

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Konsep Komunikasi**

###### **a. Komunikasi sebagai sebuah proses**

Manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari, selalu melakukan kegiatan berkomunikasi. Karena pada dasarnya, komunikasi dapat dikatakan sebagai aspek yang selalu melekat pada diri manusia, sampai kapanpun manusia hidup dan dimanapun mereka berada. Naini (2009) menyebutkan istilah komunikasi, secara etimologis berasal dari bahasa Latin communication dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Lebih jelas, komunikasi dinyatakan oleh Carl Hovland dalam Naini (2009) sebagai sebuah proses dimana seorang (komunikator) mampu menyampaikan rangsangan (biasanya berbentuk lambang secara verbal) guna mengubah perilaku orang lain yang menerima rangsangan tersebut (komunikan).

Harold Laswell (1960) dalam Riswandi (2008), bahwa komunikasi merupakan proses mengenai siapa yang berbicara (who), apa yang dikatakan (what), saluran apa yang digunakan (in which channel), kepada siapa ditujukan (to whom), dan bagaimana hasil atau akibatnya (what effect). Terkait dengan definisi ini, secara tidak langsung, komunikasi dinyatakan memiliki unsur-unsur tertentu, seperti komunikator, pesan, saluran, komunikan, serta tanggapan atau efek.

Berbagai definisi mengenai komunikasi pada akhirnya membuat setiap ilmuwan mengkonsepkan perspektifnya masing-masing tentang bagaimana komunikasi itu sebenarnya. Pemahaman berbeda tentang komunikasi disampaikan oleh Gode (1959) dalam Riswandi (2008) sebagai proses yang membuat sesuatu yang dimiliki seseorang kemudian menjadi milik orang lain. Dalam proses ini, Gode menyatakan bahwa dalam komunikasi terjadi proses penularan kepemilikan antara pihak satu kepada pihak lain. Selanjutnya, masih dalam Riswandi (2008), Barnlund (1964) melihat komunikasi dari segi tujuan dengan mendefinisikannya sebagai sesuatu yang didorong oleh kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, serta cara mempertahankan ego yang dimiliki oleh seseorang.

Riswandi (2008) mengidentifikasikan sejumlah batasan tertentu dalam menyebut komunikasi, yaitu:

- a. Komunikasi adalah suatu proses
- b. Komunikasi merupakan upaya yang disengaja dan memiliki tujuan
- c. Komunikasi mengharuskan adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat di dalamnya
- d. Komunikasi bersifat simbolis
- e. Komunikasi bersifat transaksional
- f. Komunikasi menembus ruang dan waktu

Terkait dengan batasan mengenai pengertian komunikasi di atas, adanya persamaan yang mengarah pada pengertian, pemahaman, sikap, maupun bahasa dalam komunikasi tentunya menjadi salah satu faktor penentu dalam terciptanya komunikasi yang efektif. Adanya kesamaan antara komunikator dengan

komunikasikan mampu menimbulkan kemungkinan yang lebih tinggi terhadap kedua pihak terkait untuk saling berkomunikasi. Asumsinya, dengan lebih sering berkomunikasi, ini akan menyebabkan terjadinya homophily (Tubbs dan Moss dalam Rakhmat, 1999) yang lebih besar sehingga efektivitas komunikasi akan lebih terjamin. Dengan kata lain, efektifnya sebuah komunikasi dapat dilihat dari lima hal, yaitu: timbulnya pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang semakin baik, serta munculnya tindakan.

Pemahaman mengenai komunikasi dijelaskan dalam tiga kerangka menurut John R. Wenburg dan William W. Wilmot dalam Riswandi (2008), yakni komunikasi dinyatakan sebagai tindakan satu arah, bentuk interaksi, dan transaksi antar pelaku komunikasi. Komunikasi sebagai tindakan satu arah dijelaskan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain ataupun pihak lain, baik secara langsung maupun melalui media. Meskipun begitu, konsep ini sebenarnya tidak sejalan dengan komunikasi antarpersonal yang memungkinkan adanya tatap muka secara langsung sehingga efek atas rangsangan dan pesan yang disampaikan pun dapat dirasakan. Asumsinya, komunikasi dalam level personal ini terkesan bersifat dua arah.

