.40424>
- Wijaya, I. S. (2015). PERENCANAAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KEGIATAN PEMBANGUNAN. 1, 9.

Sumber Internet:

- Finaka, A. W. (2022). Mayoritas Pemuda di Indonesia Menikah Muda | Indonesia Baik. <https://indonesiabaik.id/infografis/mayoritas-pemuda-di-indonesia-menikah-muda>
- Harsono, F. H. (2020, February 17). BKKBN Kembangkan GenRe untuk Cegah Pernikahan Dini. *liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/health/read/4180633/bkkbn-kembangkan-genre-untuk-cegah-pernikahan-dini>
- KEMENKO PMK. (2022, January 6). Pemerintah Fokus Cegah Perilaku Seksual Berisiko di Kalangan Pemuda | Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. <https://www.kemenkopmk.go.id/pemerintah-fokus-cegah-perilaku-seksual-berisiko-di-kalangan-pemuda>
- Noviyanti, S. (2020, August 14). Nikah di Usia Remaja, Awas Risiko Anak Stunting Halaman all. *KOMPAS.com*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/08/14/134430620/nikah-di-usia-remaja-awas-risiko-anak-stunting>
- Novrizaldi. (2020, August 13). Remaja Penentu Keberhasilan Bonus Demografi | Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. <https://www.kemenkopmk.go.id/remaja-penentu-keberhasilan-bonus-demografi>
- Prawira, A. E. (2019, December 17). Hasto Wardoyo: Menuju Indonesia Maju, Masyarakatnya Harus Berkualitas. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/health/read/4136183/hasto-wardoyo-menuju-indonesia-maju-masyarakatnya-harus-berkualitas>
- Rohmah, K. (n.d.). Pemprov Kaltim Komitmen Tekan Angka Pernikahan Usia Anak—Diskominfo Prov. Kaltim. Retrieved May 4, 2023, from <https://diskominfo.kaltimprov.go.id/berita/pemprov-kaltim-komitmen-tekan-angka-pernikahan-usia-anak>

Dokumen-dokumen:

- BKKBN. (2021). *Modul Tentang Kita. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional*.
- PUSLIDATIN BNN. (2022). *Indonesia Drugs Report 2022* (2022).
- Direktorat Keluarga, Perempuan, Anak, Pemuda dan Olahraga Kementerian PPN/Bappenas. (2021). *Indeks Pembangunan Pemuda 2021*.