

STRATEGI KOMUNIKASI DAN TINDAKAN MENJADI PESERTA PUSAT INFORMASI DAN KONSELING REMAJA (PIK R)

(Studi Korelasional tentang Pengaruh Strategi Komunikasi Forum Generasi Berencana (GenRe) Provinsi Sumatera Utara terhadap Tindakan Remaja menjadi Peserta PIK R) di PIK R Syhadah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)

Dayana, Muhammad Renu Fatahillah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Forum GenRe Sumatera Utara, mengetahui tindakan remaja menjadi peserta PIK R, dan untuk mengetahui Pengaruh Strategi Komunikasi Forum GenRe Sumatera Utara terhadap tindakan remaja menjadi peserta PIK R. Teknik pengumpulan data adalah kepustakaan, teknik dokumentasi dan kuesioner. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode korelasional. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tabel tunggal, analisis tabel silang, dan uji hipotesis dengan rumus Koefisien Korelasi Tata Jenjang (*Rank Order*) oleh Spearman dengan menggunakan aplikasi *Statistical Product and System Solution* (SPSS) versi 24. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Forum GenRe Provinsi Sumatera adalah melakukan pertemuan, atau diskusi bersama remaja dengan memberikan informasi dalam bentuk sosialisasi tentang program GenRe. Selain itu Forum Genre Provinsi Sumatera Utara juga memanfaatkan berbagai media melalui media lini atas dan media lini bawah. Untuk media lini atas penyampaian informasi menggunakan media seperti siaran televisi, radio, surat kabar dan media sosial. Sedangkan untuk lini bawah menggunakan media seperti spanduk, dan brosur. Melalui strategi ini untuk melihat tindakan remaja menjadi peserta PIK R didukung oleh teori AIDDA yang menghasilkan seluruh peserta PIK R Syhadah UMSU bertindak sebagai peserta PIK R selamanya, merasa puas ketika bergabung dalam PIK R Syhadah UMSU, dan akan mengajak remaja lain untuk bergabung menjadi peserta PIK R.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, AIDDA, Remaja, PIK R Syhadah UMSU.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Berdasarkan Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035, pada tahun 2018 jumlah remaja usia 10-24 tahun mencapai lebih dari 66,3 juta jiwa atau sekitar 25,6 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Artinya 1 dari setiap 4 orang penduduk Indonesia adalah remaja. Jumlah yang sangat besar tersebut adalah potensi yang memerlukan penanggulangan yang terencana, sistematis dan terstruktur agar dapat dimanfaatkan menjadi modal pembangunan kedepan.

Berbanding lurus, berbagai masalah seputar semakin lama semakin mengkhawatirkan. (<https://www.bkkbn.go.id/>). Seperti Nikah muda, Seks Pranikah hingga aborsi, dan Napza. Maka dari itu, untuk merespon permasalahan tersebut, BKKBN melalui Sub Bidang Bina Ketahanan Remaja BKKBN membuat sebuah program dengan Program Generasi Berencana (GenRe) yang dilaksanakan melalui dua pendekatan, yaitu: Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK R) Bina Keluarga Remaja (BKR).

Dalam aktivitas kesehariannya, PIK R Syahadah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (PIK R Syahadah UMSU) yang berada di kampus UMSU, sangat konsisten dalam menyebarkan informasi tentang Program GenRe di media sosial dan beberapa kegiatan positif untuk remaja yaitu Peringatan Hari HIV/AIDS, Study GenRe, Pelatihan Kreativitas, GenRe Photo dan Vidio Contest, Ngopi Bareng GenRe dan lain lain. Hal ini membuat PIK R Syahadah UMSU menjadi PIK Unggulan di Sumatera Utara.

Maka dari itu untuk mengapresiasi kegiatan tersebut dan memenuhi keinginan remaja yang lebih menyukai dimotivasi ataupun menceritakan permasalahannya kepada teman sebaya, maka BKKBN menyelenggarakan Pemilihan Duta GenRe Indonesia untuk pertama kalinya pada tahun 2010. Namun Sumatera Utara memulai pemilihan Duta GenRe yang pertama pada tahun 2012. Pemilihan ini dilaksanakan dalam rangka mendukung pengembangan PIK R yang ada di setiap daerah. (Khairunnas dkk, 2013:30).

