

STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM KELUARGA BERENCANA PADA MASA PANDEMI DI KABUPATEN MAGELANG JAWA TENGAH

COMMUNICATION STRATEGY OF FAMILY PLANNING PROGRAM DURING THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD IN MAGELANG REGENCY, CENTRAL JAVA

Khuswatun Hasanah¹, Vivi Indriani², Panji Dwi Ashrianto³

^{1,3}Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

²Penyuluh KB Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang

Jalan Tambakbayan No. 2 Janti, Sleman, DI Yogyakarta (55281)

khuswatun@upnyk.ac.id

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic, the family planning (KB) participation rate has declined and the number of pregnancies has risen in Magelang Regency, Central Java. This is due to the ceased routine family planning (FP) counseling, budget reallocation, and the shift to online counseling. This study aims to examine the communication strategies carried out by the Magelang Regency Social Affairs, Population Control and Family Planning, Women Empowerment and Child Protection Office (Dinsos PPKB PPPA Kabupaten Magelang) in conducting counseling during the pandemic period to prevent 'baby boom'. The research was conducted from March to June 2020 using a descriptive qualitative approach. Data was collected through interviews and analyzing the Instagram content of @ipekbmagelang and @ipekbjawatengah, data on Regency/City FP Program Field Control services and data on active FP participation in Magelang Regency. The results showed that Magelang Regency carried out the message planning process through message logic, namely expressive logic, conventional logic, and rhetorical logic. Not only is the message designed in a flexible, open, reactive, and precise manner, new media has also been used as an alternative method in family planning counseling to support the communication effort.

Keywords: Family Planning, COVID-19, Baby Boom, Message Planning

ABSTRAK

Penurunan angka kesertaan Keluarga Berencana (KB) dan meningkatnya angka kehamilan pada masa pandemi Covid-19 terjadi di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Hal ini disebabkan oleh berkurangnya frekuensi penyuluhan, adanya *refocusing* anggaran, dan peralihan model penyuluhan KB menjadi daring. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bidang KB Dinas Sosial Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Dinsos PPKB PPPA) Kabupaten Magelang dalam melakukan penyuluhan pada masa pandemi untuk mencegah terjadinya ledakan kelahiran. Penelitian dilakukan pada bulan Maret hingga Juni 2020 dengan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara serta analisis konten Instagram @ipekbmagelang dan @ipekbjawatengah, data pelayanan Pengendalian Lapangan Program KB Kabupaten/Kota serta data pembinaan kesertaan KB aktif Kabupaten Magelang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinsos PPKB PPPA Kabupaten Magelang menggunakan tiga logika pesan, yakni logika ekspresif, konvensional, dan retorik dalam menyusun pesan komunikasinya. Tidak hanya merancang pesan secara fleksibel, terbuka, reaktif, dan tepat, Dinsos PPKB PPPA Kabupaten Magelang juga memanfaatkan media baru sebagai metode alternatif penyuluhan KB untuk mendukung upaya komunikasi yang dilakukan.

Kata Kunci: Keluarga Berencana, COVID-19, Angka Kelahiran Baru, Perencanaan Pesan

PENDAHULUAN

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) memprediksi adanya peningkatan angka kehamilan tidak direncanakan yang berujung pada kenaikan angka kelahiran hingga 15% pada tahun 2021 (Pranita, 2020). Ledakan kelahiran baru yang tidak diimbangi dengan stabilitas ekonomi nasional tidak hanya memunculkan banyak keluarga miskin baru, tetapi juga menghalangi anak-anak untuk mendapatkan kelayakan 1.000 hari pertama kelahiran, yang akan meningkatkan risiko terjadinya bayi kerdil atau *stunting* (Litha, 2020).

Persoalan kesejahteraan keluarga bukanlah satu-satunya masalah yang dikhawatirkan dengan adanya ledakan kelahiran baru di tengah ketidakstabilan ekonomi. Masalah kesehatan juga menjadi pertimbangan lain mengapa pemerintah perlu menjaga stabilitas jumlah penduduk dan angka kelahiran baru (*baby boom*), khususnya pada masa pandemi. Sebuah kalimat “Negatif Covid-19, Positif Hamil” menjadi gurauan masyarakat yang akhirnya berkembang menjadi fakta pada masa awal pandemi, yang diikuti dengan adanya kebijakan sistem bekerja dari rumah atau *Work from Home* (WFH).

BKKBN memprediksi bahwa sistem WFH telah berkontribusi meningkatkan angka kehamilan nasional hingga 10% atau ekuivalen dengan kelahiran 420 ribu bayi pada tahun 2021. Kepala BKKBN, dr. Hasto Wardoyo, Sp.OG (K) juga menyebutkan bahwa terdapat penurunan jumlah peserta KB pada bulan Maret 2020 (masa awal Indonesia dinyatakan mengalami pandemi Covid-19), dibandingkan dengan jumlah kesertaan KB pada bulan Februari 2020. Penggunaan *intrauterine device* (IUD) misalnya, turun sebanyak 35%, implan turun sebanyak 36,4%, suntik KB turun 35%, penggunaan pil KB turun 41,6%, penggunaan

kondom turun 37,8%, Metode Operasi Pria (MOP) turun 47,6%, dan Metode Operasi Wanita (MOW) turun 40,3% dalam jangka waktu sebulan (BKKBN, 2020).