Kerangka kedua terhadap komunikasi adalah bahwa komunikasi dinyatakan sebagai bentuk interaksi. Pemahaman ini menjelaskan adanya hubungan sebab akibat atas stimulus respon yang dilakukan di dalam proses komunikasi. Konsep ini lebih lanjut dinyatakan sebagai konsep yang lebih dinamis dibandingkan dengan konsep komunikasi satu arah, tetapi dalam praktiknya konsep komunikasi sebagai interaksi masih berorientasi pada sumber sehingga menjadikannya bersifat mekanis. Lebih lanjut, John Fiske (2010)

menjelaskan bahwa komunikasi adalah interaksi sosial yang dilakukan melalui pesan. Dalam proses ini, muncul adanya sign (tanda) dan code (kode), yang kemudian saling diterima dan dikonstruksi dalam praktik hubungan sosial antar individu.

Komunikasi dinyatakan sebagai bentuk transaksi. Komunikasi dipahami sebagai proses personal yang memerlukan pemahaman secara pribadi. Asumsinya, pesan apa yang disampaikan seorang individu kepada individu lain selanjutnya akan mempengaruhi bagaimana penafsiran individu penerima terhadap individu pemberi, begitu juga sebaliknya sehingga mengesankan bahwa komunikasi dalam konteks transaksi ini lebih dinamis dalam prosesnya. Selain itu, dengan berkenaan dengan penyampaian serta penerimaan pesan informasi yang terjadi antara pelaku komunikasi (komunikator dan komunikan), komunikasi akan bergerak di dalam sebuah praktik sosial, dimana di dalamnya tentu terjalin sebuah hubungan serta interaksi guna mendukung proses pemahaman pesan bersama.

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi yang efektif menurut Moekijat dalam Akhmad Zaini (2006) adalah (a) kemampuan orang untuk menyampaikan informasi; (b) pemilihan dengan seksama apa yang ingin disampaikan oleh komunikator; (c) saluran komunikasi yang jelas dan langsung; (d) media yang memadai untuk menyampaikan pesan; (e) penentuan waktu dan penggunaan media yang tepat; (f) tempat-tempat penyebaran yang memadai apa bila diperlukan untuk memudahkan penyampaian pesan yang asli, tidak dikurangi, tidak diubah, dan dalam arah yang tepat.

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan apa bila memilih komunikasi menurut Deyer dalam (Akhmad Zaini,2006) adalah (a) kecepatan, (b) kecermatan,

(c) keamanan, (d) kerahasiaan, (e) catatan, (f) kesan, (g) biaya, (h) senang memakainya, (i) penyusunan tenaga kerja, (j) Jarak. Dari faktor-faktor tersebut merupakan modal yang dapat menentukan berhasil tidaknya peningkatan pencapaian kesertaan KB pria.

### **b. Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi sering didefinisikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh mereka yang memiliki hubungan dekat. Komunikasi antar pribadi dapat muncul di dalam berbagai situasi. Kemampuan berkomunikasi antar pribadi akan membantu kita menyesuaikan dan berkomunikasi secara efektif dengan berbagai orang yang berbeda latar belakang, untuk menjaga baik hubungan jangka pendek maupun jangka panjang.

Di dalam pendekatan terhadap komunikasi antar pribadi, terdapat tiga hal yang dapat membedakannya dengan hubungan atau komunikasi impersonal. Miller (1978) di dalam Devito (2001) merumuskan ketiga hal tersebut, yaitu :

#### 1. Data psikologi

Pada hubungan impersonal hanya akan merespon orang lain sebagai anggota dari suatu kelompok atau grup. Namun ketika berkomunikasi secara personal maka akan memandang orang tersebut sebagai seorang individu dengan keunikannya.

#### 2. Menjelaskan pengetahuan

Pada tahap hubungan impersonal hanya bisa sedikit mendeskripsikan perilaku seseorang. Pada saat sudah mengenal seseorang dengan lebih baik, maka akan bisa memberikan alasan tentang perilaku seseorang tersebut.

#### 3. Memberikan peraturan secara personal

Didalam menggunakan aturan dari norma yang berlaku apabila memiliki hubungan impersonal dengan seseorang. Ketika hubungan tersebut berkembang menjadi personal, maka tidak lagi memandang norma yang berlaku, dengan menggunakan aturan yang dibangun sendiri dengan lawan bicara.