Selanjutnya para pemenang Duta GenRe Provinsi Sumatera Utara akan tergabung dalam Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara yang merupakan wadah pembinaan anggota PIK R sebagai pengemban dalam mengembangkan dan membesarkan program GenRe. Selanjutnya sebagai wadah KIE kepada remaja di Provinsi Sumatera Utara. Tidak hanya itu, Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara juga memiliki tanggung jawab untuk mengajak seluruh remaja di Sumatera Utara untuk menjadi anggota PIK R.

Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat agar informasi Program GenRe dapat diterima di kalangan remaja. Adapun untuk mencapai hal tersebut diperlukan rumusan strategi komunikasi dengan cara meningkatkan pemahaman tentang tujuan, artinya bila memahami tentang tujuan maka dengan mudah menentukan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Tanpa tujuan, maka tindakan yang dapat merosot kedalam suatu masalah lain (Liliweri, 2011: 239). Oleh sebab itu, berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : *“Strategi Komunikasi dan Tindakan menjadi Peserta Pusat Informasi dan Konseling Remaja (PIK R) (Studi Korelasional tentang Pengaruh Strategi Komunikasi Forum Generasi Berencana (GenRe) Sumatera Utara terhadap Tindakan Remaja menjadi Peserta PIK R) di PIK R Syahadah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)”*

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut “Sejauhmana Pengaruh Strategi Komunikasi Forum GenRe Sumatera Utara terhadap tindakan remaja menjadi peserta PIK R di PIK R Syahadah UMSU”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelien ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui strategi komunikasi Forum GenRe Sumatera Utara
2. Mengetahui tindakan remaja menjadi peserta PIK R
3. Mengetahui Pengaruh Strategi Komunikasi Forum GenRe Sumatera Utara terhadap tindakan remaja menjadi peserta PIK R.

URAIAN TEORITIS

Teori

Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam bukunya yang berjudul “Dinamika Komunikasi” menyatakan bahwa “Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Oleh sebab itu strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, artinya bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi”. (Effendy, 2004: 29). Adapun untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, artinya bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.

Komponen Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung dan penghambat komunikasi. Adapun strategi komunikasi yang peneliti maksud ialah strategi komunikasi konsep Harold D. Laswell : *Who, Says What, In Which Channel, toWhom, and With What Effect*. Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi” menjelaskan bahwa untuk bisa memahami strategi komunikasi maka harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Siapakah komunikatornya? (*who*)
2. Pesan apa yang dinyatakannya? (*Says What*)
3. Media apa yang digunakannya? (*In Which Channel*)
4. Siapa komunikannya? (*To Whom*)
5. Efek apa yang diharapkan? (*With What Effect*)

Dari beberapa pertanyaan diatas, terdapat beberapa pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama. Pertanyaan tersebut ialah:

1. Kapan dilaksanakannya? (*When*)
2. Bagaimana melaksanakannya? (*How*)
3. Mengapa dilaksanakan demikian? (*Why*)

Tambahan pertanyaan tersebut dalam komunikasi sangat penting karena pendekatan terhadap efek yang diharapkan dari suatu kegiatan komunikasi bisa bermacam-macam, yakni:

1. Menyebarkan informasi (*Information*)
2. Melakuka persuasi (*Persuasion*)
3. Melaksanakan instruksi (*Instruction*) (Effendy, 2003:301-302)

AIDDA

Pada dasarnya, para ahli komunikasi cenderung berpendapat sama bahwa dalam berkomunikasi lebih baik menggunakan pendekatan yang disebut A-A Procedure atau *from attention to action procedure*. Pernyataan ini berarti untuk mencapai Action pada komunikan, terlebih dahulu harus dibangkitkan Attention. (Effendy, 2007:52) A-A procedure merupakan penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA. Formulasi AIDDA merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif yaitu *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), *Action* (tindakan/kegiatan). Jika tahap-tahap ini berhasil dilakukan oleh komunikator dan menimbulkan tindakan oleh komunikan bisa dikatakan bahwa komunikasinya berjalan dengan baik.