Senada dengan penurunan kesertaan KB secara nasional, Kabupaten Magelang turut mengalami penurunan prevalensi kesertaan KB, yakni dari 75,64% pada Maret 2020 menjadi 75,51% pada April 2020. Penurunan prevalensi kesertaan KB juga turut berdampak pada meningkatnya jumlah perempuan hamil. Di Kabupaten Magelang, 3 dari 21 kecamatan mengalami peningkatan angka kehamilan yang signifikan sejak Mei 2020. Daerah tersebut meliputi Kecamatan Dukun (kenaikan 132%), Ngluwar (47%), dan Mertoyudan (34%) (Ibnu, 2020). Penurunan kesertaan KB di Kabupaten Magelang setidaknya disebabkan tiga faktor, yaitu berkurangnya frekuensi penyuluhan, sulitnya mengakses layanan kesehatan non-Covid-19, dan peningkatan jumlah Pasangan Usia Subur (PUS) selama masa pandemi.

Penurunan kesertaan KB juga terjadi di negara lain, misalnya saja di India. Vora, Saiyed, dan Natesan (2020) menyebutkan bahwa India mengalami penurunan kesertaan KB pada masa awal pandemi Covid-19 sehingga pemerintah dan sistem kesehatan perlu meresponsnya dengan cepat. Ada beberapa media penyuluhan program KB yang digunakan di India untuk mendukung *social distancing* saat pandemi Covid-19, yakni teknologi komunikasi *telemedicine*, pertemuan virtual, hingga keterlibatan sektor swasta, termasuk organisasi profit dan nonprofit yang turut serta menyediakan layanan alternatif KB lainnya (Vora, Saiyed, dan Natesan, 2020). Riley, Sully, Ahmed, dan Biddlecom (2020) dalam kajiannya menyebutkan sejarah pandemi Ebola sempat membuat layanan kesehatan seksual dan reproduksi di Afrika Barat mengalami penurunan kualitas dan kuantitas.

Gangguan layanan dan ketakutan perempuan mencari perawatan kesehatan reproduksi dan kontrasepsi selama pandemi berkontribusi terhadap penurunan tajam penggunaan kontrasepsi dan adanya kunjungan penyuluhan KB di Guinea, Liberia, dan Sierra Leone (Bietsch, Williamson, dan Reeves, 2020). WHO menyebutkan, dampak pandemi terhadap kesehatan reproduksi seringkali tidak disadari. Hal ini terjadi lantaran dampaknya bukan merupakan akibat langsung dari infeksi pandemi, melainkan dampak tidak langsung yang diakibatkan oleh terganggunya sistem perawatan kesehatan serta banyaknya pengalihan sumber daya ke pandemi itu sendiri (WHO, 2020).

Riley, Sully, Ahmed, dan Biddlecom (2020) menyebutkan pentingnya model komunikasi perlindungan yang inovatif dengan menggunakan media alternatif *telehealth* selama pandemi untuk mencegah terjadinya penurunan kesertaan KB secara terus-menerus. Ferreira dan Souza (2021) menyebutkan bahwa *telehealth* merupakan salah satu media alternatif yang kian banyak digunakan sebagai sarana komunikasi antara pasien dengan tenaga kesehatan, khususnya selama pandemi, karena dapat dijalankan dengan metode sinkron dan asinkron. Metode *telehealth* secara sinkron dilakukan melalui siaran langsung yang menayangkan komunikasi antara penyedia layanan kesehatan dan pasien. Sementara itu, metode asinkron memungkinkan komunikasi tanpa tatap muka dengan memanfaatkan penyimpanan informasi pasien untuk ditinjau oleh tenaga kesehatan.

Di Indonesia, selama masa pandemi tidak ada penghentian aktivitas penyuluhan program KB, meskipun secara nasional telah terjadi penyesuaian alokasi anggaran dalam skema *refocusing* untuk penanganan Covid-19 sebesar 408,6 Miliar (BKKBN, 2020). Justru

sebaliknya, aktivitas tersebut kian digencarkan dalam beberapa bentuk. Tujuan dari penyuluhan KB pada masa pandemi adalah menekan angka kehamilan (*baby boom*) yang tidak diinginkan oleh penduduk/Pasangan Usia Subur (PUS), meningkatkan penggunaan alat kontrasepsi, menyampaikan informasi kepada akseptor yang telah telanjur hamil pada masa pandemi Covid-19 agar memperhatikan kondisi kesehatannya, serta memberikan penjelasan kepada masyarakat prasejahtera untuk menjaga ketahanan keluarga pada masa pandemi Covid-19 (BKKBN, 2020) .

BKKBN mengeluarkan Surat Edaran No. 8 Tahun 2020 tentang Pembinaan Kesertaan KB pada Situasi Covid-19. Dalam aturan tersebut, BKKBN mengeluarkan lima strategi utama untuk menjawab tantangan layanan KB pada masa pandemi. Strategi tersebut mencakup himbuan kepada petugas terkait untuk melakukan pembinaan kesertaan KB dengan memanfaatkan beragam media daring dan memastikan ketersediaan alat dan obat kontrasepsi (alokon) hingga tingkat faskes. Selain itu, penyuluh KB/PLKB diharuskan melakukan analisis PUS dan melaporkannya dalam R/1/PUS sebagai bekal melakukan penyuluhan minim kontak dengan akseptor dan calon akseptor KB. Dalam melakukan pembinaan kesertaan KB atau sosialisasi mengenai KB selama masa pandemi, BKKBN menggunakan media sosial, baik melalui akun Youtube BKKBN Official dalam bentuk *webinar live streaming* maupun melalui akun Instagram @bkkbnoofficial. Hal ini kemudian diikuti oleh satuan kerja di tingkat daerah yang turut mengimplementasikan promosi KB melalui media baru Instagram.