Devito (2011:8-16) menuliskan di dalam bukunya mengenai elemen – elemen yang terdapat di dalam komunikasi antar pribadi. Elemen – elemen tersebut adalah :

a. Sumber – Penerima

Di dalam komunikasi setidaknya terdapat dua orang yang terlibat. Masing – masing individu bisa menjadi sumber dan penerima.

b. Encoding – Decoding

Encoding adalah proses memproduksi pesan, dan decoding merupakan proses memahami pesan. Ketika seseorang berperan sebagai komunikator, dia akan menjadi encoder sedangkan individu lain yang berperan sebagai pendengar akan menjadi decoder. Hubungan encoding dan decoding ini digunakan untuk menekankan bahwa kedua aktivitas yang dilakukan oleh individu yang terlibat di dalam komunikasi tersebut berhubungan.

c. Kemampuan

Kemampuan kita di dalam berkomunikasi adalah kemampuan interpersonal kita. Kemampuan tersebut meliputi pengetahuan pada topic pembicaraan, pengetahuan kita pada aturan perilaku non-verbal, dan bagaimana kita menyesuaikan cara komunikasi kita dengan lawan bicara.

d. Pesan

Pesan adalah simbol atau tanda yang diterima oleh penerima sebagai stimulus. Pesan bisa berupa verbal dan non-verbal. Gerak tubuh yang dilakukan bisa menjadi pesan yang diterima oleh lawan bicara kita. Pesan bisa dikirim secara sengaja maupun tidak sengaja. Pesan bisa disampaikan berdasar pada perencanaan yang teka dibuat namun bisa saja disampaikan tanpa sengaja tanpa perencanaan.

e. Saluran

Saluran adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Saluran ini bisa kita ibaratkan sebagai jembatan yang menghubungkan sumber dengan audiensnya.

f. Noise/Gangguan

Noise atau gangguan adalah hambatan yang mempegaruhi pesan yang disampaikan. Gangguan bisa berupa gangguan fisik, seperti adanya suara keras, dan dapat pula berupa gangguan psikologi, misalnya pikiran yang tidak fokus. Terdapat pula gangguan psikologikal, yaitu seperti gangguan pendengaran, dan juga gangguan semantic, atau bisa dikenal dengan miscommunication. Pada dasarnya noise adalah sesuatu yang menyimpangkan pesan, sesuatu yang menghalangi penyampaian pesan dari sumber ke pendengar.

g. Konteks

Kontek selalu mempengaruhi bentuk dan isi pesan yang disampaikan. Misalnya ketika berada di rumah duka, tentunya apa yang kita bicarakan akan berbeda ketika berada di dalam ruang kuliah. Konteks di dalam

komunikasi, memiliki empat dimensi, yaitu dimensi fisik, dimensi sementara, dimensi sosio-psikologi, dan konteks budaya.

#### h. Tujuan

Komunikasi interpersonal memberikan beberapa tujuan seperti untuk belajar, untuk berhubungan, untuk memahami lebih baik dunia luar, kegiatan, dan orang lain. Kepercayaan, perilaku, dan nilai yang kita yakini, sebagian besar merupakan pengaruh dari komunikasi antar pribadi. Selain itu komunikasi antar pribadi, membantu kita memahami diri sendiri.

#### i. Etika

Komunikasi yang dilakukan selalu membawa konsekuensi, karena itu komunikasi antar pribadi juga melibatkan etika. Perilaku komunikasi selalu melibatkan dimensi moral. Komunikasi memerlukan bimbingan moral sebagaimana komunikasi berorientasi pada keefektifan dan kepuasan.

### c. Pesan dalam proses komunikasi

Komunikasi adalah proses yang berpusat pada pesan dan bersandar pada informasi. (Bulaeng, 2002) mendefinisikan komunikasi dalam dua perspektif, yakni perspektif atau pandangan representatif dan pandangan representatif. Terhadap dua perspektif tersebut, (Bulaeng, 2002) menyimpulkan bahwa komunikasi adalah pengelolaan pesan-pesan dengan tujuan menciptakan makna. Komunikasi terjadi kapan saja seseorang berusaha menanggapi suatu pesan, berusaha memberikan makna kepadanya.

Pesan adalah simbol-simbol yang diperhatikan orang secara sadar dan menciptakan makna-makna. Pesan bisa berupa kata-kata yang secara sengaja

diucapkan atau ditulis yang saling dipertukarkan diantara orang-orang ataupun pesan yang kita kirimkan kepada diri sendiri tentang ekspresi-ekspresi wajah yang tidak disengaja dan tampilan-tampilan perasaan dari orang lain. (Bulaeng,2002).

Devito (2011) memberikan pengertian pesan yaitu merupakan simbol atau tanda yang diterima oleh penerima sebagai stimulus. Pesan bisa berupa verbal dan non-verbal. Gerak tubuh yang dilakukan bisa menjadi pesan yang diterima oleh lawan bicara kita. Pesan bisa dikirim secara sengaja maupun tidak sengaja. Pesan bisa disampaikan berdasar pada perencanaan yang teka dibuat namun bisa saja disampaikan tanpa sengaja tanpa perencanaan.