Remaja

Masa remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa anak menuju masa dewasa. Pada masa ini individu mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun psikis. Perubahan yang tampak jelas adalah perubahan fisik, dimana tubuh berkembang pesat sehingga mencapai bentuk tubuh orang dewasa yang disertai pula dengan berkembangnya kapasitas reproduktif. selain itu remaja juga berubah secara kognitif dan mulai mampu berpikir abstrak seperti orang dewasa. (Agustini, 2009:28).

Usia Pernikahan yang Ideal Untuk Remaja

BKKBN merupakan salah satu pihak yang mempromosikan konsep dan program pendewasaan usia perkawinan atau yang dikenal dengan PUP. Program ini menegaskan agar usia minimal untuk pernikahan pertama adalah 21 tahun bagi perempuan dan 25 tahun bagi laki-laki. Pada usia ini remaja dinilai sudah mencapai kedewasaan dan kematangan. Melalui program ini remaja memahami bahwa menikah di usia dini memiliki dampak negatif dari aspek Kesehatan, Ekonomi, Psikologi, Aspek Sosial dan Pendidikan. Untuk itu, BKKBN terus mengkampanyekan program menghindari 4T, yakni : Terlalu Dini (< 21 Tahun), Terlalu Tua (> 35 Tahun), Terlalu Dekat Jarak Kehamilan (< 3 Tahun) dan Terlalu Banyak Jumlah Anaknya (> 2 Anak)

Variabel Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode korelasional dengan menggunakan dua variabel, Yaitu Strategi Komunikasi Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara sebagai variabel X dan Tindakan Menjadi Peserta PIK R sebagai variabel Y.

Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh strategi komunikasi yang dilakukan oleh Forum GenRe Sumatera Utara terhadap tindakan menjadi peserta PIK R

H1 :Adanya pengaruh strategi komunikasi yang dilakukan oleh Forum GenRe Sumatera Utara terhadap tindakan menjadi peserta PIK R

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian Korelasional Kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan, dan apabila ada seberapa erat hubungannya dan berarti atau tidaknya hubungan tersebut.(Rakhmat, 2004:30).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota aktif PIK R Syahadah UMSU tahun 2018 yang berjumlah 23 orang. Sehingga sampelnya berjumlah 23 orang juga karena jumlah populasi kurang dari 100 sehingga seluruh populasi dijadikan sampel agar karakteristik dari populasi akan terwakili.

Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)
Pada penelitian ini peneliti menggumpulkandata melalui buku-buku, jurnal, media online, internet dan lainnya yang sesuai dengan masalah yang dibahas.
2. Teknik Dokumentasi
Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data PIK R Syahadah UMSU.
3. Kuisisioner
Penelitian ini menggunakan kuisisioner tertutup dengan menggunakan skala sikap dari Linkert. Kuisisioner tertutup ini untuk mengungkap data tentang strategi komunikasi Forum GenRe Sumatera Utara terhadap tindakan remaja menjadi peserta PIK R Syahadah UMSU.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa tahap analisa yaitu Analisis Tabel Tunggal, Analisis Tabel Silang dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mencoba untuk mengaitkan antara teori yang digunakan dengan hasil yang sudah didapat melalui kuesioner yaitu tabel tunggal, tabel silang dan uji hipotesis guna meneliti hasil dari tujuan diadakannya penelitian ini.

Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara sesuai konsep Harold D. Laswell yaitu *Who*, dalam hal ini Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara menjadikan Duta GenRe sebagai *role model* atau pengisi sosialisasi program GenRe. *Says What*, adapun pesan yang disampaikan oleh Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara adalah Program GenRe. *In Which Channel*, dalam menginformasikan program GenRe, Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara selalu melakukan pertemuan, berdiskusi, sosialisasi dan pembinaan kepada PIK R Syahadah UMSU. Tidak hanya itu, Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara memilih media dari segala lini yaitu melalui lini atas (siaran televisi, radio, surat kabar dan media sosial). Sedangkan untuk lini bawah (spanduk, dan brosur). *to Whom*, dalam hal ini Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara memiliki sasaran *audience* yaitu remaja usia 10-24 tahun dan belum menikah. *With What Effect*, melalui program GenRe yang disampaikan oleh Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara pengetahuan remaja terhadap kesehatan reproduksi, PUP, Napza dan KKBPK bertambah, sikap remaja menjadi mendukung dan juga mampu berperilaku positif. Ditambah *When*, Kegiatan ini disesuaikan dengan program kerja yang dilakukan oleh Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara dengan PIK R Syahadah UMSU tahun 2018 selama setahun. *How*, sebelum melaksanakan sebuah kegiatan Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara melakukan koordinasi dan juga pematangan persiapan secara keseluruhan. Hal ini dilakukan agar program yang sudah ditentukan dapat berjalan dengan baik dan jika ada kendala pada saat pelaksanaan sudah ada solusinya. Terakhir *Why*, alasan memilih promosi melalui media baik lini atas dan lini bawah karena remaja dinilai tertarik untuk melihat informasi dari media tersebut. Sehingga informasi Program GenRe dapat diterima oleh remaja.