Strategi komunikasi melalui perencanaan pesan yang baik sangat diperlukan untuk mencapai tujuan yang direncanakan. O'Keefe (1988) menyebutkan bahwa sebuah

strategi komunikasi yang baik harus memiliki beberapa unsur logika pesan. Unsur-unsur tersebut mencakup logika ekspresif, logika konvensional, dan logika retorik. Logika desain ekspresif mengartikan komunikasi sebagai keterusterangan proses organisasi pikiran serta perasaan sehingga bersifat terbuka dan reaktif, sedangkan logika desain konvensional memandang interaksi sebagai permainan kooperatif yang dilakukan sesuai kesepakatan dan prosedur tertentu sehingga pesan cenderung dibangun secara sopan dan tepat sasaran. Sementara itu, logika desain retorik menyebutkan bahwa komunikasi dilakukan untuk menetapkan situasi yang akan memfasilitasi pertemuan dan tujuan yang dihadapi sehingga pesan yang disusun bersifat fleksibel, terpusat, dan sarat informasi (Littlejohn dan Foss, 2008).

Selain perencanaan pesan yang baik, pemilihan media yang tepat juga merupakan strategi komunikasi yang penting untuk mencegah *baby boom*. Dengan demikian, tujuan menekan jumlah kehamilan dan penurunan prevalensi penggunaan alat kontrasepsi dapat tercapai sesuai target BKKBN. Selain itu, upaya membangun kesadaran juga diperlukan melalui konstruksi sosial yang dibentuk melalui pesan. Dalam hal ini, pesan perlu dirancang sedemikian rupa oleh Dinas Sosial Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana, Perlindungan, Pemberdayaan Perempuan dan Anak (KB PPKB PPPA) kepada calon akseptor dan akseptor KB. Penerimaan pesan yang baik akan mendukung terwujudnya pengendalian penduduk pada masa pandemi Covid-19.

Roberto, Kasnawi, dan Unde (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan pentingnya mengenal khalayak, menyusun pesan, dan memilih saluran komunikasi dalam melakukan penyuluhan program KB.

Kemampuan masyarakat dalam memahami dan menerima informasi mengenai KB perlu disesuaikan dengan ragam khalayaknya. Roberto, Kasnawi, dan Unde (2016) juga mengungkapkan bahwa penolakan program KB banyak disebabkan oleh minimnya pemahaman dan kekeliruan persepsi. Penelitian ini merekomendasikan perlunya peningkatan kuantitas dan kualitas sosialisasi, termasuk penggunaan media yang strategis dan lebih beragam.

Hal yang menarik untuk ditelaah lebih jauh dalam penelitian ini adalah strategi perencanaan pesan dari penyuluh KB dan petugas KB lainnya di lapangan untuk menyampaikan pesan di tengah keterbatasan pada masa pandemi. Jika sebelumnya pesan selalu disampaikan melalui tatap muka, maka kini penyuluh KB dan petugas KB lainnya perlu memikirkan alternatif cara lain. Dengan demikian, Dinas Sosial Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana, Perlindungan, Pemberdayaan Perempuan dan Anak (Dinsos PPKB PPPA) Kabupaten Magelang memiliki dua tugas sekaligus dalam waktu bersamaan. Dua tugas tersebut adalah merencanakan pesan dan menentukan media dengan baik serta memastikan peningkatan kesertaan KB untuk mencegah terjadinya *baby boom* yang akan memicu kesenjangan kesejahteraan usai masa pandemi Covid-19 berakhir.

Untuk melengkapi penelitian terdahulu mengenai strategi komunikasi dalam melakukan penyuluhan KB, penelitian ini menjadi penting dilakukan sebab pada masa awal pandemi Covid-19 terjadi penurunan frekuensi penyuluhan KB dan peningkatan angka kehamilan. Dengan demikian, perlu dirumuskan strategi komunikasi yang efektif sehingga jumlah penduduk tetap terkendali, terutama pascapandemi.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dirancang Bidang KB PPKB PPPA Dinsos Kabupaten Magelang kepada akseptor KB dengan tujuan untuk mencegah ledakan penduduk usai pandemi Covid-19. Tujuan penelitian ini adalah mengkaji strategi komunikasi yang dilakukan oleh bidang KB PPKB PPA Dinsos Kabupaten Magelang dalam melakukan penyuluhan pada masa pandemi untuk mencegah terjadinya ledakan kelahiran usai pandemi.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam dilakukan dengan tiga orang informan, yakni Kepala Bidang KB Dinsos PPKB PPPA Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah dan dua orang penyuluh KB di Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Pemilihan informan tersebut didasarkan pada keterlibatan yang bersangkutan dalam merancang strategi komunikasi untuk menyukseskan program KB pada masa pandemi Covid-19. Pengumpulan data ini ditunjang dengan data sekunder berupa analisis data statistik pengendalian penduduk dan KB, analisis konten media sosial Instagram @ipekbjawatengah dan @ipekbkabmagelang, serta beberapa materi publikasi pada situs resmi BKKBN.