Berbeda dengan pesan, makna berarti gambaran-gambaran (citra) mental yang kita ciptakan dengan tujuan menafsirkan dan memahami perangsang-perangsang. Orang memberikan respon terhadap pesan-pesan yang memancar secara internal maupun eksternal dan menciptakan makna-makna untuk pesan tersebut.

## **B. Komunikator**

Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi (Mulyana, 2008:9). Komunikator bisa berupa seorang individu, kelompok, maupun organisasi. Di dalam kegiatan penyuluhan, komunikator memegang peranan yang penting. Tommy dan Fahrianoor (2004:10) komunikator sebagai penyampai pesan bisa dipahami sebagai sumber dari munculnya informasi.

Barker (1996:2) di dalam Tommy dan Fahrianoor (2004:10-11), *the source or encoder makes the decision to communication. The source also determines what the purpose of the message will be: to inform, persuade, or entertain. You may ask how the message gets from the source to receiver.*

*First, the source must encode, or create, a message. That is information that the source wishes to convey must put into a form that can be sent to receiver. The source generates a message thought his or her past experiences perceptions, thoughts and feeling.*

Penjelasan dari pengertian di atas adalah, bahwa komunikator membuat suatu keputusan untuk berkomunikasi. Komunikator juga menentukan tujuan dari penyampaian pesan yang akan dia lakukan. Di dalam menyampaikan pesan, komunikator harus melakukan encoding atau menciptakan sebuah pesan. Pesan merupakan suatu gagasan atau pengetahuan, persepsi dan perasaan.

Totok (1982:78) masih di dalam Fahrianoor (20014:11) mendefinisikan komunikator sebagai individu atau kelompok masyarakat yang mengambil prakarsa atau sedang mengadakan komunikasi dengan individu atau kelompok, yang menjadi sasarannya. Bisa disimpulkan bahwa komunikator adalah sumber komunikasi yang sekaligus bertindak sebagai penyandi. Kemudian dari pengertian tersebut kita bisa memahami dua hal yaitu :

1. Sumber komunikasi merupakan sumber dari informasi, ide – ide, gagasan, kehendak dan juga sumber yang memiliki kebutuhan atau maksud untuk berkomunikasi.
2. Penyandi adalah penerjemah ide – ide, informasi, kehendak, ke dalam simbol – simbol yang nantinya akan disampaikan kepada sasaran komunikasi.

Riyanto (1987:51-52) di dalam Tommy dan Fahrianoor (2004:12) mengatakan keefektifan komunikasi bergantung pada siapa dan bagaimana penyampaian pesan kepada audiens. Karena itu, komunikator memegang peranan penting di dalam penyuluhan.

### C. Produksi Pesan dalam Proses Komunikasi

Berlangsungnya sebuah proses komunikasi pada dasarnya sangat berkaitan dengan penyampaian dan penerimaan pesan informasi. Dalam hal ini, penyampaian pesan diproduksi oleh komunikator sebagai sebuah rangsangan, untuk kemudian diterima oleh komunikan dan ditanggapi sebagai respon atas rangsangan pesan yang diberikan. Selanjutnya, adanya pemahaman yang sama atas pesan yang disampaikan dapat memungkinkan adanya dinamisasi sebagai efek yang diperlihatkan.

Littlejohn (2002: 94) mengidentifikasikan konteks pesan ke dalam tiga kategori, yakni: message interpretation (interpretasi terhadap pesan informasi yang diterima); information organization (cara individu dalam mengelola informasi serta seberapa besar informasi mampu mempengaruhi sikap dan perilaku individu); dan judgement processes (penilaian dan evaluasi terhadap pesan informasi yang kita terima). Secara sederhana, tiga prinsip ini boleh dikatakan mengarah pada bagaimana pesan diproduksi, pesan diproses dan disampaikan, sampai pada pesan dapat diterima sekaligus dipahami oleh penerima pesan.

Berbicara mengenai pola komunikasi, proses penyampaian pesan di dalam komunikasi diawali dengan adanya tahap produksi pesan (message production) oleh komunikator. Dalam pemahaman ini, produksi pesan mengarah pada cara menyusun serta menyandikan sebuah “persetujuan” atas pesan yang dihasilkan, sekaligus menjawab seluruh pertanyaan atas pesan-pesan yang diproduksi tersebut. Adanya teori produksi pesan juga mengacu pada bagaimana proses produksi pesan terjadi dan mengapa seorang individu mampu memproduksi pesan tertentu dengan cara yang tertentu pula. (Miller, 2005: 105)

Adanya aspek kognitif mengenai pandangan konstruktivis dalam proses produksi pesan pada dasarnya memfokuskan pada bagaimana perbedaan yang antara individu dijelaskan dalam aspek kompleksitas kognitif yang dimiliki (Barelson dan Caplan, 1997 dalam Miller, 2005: 107). Dalam hal ini, penjelasan tersebut mengacu pada posisi seorang individu yang mempertimbangkan adanya individu lain serta konteks relationship yang terjalin di antaranya (Miller, 2005: 107).