Tindakan remaja menjadi peserta PIK R di PIK R Syahadah UMSU pada penelitian ini, telah diukur melalui teori AIDDA yang merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif yaitu *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), *Action* (tindakan/kegiatan). Berdasarkan tahap-tahap tersebut, peneliti menemukan bahwa seluruh peserta PIK R Syahadah UMSU bertindak sebagai peserta PIK R dan merasa puas ketika bergabung dalam PIK R Syahadah UMSU. Menurut responden, mereka akan terus bertindak sebagai peserta PIK R hingga akhir hayat. Tidak hanya itu, mereka juga akan mengajak remaja lain untuk bergabung menjadi anggota PIK R dan mengenalkan program GenRe agar remaja Sumatera Utara terhindar dari Triad KRR sehingga menjadi remaja yang aktif, produktif dan berpola hidup sehat.

Berdasarkan uji hipotesis perhitungan korelasi Spearman diperoleh rho sebesar 0,528. Membuktikan bahwa pernyataan $r_s > 0$, maka H_a diterima yaitu

adanya pengaruh yang ditimbulkan oleh strategi komunikasi yang dilakukan oleh Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara terhadap tindakan menjadi peserta PIK R di PIK R Syahadah UMSU. Selanjutnya untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan diantara variabel yang diteliti digunakan skala Guilford. Dalam hal ini, hasil $\rho = 0,528$ berada diantara 0,40 - 0,70 yang menunjukkan hubungan yang cukup berarti. Artinya terdapat hubungan yang cukup berarti yang mempengaruhi antara strategi komunikasi Forum GenRe Provinsi Sumatera Utara terhadap tindakan menjadi peserta PIK R di PIK R Syahadah UMSU.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Forum GenRe Provinsi Sumatera melalui komponen strategi dari Harold D Lasswel adalah dengan menjadikan duta GenRe sebagai komunikatr dengan membawa pesan program genre. Sasaran yang ditentukan adalah remaja usia 10 sampai 24 tahun yang belum menikah. Pesan tersebut disampaikan melalui pertemuan, atau diskusi bersama remaja dengan memberikan informasi dalam bentuk sosialisasi tentang program GenRe. Selain itu Forum Genre Provinsi Sumatera Utara juga memanfaatkan berbagai media melalui media lini atas dan media lini bawah. Untuk media lini atas penyampaian informasi menggunakan media seperti siaran televisi, radio, surat kabar dan media sosial. Sedangkan untuk lini bawah menggunakan media seperti spanduk, dan brosur. Melalui strategi ini untuk melihat tindakan remaja menjadi peserta PIK R didukung oleh teori AIDDA yang menghasilkan seluruh peserta PIK R Syahadah UMSU bertindak sebagai peserta PIK R selamanya, merasa puas ketika bergabung dalam PIK R Syahadah UMSU, dan akan mengajak remaja lain untuk bergabung menjadi peserta PIK R.

DAFTAR REFERENSI

SUMBER BUKU

- Agustini, Hendriati. 2009. *Psikologi Perkembangan*. Bandung. PT. Refika Aditama
- Efendy, Onong Uchjana. 2007. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- _____. 2004. *Dinamika Komunikasi*: Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- _____. 2003. *Teori dan Filsafat komunikasi*: Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Khairunnas, dkk. 2013. *Saatnya Yang Muda Yang Berencana*. Jakarta. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional

WEBSITE

<https://www.bkkbn.go.id/> diakses pada tanggal 28 November 2018 Pukul 13.40 WIB