Baik data primer maupun data sekunder yang terkumpul kemudian dianalisis melalui reduksi data, analisis data, interpretasi, dan triangulasi data melalui hasil wawancara (Miles dan Huberman, 2014). Teknik analisis data tersebut digunakan untuk melihat secara komprehensif proses dan strategi komunikasi yang berlangsung untuk mempersuasi

masyarakat, atau dalam hal ini akseptor. Tujuannya adalah untuk memahami pentingnya penggunaan alat kontrasepsi agar terhindar dari kehamilan yang tidak diinginkan pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret hingga Mei 2020, yang merupakan masa Work from Home (WFH) bagi penyuluh KB yang aktivitas programnya dijadikan objek penelitian. Data pada periode tersebut digunakan karena menunjukkan terjadinya peningkatan angka kehamilan di Kabupaten Magelang, terutama pada tiga kecamatan. Data sekunder yang digunakan adalah data pasangan usia subur (PUS) yang menjadi peserta aktif KB dan hamil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi melalui Media Baru bagi Akseptor

Setelah mengalami penurunan drastis jumlah kegiatan penyuluhan pada masa pandemi (Gambar 2), Kabid KB PPKB PPA Dinsos Kabupaten Magelang mulai mengalihkan kegiatan penyuluhan secara tatap muka ke media baru. Media baru dalam konteks media komunikasi alternatif dalam penyuluhan KB diartikan sebagai perangkat teknologi komunikasi yang memiliki sejumlah karakteristik, yakni baru, terdigitalisasi, dan mendukung penggunaan pribadi (McQuail, 2010).

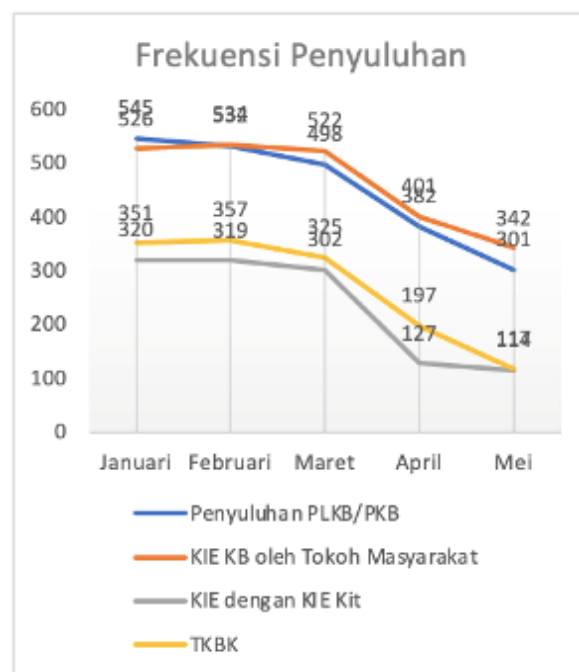
McQuail mengidentifikasi lima kategori utama media baru berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteksnya. Pertama, media komunikasi antarpribadi berupa telepon dan surat elektronik, yang lebih mengutamakan kekuatan hubungan dibandingkan informasi yang disampaikan. Kedua, media permainan interaktif yang berbasis komputer dan *video game*, yang mengutamakan kepuasan proses dan penggunaan. Ketiga, media pencarian informasi, misalnya internet, yang dianggap

sebagai sumber data teraktual yang mudah diakses. Keempat, media partisipasi kolektif berbasis internet dalam berbagi atau bertukar informasi, gagasan, pengalaman, serta intensitas hubungan pribadi. Media ini merupakan situs jejaring sosial yang diperantarai internet dan komputer. Kelima, substitusi media penyiaran, yakni penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang sebelumnya pernah disiarkan atau disebarakan dengan metode lain yang serupa (McQuail, 2010).

Dengan demikian, media baru yang banyak digunakan dalam kegiatan penyuluhan program KB selama awal pandemi di Kabupaten Magelang adalah media partisipasi kolektif berupa media sosial Instagram yang berbasis unggahan informasi visual atau audiovisual serta media sosial obrolan berbasis teks, yakni grup WhatsApp. Selain itu, jenis media baru lain yang turut digunakan ialah substitusi media penyiaran berupa pemutaran kembali siaran video berisi informasi seputar program KB selama pandemi (yang sebelumnya pernah diputar secara *live* sebagai *webinar*) pada media Youtube.

Dinsos PPKB PPPA Kabupaten Magelang melakukan berbagai strategi komunikasi melalui sejumlah media promosi dan pendidikan kesehatan mengenai KB, terutama kontrasepsi bagi masyarakat pada masa pandemi Covid-19, seperti Instagram @ipekbmagelang, @ipekbjawatengah, dan @bkkbnofficial, grup WhatsApp yang berisi penyuluh KB dan kader kesehatan, serta memanfaatkan media audiovisual Youtube BKKBN masing-masing kecamatan. Strategi komunikasi melalui media baru tersebut penting sebab diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat atau akseptor dalam mengakses kontrasepsi sehingga meningkatkan otonomi reproduksi bagi wanita, mengurangi

kehamilan tidak direncanakan, dan memengaruhi kehidupan, kesehatan, pemberdayaan, dan kesejahteraan wanita dan keluarga, terutama pada saat stres dan kesulitan seperti pada masa pandemi (Nanda *et al.*, 2020). Dalam upayanya mencegah terjadinya *baby boom* usai masa pandemi Covid-19, Kabupaten Magelang mempraktikkan strategi komunikasi yang memanfaatkan media luar ruang untuk mempromosikan program-program KB.