Selain aspek kognitif, proses produksi pesan yang dibangun dalam sistem konstruktif juga mengarah pada aspek person-centered communication. Bernstein (1975) dalam Miller (2005: 107) mengidentifikasikan adanya individu sebagai pusat komunikasi akan menggunakan perluasan kode yang berkenaan dengan tujuan, perasaan, perspektif individu lain. Di lain sisi, pandangan ini akan turut membatasi keberadaan nilai-nilai budaya dan norma yang mengatur situasi dalam proses komunikasi.

Lebih jelas konsep ini mengarah pula pada bagaimana individu berperan dalam proses penginformasian, persuasi, bahkan manajemen konflik. Untuk itu, individu sebagai pusat pesan juga harus mampu memahami adanya kebutuhan dari pada pendengar (komunikan), beradaptasi dengan setiap kemungkinan yang akan muncul, serta fleksibel terhadap sejumlah tujuan yang akan dicapai dalam menjalankan proses komunikasi (Miller, 2005: 108)

### **C.1 Teori Message Design Logic**

Barbara O'Keefe menjelaskan adanya *message design logics* dalam produksi pesan. Pandangan tentang *message design logics* mengarah pada situasi interaktif yang memaparkan bahwa setiap individu memiliki logika masing-

masing yang digunakan untuk menyepakati satu di antara berbagai pilihan tujuan yang berbeda (Miller, 2005: 110). Hal ini didasari dari adanya gap antara tujuan individu yang berkenaan dengan kebutuhan instrumental serta kebutuhan yang nyata dihadapi sehingga perbedaan arah tujuan ini memungkinkan terjadinya konflik yang mengarah pada pemahaman komunikasi yang berbeda pula.

O’Keefe (1988) dalam Miller (2005: 110) menyimpulkan adanya pemahaman mengenai adanya variasi dalam strategi manajemen tujuan dalam komunikasi. Munculnya variasi dalam manajemen ini pada akhirnya menjadi prinsip tertentu yang digunakan sebagai alasan tentang bagaimana cara mengakhiri proses komunikasi yang dilakukan serta perbedaan pemahaman yang dikembangkan oleh setiap individu. Lebih jauh mengenai *message design logics*, O’Keefe (1988; 1990) dalam Miller, 2005: 110-111) mengemukakan tiga prinsip utama, yakni: *expressive design logic*, *conventional design logic*, dan *rhetorical design logic*.

#### *a Expressive design logic*

Menjelaskan tentang konteks bahasa sebagai media yang digunakan untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan. Dalam hal ini, arahan dari *message design logic* jenis ini adalah pada sejumlah aspek seperti: ekspresi diri individu, kejelasan ekspresi, keterbukaan dan kejujuran, serta isyarat langsung. Di sisi lain, prinsip ini justru memungkinkan adanya hubungan relasi yang kurang memperhatikan konteks komunikasi yang melingkupi.

#### *b. Conventional design logic*

Prinsip ini menyatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah permainan yang dimainkan secara bersama-sama seiring dengan adanya peraturan

sosial. pesan dinyatakan sebagai respon yang terkunci dan bersifat tetap sehingga hubungan yang terjalin dalam komunikasi merupakan sebuah aksi dan penentuan makna yang terbagi atas konteks. Selain itu, muncul adanya format-format kesopanan yang membatasi komunikasi sehingga sangat memungkinkan adanya ketepatan, sumber yang terkontrol, serta kerjasama setiap individu pelaku komunikasi.

*c. Rhetorical design logic.*

Prinsip ini mengarah pada sifat komunikasi sebagai kreasi serta negosiasi antara lingkungan sosial serta aspek sosial individu. Pesan dipahami sebagai sebuah konsensus sosial, dimana proses komunikasi akan berperan dalam menciptakan konteks tertentu sehingga akan terjadi pemahaman ulang mengenai konteks yang melingkupi komunikasi. proses produksi pesan dalam prinsip ini akan berjalan secara fleksibel, erat dengan adanya interpretasi, sekaligus mengarah pada pengalaman simbolik individu.