Gambar 2. Grafik Tren Frekuensi Penyuluhan KB Januari-Mei 2020

Sumber: Data Evaluasi Hasil Pelayanan KB Tahun 2020 Kabupaten Magelang, 2020

Strategi komunikasi dalam menyosialisasikan sebuah program meliputi tiga unsur penting untuk menghasilkan pesan yang tersampaikan secara efektif. Ketiga unsur tersebut adalah daya tarik dan kredibilitas komunikator, karakteristik pesan, dan pemilihan media untuk digunakan dalam sosialisasi program (Roberto, Kasnawi, dan Unde, 2016). Kabupaten Magelang menyusun pesan sedemikian rupa mengenai perencanaan KB, khususnya pada masa pandemi Covid-19,

agar akseptor atau masyarakat tetap melanjutkan kesertaan KB-nya dengan tetap menggunakan kontrasepsi. Tidak hanya itu, pesan-pesan yang disampaikan melalui akun-akun Instagram @ipekbjawatengah dan @ipekbmagelang turut memberikan edukasi kepada akseptor atau masyarakat untuk tetap menjaga ketahanan dan kesejahteraan keluarga pada masa pandemi. Penyuluhan mengenai ketahanan keluarga disampaikan melalui fitur *live* Instagram yang memungkinkan penyuluh KB melakukan komunikasi dua arah dengan akseptor melalui tanya jawab secara daring.



Gambar 3. Penggunaan Media Instagram dalam Penyuluhan KB

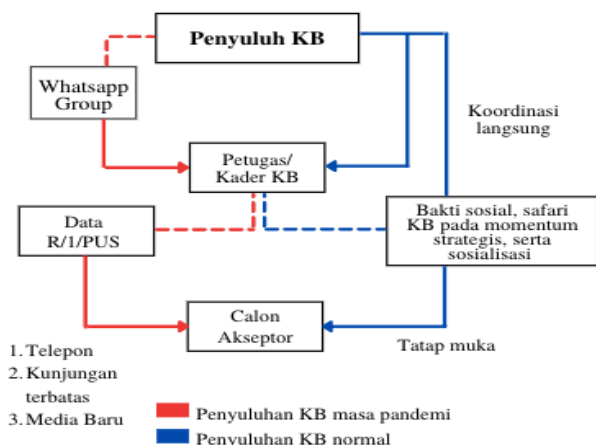
Sumber: Instagram @ipekbjawatengah. 2020

Pesan yang disampaikan melalui Instagram berisi ajakan untuk bersama-sama mewujudkan pengendalian penduduk dan menjaga ketahanan keluarga pada masa pandemi. Media tersebut dikatakan efektif, terutama bagi akseptor yang termasuk dalam golongan Pasangan Usia Subur (PUS) dan pasangan baru menikah. Melalui pesan untuk tetap menggunakan alat kontrasepsi semasa pandemi, diharapkan PUS dan pasangan baru menikah dapat membantu mencegah terjadinya *baby boom* pascapandemi. Selain itu, pesan mengenai upaya ketahanan keluarga pada masa pandemi juga diharapkan dapat membuat masyarakat tergugah untuk meningkatkan kualitas keluarga.

Sementara itu, untuk menyampaikan pesan mengenai penggunaan alat kontrasepsi dan hal-hal terkait kontrasepsi (misalnya cara berganti kontrasepsi, pengguna baru, dan koordinasi jadwal kontrol ke fasilitas layanan kesehatan) yang biasa disampaikan kepada akseptor KB selama masa pandemi, dilakukan secara daring melalui foto dan video materi penyuluhan yang dikirimkan ke grup WhatsApp serta akun Youtube. Satu hingga empat orang Penyuluh KB atau PLKB di Kabupaten Magelang rata-rata membawahi empat kecamatan. Penyuluh KB tersebut saling berkoordinasi dengan 50 hingga 70 kader yang ditunjuk di masing-masing kecamatan melalui grup WhatsApp yang telah dibuat sebelum masa pandemi. Kader-kader tersebut juga bertugas sebagai kader Posyandu, kader PKK, kader TBC, dan dasawisma sehingga memudahkan pergerakan dalam menghubungi atau mencari alamat calon akseptor KB yang dituju.

Setelah itu, kader kemudian mengunjungi calon akseptor dan akseptor KB yang habis masa pakai KB-nya satu persatu sesuai data pasangan usia subur (R/1/PUS)

untuk memberikan penyuluhan kontrasepsi. Koordinasi melalui media komunikasi grup WhatsApp yang menggantikan pertemuan tatap muka atau safari KB dianggap perlu untuk memastikan akseptor tetap menggunakan alat kontrasepsi dan memonitor ketersediaan alat kontrasepsi di masing-masing wilayah kerja Penyuluh KB. Pemanfaatan data R/1/PUS yang berisikan data PUS yang perlu mengikuti program KB telah menjadi pertimbangan PPKB PPA Dinsos KB untuk meminimalisasi terjadinya kerumunan pada masa pandemi.



Gambar 4. Model Penyuluhan KB pada Masa Normal dan Awal Pandemi
 Sumber: diolah (2021)

Pada masa pandemi, setelah melakukan penjarangan data PUS melalui data R/1/PUS maka idealnya penyuluh KB mendatangi satu per satu akseptor yang tercatat. Namun, saat ini jumlah penyuluh KB di Kabupaten Magelang terbatas, yakni hanya terdapat 54 penyuluh KB. Untuk tiap kecamatan, terdapat satu hingga maksimal empat orang penyuluh. Hal ini membuat penyuluh tidak dapat bekerja sendiri dan perlu bekerja sama dengan mitra-mitra di desa dan subdesa serta kelompok-kelompok terkait. Pada masa pandemi, akseptor yang perlu memperpanjang metode kontrasepsinya akan dihubungi oleh petugas lapangan melalui telepon atau media sosial

lainnya. Namun, jika akseptor tak kunjung dapat dihubungi, petugas lapangan atau kader akan mengunjungi akseptor secara langsung. Hal ini sangat perlu agar akseptor tetap terlindungi (misalnya melindungi pengguna IUD agar tidak *drop out* (DO) atau melewati masa pergantian alat kontrasepsi IUD).



Gambar 5. Aplikasi Informasi KB Kontrasepsi pada Android
 Sumber: aplikasi KLOP (2020)

Kendati kegiatan penyuluhan beralih menggunakan media obrolan daring (WhatsApp) bagi calon akseptor dan akseptor, hal tersebut tidak lantas berjalan tanpa hambatan. Menurut Kepala Dinas Sosial Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana, Perlindungan, Pemberdayaan Perempuan dan Anak (KB PPKB PPPA) Kabupaten Magelang, terkadang penyuluhan yang dilakukan melalui WhatsApp atau telepon dan dilaporkan oleh penyuluh KB dalam pendataan merupakan pembicaraan yang tidak berkaitan dengan KB. Akibatnya, informasi mengenai KB tidak tersampaikan secara optimal. Oleh karena itu, penyuluh maupun akseptor perlu memanfaatkan banyak media untuk melengkapi informasi mengenai KB, terutama terkait perencanaan kehamilan

guna mencegah ledakan angka kelahiran usai masa pandemi.

Terdapat satu lagi media alternatif yang dapat dimanfaatkan guna memaksimalkan penyampaian informasi mengenai KB pada masa pandemi yakni Aplikasi “KLOP” besutan Kementerian Kesehatan RI (Gambar 5). Namun, aplikasi tersebut belum secara maksimal digunakan oleh Dinsos PPKB PPPA Kabupaten Magelang dikarenakan sejumlah kendala, terutama ketersediaan dan kemampuan pemanfaatan teknologi oleh petugas kesehatan, penyuluh KB, kader, dan juga akseptor. Padahal, bagi penyuluh KB, penggunaan aplikasi KLOP dapat digunakan sebagai materi penyuluhan. Sementara itu, bagi petugas kesehatan, penggunaan fitur *roda* pada aplikasi KLOP dapat digunakan untuk melakukan penapisan kondisi medis akseptor baru yang akan menggunakan AKDR, implan, suntik, dan pil sebagai metode kontrasepsinya (Kemenkes RI, 2020).

Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan media dilakukan dengan menggunakan bahasa yang ringan dan terpusat melalui Instagram @ipekbjawatengah dan @ipekbmagelang, dengan mengolah beberapa pesan yang terpusat oleh @bkkbnoofficial, khususnya informasi mengenai penggunaan kontrasepsi dan kesejahteraan keluarga pada masa pandemi (logika retorik). Perencanaan pesan juga dilakukan dengan memanfaatkan media baru (*new media*) berupa pesan digital, interaktivitas, *hypertextual*, dispersal (distribusi produksi dan pesan dalam media digital untuk melibatkan keaktifan individu), dan virtual (Lister *et al.*, 2009). Perencanaan pesan dilakukan melalui penggunaan media alternatif digital yang memberikan kemudahan akses virtual dari satu informasi ke informasi lainnya yang saling terkoneksi. Bentuknya adalah *link* antara Instagram BKKBN pusat

dengan BKKBN daerah dan interaktivitas (misalnya, seminar virtual melalui *live* Instagram dan komunikasi dua arah pada grup WhatsApp) untuk memaksimalkan pertukaran informasi dari penyuluh kepada kader hingga akseptor. Aplikasi seperti Instagram, grup WhatsApp, telepon, dan aplikasi KLOP sebenarnya sangat dianjurkan sebagai media alternatif sesuai dengan temuan di artikel bertajuk “Contraception in the Era of COVID-19” bahwa penggunaan *telehealth* sebagai sarana konseling dan *screening* efektif untuk mendongkrak kembali penggunaan kontrasepsi (Nanda *et al.*, 2020).

Pesan Komunikasi KB terhadap Pasangan Usia Subur Saat Pandemi

Meskipun angka PUS ber-KB terhadap PUS total di Kabupaten Magelang mengalami penurunan, penyuluhan KB terus dilaksanakan selama masa pandemi melalui media-media tersebut. Penyuluhan KB dilakukan melalui penelusuran data R1/PUS yang belum ber-KB, yang datanya terbagi menjadi PUS hamil, ingin anak segera (IAS), ingin anak ditunda (IAT), dan tidak ingin anak lagi (TIAL).

Bagi PUS dengan kategori ingin anak segera (misalnya, pasangan yang baru menikah), penyuluh KB dan kader tidak memaksa untuk menggunakan metode kontrasepsi pada masa pandemi. Komunikasi yang dilakukan meliputi penyuluhan dengan materi persiapan kelahiran, pemenuhan gizi ibu dan calon bayi, dan pentingnya kontrol rutin ke bidan selama kehamilan untuk menghindari risiko kehamilan. Kendati tidak menyarankan penggunaan kontrasepsi pada masa penantian kehamilan, penyuluh KB atau kader yang bertugas tetap melakukan persuasi kepada PUS untuk menggunakan metode kontrasepsi dalam perencanaan kehamilan berikutnya pascakelahiran.

Bagi PUS, apalagi yang baru menikah, informasi terkait kelebihan dan kekurangan dari setiap metode kontrasepsi menjadi penting. Bagi penyuluh, untuk bisa mewujudkan pengendalian jumlah penduduk usai pandemi, edukasi kontrasepsi dalam bentuk ajakan dan konseling menjadi sangat penting. Baik pada masa pandemi maupun sebelum pandemi, penyuluh KB bertugas menjalankan edukasi dan promosi secara objektif dan berimbang kepada akseptor dalam memilih alat atau metode kontrasepsi. Penyuluh tidak diperbolehkan hanya mempromosikan 1 atau 2 metode penyuluhan sebab tujuan penyuluh bukanlah untuk menjual produk kontrasepsi melainkan mengedukasi akseptor secara komprehensif dalam rangka mencapai tujuan pengendalian penduduk. Tugas penyuluh KB menjadi lebih kompleks, tidak hanya sebatas memberikan KIE, advokasi, dan motivasi. Akan tetapi, tugasnya juga mencakup meyakinkan akseptor tentang pentingnya kontrasepsi dan menjaga ketahanan keluarga untuk mencegah ledakan penduduk dan buruknya kesejahteraan keluarga pada masa pandemi.