Sejumlah prinsip *message design logic* menurut O'Keefe di atas dalam kesimpulannya mengarah pada konteks tertentu tentang bagaimana komunikasi digunakan dalam situasi yang berbeda, baik itu dalam konteks tempat maupun waktu yang berbeda. Produksi pesan dalam komunikasi dibangun secara lebih luas dan interaktif, sekaligus memungkinkan adanya perbedaan fungsi yang melekat dalam komunikasi itu sendiri.

*Message design logic* adalah sebuah konstruksi gaya berkomunikasi yang mampu menganalisis bagaimana seorang komunikator mengkomunikasikan sebuah pesan. Teori *message design logic* tidak menyarankan model pesan mana

yang terbaik pada suatu situasi tertentu. Model pesan yang satu tidak lebih baik dari model pesan yang lain. Ketiga model pesan tersebut dirumuskan dengan alasan untuk membantu kita di dalam berkomunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Seorang individu di dalam berkomunikasi dituntut untuk mampu menyesuaikan dan menghargai berbagai desain pesan yang digunakan.

Selanjutnya mengenai produksi pesan oleh komunikator, konteks pesan mengarah pada pemrosesan pesan (*message processing*) dan penerimaan pesan (*message reception*). Dalam hal ini, individu dinyatakan sebagai pihak yang memiliki kognisi dan emosi yang bermain sebagai peran utuh (integral) di dalam sebuah situasi yang kompleks, terkait dengan proses penerimaan serta pemrosesan pesan yang terjadi di dalam dirinya (Miller, 2005: 124). Dapat dikatakan, individu menggunakan sejumlah peran kognisi dan pikirannya guna menerima pesan informasi yang masuk ke dalam dirinya, untuk kemudian diproses melalui pemahaman serta interpretasi yang diyakini.

Perbedaan pemaknaan mungkin dapat terjadi diantara produksi pesan dan penerimaan pesan sehingga menjelaskan adanya gap yang secara tidak langsung terjadi dalam proses komunikasi. Konteks ini menegaskan bahwa si pengirim pesan akan menggunakan perspektif serta pandangannya dalam mengirim ataupun memproduksi pesan. Begitu pula dengan komunikan sebagai penerima pesan, pihaknya juga akan menggunakan perspektif idealnya sebagai dasar untuk memahami serta memaknai pesan informasi yang diterima.

Selain itu dalam proses komunikasi, adanya proses penerimaan pesan mengarah pada konteks *message processing*. Proses ini berkaitan dengan bagaimana pesan dengan tipe tertentu dapat diterima oleh komunikan, dirancang

sedemikian rupa sesuai dengan sumber pesan guna mengubah ataupun mempengaruhi perilaku dari individu komunikan. Untuk itu, pandangan mengenai perspektif dalam penerimaan pesan ini juga mengarah pada konteks persuasi di dalam komunikasi yang dilakukan (Miller, 2005: 124).

#### **D. Penerimaan Pesan dalam Proses Komunikasi**

Berkenaan proses komunikasi, yaitu adanya proses penerimaan pesan mengarah pada konteks message processing. Proses ini berkaitan dengan bagaimana pesan dengan tipe tertentu dapat diterima oleh komunikan, dirancang sedemikian rupa sesuai dengan sumber pesan guna mengubah ataupun mempengaruhi perilaku dari individu komunikan. Untuk itu, pandangan mengenai perspektif dalam penerimaan pesan ini juga mengarah pada konteks persuasi di dalam komunikasi yang dilakukan (Miller, 2005: 124).

D.1 Tiga model persuasi di dalam proses penerimaan pesan (Miller, 2005: 125-127), yakni:

1. Teori disonansi kognitif

Teori disonansi kognitif dikembangkan oleh Leon Festinger (1957) dan merupakan teori yang menjelaskan tentang hubungan antara sikap dan perilaku individu (apa yang dipikirkan tentang sebuah isu dan bagaimana bersikap dalam menanggapi isu tersebut).

2. Teori tindakan beralasan

Teori ini dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (1980) dan menjelaskan tentang bagaimana sikap individu terhadap sebuah isu akan turut mempengaruhi perilaku individu dalam relevansinya terhadap isu yang muncul.

### 3. Teori penilaian sosial

Teori penilaian sosial adalah teori yang digagas oleh Muzafer Sherif dan Carolyn Sherif (1961; 1965). Teori ini merupakan teori yang menyatakan bahwa sikap individu akan mempengaruhi penilaian dan evaluasi kognitif sebagai sebuah perbandingan terhadap adanya pemahaman serta keyakinan terhadap sikap dan perilaku individu lain. Pemahaman mengenai teori ini berawal dari adanya gagasan tertentu, kemudian berkembang menjadi topik pembicaraan, dan selanjutnya mengarah pada penyusunan pernyataan dalam cakupan yang lebih luas.

Ketiga teori penerimaan pesan di atas dalam pada dasarnya dapat dinyatakan sebagai batasan ataupun prinsip yang menjelaskan bagaimana proses penerimaan pesan bekerja pada diri seorang individu. Berkaitan dengan proses komunikasi yang terjadi, individu sebagai komunikan yang menerima rangsangan pesan akan memproses penerimaan tersebut melalui aspek kognitif yang mereka miliki. Selanjutnya, penyesuaian tingkat kognisi individu terhadap pesan yang diterima ini akan turut mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap konteks pesan yang diterima (isu). Sebaliknya, pemengaruhan ini pun juga akan berkembang terhadap evaluasi dari seorang individu atas efek yang berhasil diciptakan melalui proses penerimaan pesan yang terjadi.

E.M Griffin dalam *a first look at communication theory* (2012) menjelaskan bahwa teori penilaian sosial yang dikembangkan oleh Muzafer Sherif, seorang psikolog dari Oklahoma University AS secara ringkas teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial dan isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan (*judgement*) yang terjadi dalam diri

orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses "mempertimbangkan" isu atau objek sosial tersebut menurut Sherif berpatokan pada kerangka rujukan (*reference points*) yang dimiliki seseorang. Kerangka rujukan inilah yang pada gilirannya menjadi "jangkar" untuk menentukan bagaimana seseorang memposisikan suatu pesan persuasif yang diterimanya. Lebih jauh Sherif menegaskan bahwa tindakan memposisikan dan menyortir pesan yang dilakukan oleh alam bawah sadar kita terjadi sesaat setelah proses persepsi. Disini kita menimbang setiap gagasan baru yang menerpa kita dengan cara membandingkannya dengan sudut pandang kita saat itu.

Secara ringkas teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial atau isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses mempertimbangkan isu atau objek sosial tersebut berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka inilah yang menjadi rujukan bagaimana seseorang memposisikan dan menyortir pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional.

Menurut Muzafer Sherif dalam buku E.M Griffin chapter 15, a first look at communication theory (194-198.p) ,ada 3 rujukan yang digunakan dalam merespons suatu stimulus yang dihadapi, ketiganya merupakan suatu hal yang terkait :

- a. *Latitude of acceptance* yang terdiri dari pendapat yang masih dapat diterima dan ditoleransi (setuju)

Proses pertimbangan di atas menurut Sherif & Hovland (1961) berlaku baik untuk pertimbangan fisik (misalnya; berat) maupun pengukuran sikap.

Walaupun demikian ada dua perbedaan antara pertimbangan terhadap situasi fisik yang bersifat obyektif dengan sikap. Dalam sikap, individu sudah membawa klasifikasinya sendiri dalam menilai suatu obyek dan ini mempengaruhi penerimaan atau penolakan individu terhadap obyek tersebut. Kedua, pertimbangan sosial (sikap) berbeda-beda dari satu individu ke individu yang lain, padahal dalam pertimbangan fisik tidak terdapat variasi yang terlalu besar. Perbedaan-perbedaan atau variasi antara individu ini mendorong timbulnya konsep-konsep tentang garis-garis lintang (*latitude*), Garis lintang penerimaan (*latitude of acceptance*) adalah rangkaian posisi sikap diterima atau ditolerir oleh individu. Garis lintang penolakan (*latitude of rejection*) adalah rangkaian posisi sikap yang tidak dapat diterima oleh individu. Garis lintang ketidakterlibatan (*latitude of noncommitment*) adalah posisi-posisi yang tidak termasuk dalam dua garis lintang yang pertama. Jadi individu tidak menerima, tetapi juga tidak menolak, acuh tak acuh. Interaksi antara garis-garis lintang inilah yang akan menentukan sikap individu terhadap pernyataan-pernyataan tertentu dalam situasi tertentu. Kalau pernyataan itu jatuh pada garis lintang penerimaan, maka individu akan setuju dengan pernyataan itu. Jika pernyataan itu jatuh ke garis lintang penolakan, individu tersebut akan tidak menyetujuinya

b. *Latitude of rejection* yang mencakup gagasan yang ditolak karena tidak rasional (tidak setuju)

Jika seseorang individu melibatkan dirinya sendiri dalam situasi yang dinilainya sendiri, maka ia akan menjadikan dirinya sendiri sebagai patokan. Hanya hal-hal yang dekat dengan posisinya mau diterimanya. Makin terlibat

individu itu, maka ambang penerimaannya makin tinggi dan makin sedikit hal-hal yang mau diterimanya. Asimilasi jadi makin kurang. Sebaliknya, ambang penolakan makin rendah, sehingga makin banyak hal-hal yang tidak bisa diterimanya. Hal ini makin terasa jika individu diperbolehkan menggunakan patokan-patokannya sendiri seberapa banyak pun dia anggap perlu.