Unsur-Unsur Pesan

Pada kegiatan komunikasi alternatif ini, perencanaan pesan dilakukan dengan memenuhi tiga unsur logika pesan, yakni logika ekspresif, retorik, dan konvensional, yang seluruhnya menggunakan media baru (*new media*) sebagai media penyampaian pesan. Menurut O'Keefe dalam Littlejohn dan Foss (2008), logika retorik memandang komunikasi sebagai cara mengubah aturan lewat negosiasi. Dalam studi ini, penggunaan media baru sangat mendominasi perencanaan pesan. Isi pesan disampaikan pada media sosial Instagram @ipekbjawa Tengah dan @ipekbmagelang dengan mengolah beberapa pesan yang bersumber dari pusat informasi mengenai KB,

yakni akun media sosial Instagram @bkkbnofficial.



Gambar 6. Unggahan Instagram @ipekbmagelang 19 April 2020
Sumber: Instagram @ipekbmagelang. 2020

Isi pesan dirancang dengan bahasa yang ringan sebagaimana terlihat pada *caption* Instagram, sarat informasi (menginformasikan mengenai cara menjaga kehamilan yang telanjur terjadi pada masa pandemi, sekaligus cara menunda kehamilan selama pandemi) (Gambar 6) dan berfokus pada calon akseptor KB. Hal ini dilakukan tidak hanya untuk mendapatkan respons sederhana, tetapi juga agar calon akseptor memperhatikan persoalan KB pada masa pandemi.

Perancangan pesan dilakukan dengan mengimplementasikan logika ekspresif dan logika konvensional. Dalam komunikasi antara penyuluh KB dengan calon akseptor dan akseptor PUS, tidak terjadi pemaksaan kehendak kepada akseptor untuk langsung menggunakan kontrasepsi sebagai metode KB. Justru sebaliknya, proses penyampaian pesan berlangsung secara terbuka dan reaktif. Bahasa yang digunakan melalui Instagram, grup WhatsApp dan kunjungan PUS oleh kader juga dikemas secara persuasif dan informatif.

Salah satu contoh komunikasi yang dilakukan oleh penyuluh dan kader misalnya penjelasan mengenai sisi positif dan negatif dari masing-masing alat kontrasepsi yang disediakan. Dengan demikian, akseptor teredukasi dengan baik dan mampu memutuskan metode kontrasepsi yang hendak digunakan (Pratiwi, Dida, dan Sjafirah 2018). Edukasi akseptor lewat strategi komunikasi dan perencanaan pesan yang baik diharapkan dapat memulihkan kesertaan KB yang kian merosot seiring meningkatnya kasus Covid-19 di Indonesia, termasuk Kabupaten Magelang.

Di samping strategi komunikasi yang baik, pemerintah daerah harus memastikan kesiapan sistem kesehatan untuk menangani peningkatan permintaan perawatan penderita Covid-19. BKKBN dan pemerintah daerah perlu memastikan pula ketersediaan perawatan

kesehatan yang berkesinambungan, dilengkapi dengan perawatan kesehatan reproduksi bagi wanita dan anak perempuan pada era pandemi. Hal ini berguna untuk mempertahankan akses layanan kesehatan reproduksi, termasuk layanan kontrasepsi. Dengan demikian, program pemerintah untuk mengendalikan penduduk pada masa pandemi berhasil meningkatkan jumlah keluarga berencana.

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi komunikasi penyuluh KB dan Dinas Sosial Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana, Perlindungan, Pemberdayaan Perempuan dan Anak (KB PPKB PPPA) Kabupaten Magelang untuk mencegah terjadinya ledakan jumlah penduduk usai pandemi Covid-19 adalah dengan menyusun pesan-pesan berunsur logika ekspresif, logika konvensional, dan logika retorik. Logika ekspresif, yang memandang komunikasi sebagai sebuah cara menyatakan ekspresi dan perasaan, digunakan oleh penyuluh KB dan petugas lapangan. Logika ekspresif ini dilengkapi dengan logika konvensional berupa adanya penyuluhan kepada calon akseptor dan akseptor PUS tanpa pemaksaan. Sebaliknya, komunikasi berlangsung dalam dialog yang ekspresif dan reaktif dengan menekankan arti pentingnya kontrasepsi pada masa pandemi. Komunikasi juga dilakukan secara terbuka dengan menggunakan pemilihan kata yang baik dalam menyampaikan beragam metode kontrasepsi. Harapannya adalah calon akseptor, terutama PUS yang baru menikah, dapat memutuskan metode kontrasepsi mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini sangat penting untuk mencapai tujuan utama meningkatnya kesertaan KB demi mengantisipasi terjadinya *baby boom* pascapandemi.

Pesan komunikasi yang disampaikan menggunakan logika retorik, bahasa yang ringan dan berfokus kepada komunikasi. Hal tersebut tampak dari sejumlah unggahan mengenai kegiatan di media sosial Instagram *live* akun @ipekbjawatengah dan @ipekbmagelang dengan mengolah pesan-pesan penyuluhan dari akun Instagram @bkkbnofficial. Pesan-pesan ringan namun sarat informasi disampaikan, tidak hanya mengenai pentingnya kontrasepsi tetapi juga tentang menjaga kesejahteraan keluarga pada masa pandemi (misalnya, materi terkait pengelolaan keuangan keluarga). Penyuluh dan petugas KB lapangan lainnya juga memberikan *feedback* terhadap akseptor sehingga terjadi komunikasi multiarah, misalnya seperti yang berlangsung di Instagram. Komunikasi multiarah dapat dijumpai di kolom komentar, baik pada *feed* Instagram atau melalui kolom komentar pada fitur *live* Instagram.

Secara garis besar, penyuluh dan petugas KB lapangan Kabupaten Magelang telah melakukan strategi komunikasi yang optimal. Meskipun demikian, terdapat sejumlah kendala seperti masih adanya penyuluh KB dan kader kesehatan yang belum melek teknologi. Hasil dari strategi komunikasi ini dapat dilihat dari dua jangka waktu. Dalam jangka pendek, strategi ini mampu meningkatkan kesertaan KB pada masa pandemi, khususnya bagi PUS. Dalam jangka panjang, strategi ini akan memberi informasi apakah terjadi tren *baby boom* pascapandemi sebagai akibat dari penurunan kesertaan KB dan pelaksanaan kebijakan WFH. Penelitian ini sekaligus mampu menjadi masukan bagi pemerintah daerah lain untuk senantiasa memperhatikan pentingnya kontrasepsi pada masa pandemi, melalui beragam kemasan pesan untuk bersama-sama mendorong peningkatan kesertaan KB. Dengan demikian, tujuan

BKKBN untuk tetap menjaga stabilitas jumlah penduduk, terutama usai pandemi, akan tercapai. Tidak hanya itu, komunikasi yang baik antara petugas KB dan akseptor diharapkan akan membantu mewujudkan ketahanan keluarga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Sosial Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana, Perlindungan, Pemberdayaan Perempuan dan Anak (Dinsos PPKB PPPA) Kabupaten Magelang yang telah mengizinkan pengambilan data guna mendukung penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bietsch, K., Williamson, J., & Reeves, M. (2020). Family Planning During and After the West African Ebola Crisis. *Studies in Family Planning*, 51(1), 71–86. <https://doi.org/10.1111/sifp.12110>
- BKKBN, S. P. (2020). *Antisipasi Baby Boom Pascapandemi Covid-19, BKKBN Jalankan Pelayanan KB dengan Tetap Menjaga Jarak dan Konseling melalui Media Online*. <https://www.bkkbn.go.id/detailpost/Antisipasi-Baby-Boom-Pasca-Pandemi-Covid-19-Bkkbn-Jalankan-Pelayanan-Kb-Dengan-Tetap-Menjaga-Jarak-Dan-Konseling-Melalui-Media-Online>.
- Ferreira, A. L. C. G., & Souza, A. I. (2021). The role of telehealth in sexual and reproductive health services in the response to COVID-19. *Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil*, 21(suppl 1), 319–322. <https://doi.org/10.1590/1806-9304202100s100019>
- Ibnu. (2020). Pandemi, Makin Banyak Ibu Hamil. *Koran Radar Kedu*, 4.

- Kemendes RI. (2020). *Panduan Pelayanan Keluarga Berencana dalam Masa Pandemi Covid-19 dan Adaptasi Kebiasaan Baru*. Kemendes RI.
- Lister, M., et. al. (2009). *New Media: A Critical Introduction* (Second Edi). Routledge.
- Litha, Y. (2020). Kemiskinan Akibat Pandemi Corona Picu Kerawanan Gizi Anak. *VOA Indonesia*.
<https://www.voaindonesia.com/a/kemiskinan-akibat-pandemi-corona-picu-kerawanan-gizi-anak/5415460.html>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)* (Edisi 9). Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (2014). Qualitative data analysis. A methods sourcebook. In *SAGE Publications* (3rd ed., Vol. 28, Issue 4). SAGE Publications.
<https://doi.org/10.1177/239700221402800402>
- Nanda, K., et. al. (2020). Contraception in the Era of COVID-19. *Global Health: Science and Practice*, 8(2), 166–168.
<https://doi.org/10.9745/GHSP-D-20-00119>
- O'keefe, B. J. (1988). The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication. *Communication Monographs*, 55(1), 80–103.
<https://doi.org/10.1080/03637758809376159>
- Pranita, E. (2020). BKKBN: Selama Pandemi Corona, Pengguna Kontrasepsi Turun Drastis. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/sains/read/2020/06/10/200400223/bkkbn--selama-pandemi-corona-pengguna-kontrasepsi-turun-drastis>
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 78.
<https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.12985>
- Riley, Sully, Ahmed, & Biddlecom. (2020). Estimates of the Potential Impact of the COVID-19 Pandemic on Sexual and Reproductive Health In Low- and Middle-Income Countries. *International Perspectives on Sexual and Reproductive Health*, 46(2), 73.
<https://doi.org/10.1363/46e9020>
- Roberto, I., Kasnawi, T., & Unde, A. A. (2016). Strategi Komunikasi Penyuluhan Program KB Vasektomi untuk Masyarakat Miskin Perkotaan di Makassar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 2(2), 106–115.
<http://journal.unhas.ac.id/index.php/kritis>
- Vora, K. S., Saiyed, S., & Natesan, S. (2020). Impact of COVID-19 on family planning services in India. *Sexual and Reproductive Health Matters*, 28(1).
<https://doi.org/10.1080/26410397.2020.1785378>
- WHO. (2020). *COVID-19: operational guidance for maintaining essential health services during an outbreak*.