c. *Latitude of no commitment* yang terdiri dari pendapat atau pesan persuasive yang tidak kita tolak dan tidak kita terima (netral)

Komunikasi, menurut Sherif & Hovland, bisa mendekatkan sikap individu dengan sikap-sikap orang lain, tetapi bisa juga malah makin menjauhkannya. Hal ini tergantung dari posisi awal individu tersebut terhadap posisi individu-individu lain. Jika posisi awal mereka saling berdekatan, komunikasi akan lebih memperjelas persamaan-persamaan antara mereka dan dekatnya posisi mereka sehingga terjadilah pendekatan-pendekatan. Tetapi sebaliknya, jika posisi awal sudah saling berjauhan, maka komunikasi malah akan mempertegas perbedaan dan posisi mereka akan saling menjauh. misalnya, jika seseorang terlibat dalam situasi isu, maka posisinya sendiri akan dijadikannya patokan. Terhadap sikap-sikap yang tidak jauh dari posisinya sendiri ia akan menilai ; cukup beralasan, dapat dimengerti dan sebagainya, suatu komunikasi dapat menggeser posisinya mendekati posisi-posisi lain tersebut. Sebaliknya, posisi-posisi yang jauh akan dinilai tidak beralasan, kurang wajar dan sebagainya, sehingga jika dalam hal ini tetap dilakukan komunikasi, maka akan terjadi efek bumerang dari komunikasi itu, yaitu posisi-posisi dari sikap-sikap itu malah akan makin menjauh.

Teori penilaian sosial juga menjelaskan dua macam efek yang timbul akibat proses mempertimbangkan pesan yaitu efek asimilasi dan efek kontras. Efek asimilasi cenderung dapat bisa diterima ketimbang keadaan yang sebenarnya. Masyarakat yang menjadi sasaran persuasi akan menilai pesan atau pernyataan tersebut tampak sejalan dengan patokannya. Sedangkan pernyataan yang berada dalam rentang penolakan akan tampak semakin berbeda karena sebenarnya secara teori kita memperbesar perbedaan dan pada akhirnya pesan dapat ditolak dengan mudah oleh masyarakat. (E.M Griffin: 2012)

Teori penilaian sosial juga menjelaskan tentang suatu pesan atau pernyataan diterima atau ditolak itu didasarkan atas peta kognitif kita sendiri terhadap pesan tersebut. Seseorang menerima atau menolak suatu pernyataan atau pesan-pesan tertentu, bergantung kepada keterlibatan egonya sendiri. Ketika orang menerima pesan, baik verbal ataupun nonverbal, mereka dengan segera men-judge (memperkirakan, menilai) di mana pesan harus ditempatkan dalam bagian otaknya dengan cara membandingkannya dengan pesan-pesan yang diterimanya selama ini.

Teori ini juga menjelaskan tentang bagaimana individu menilai pesan-pesan yang mereka terima. Teori penilaian sosial juga mampu memprediksi bahwa seseorang menerima atau menolak terhadap pesan-pesan yang masuk. Selain itu teori ini juga melahirkan hipotesis-hipotesis baru dan memperluas rentangan pengetahuan seseorang, termasuk kita ketika sedang menerima pesan-pesan, dan juga memiliki kekuatan terorganisir melalui pengorganisasian pengetahuan yang ada di dalam otak kita mengenai sesuatu.

### **E. PLKB (Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana)**

Dalam rangka mencapai tujuan pemerintah melalui program Keluarga Berencana Nasional, pemerintah menggunakan para Petugas Lapangan Keluarga Berencana atau juga sering disebut dengan PLKB untuk dapat mencapai sasaran yang dituju. Oleh sebab itu mereka harus memiliki kemampuan, bakat, kecakapan, dan sifat kepemimpinan, disamping menjalankan kegiatan-kegiatan, fungsi dan tanggung jawab, dan hal inilah yang biasa disebut dengan kredibilitas.

Kredibilitas merupakan suatu image atau gambaran audiens mengenai kepribadian komunikator. Seorang pendengar akan mendengarkan komunikator yang dinilai mempunyai tingkat kredibilitas tinggi yang dicirikan oleh *variabel-variabel attractiveness, motives, similarity, trustworthiness, expertness, dan origin of the message*. Sedangkan arti dari kredibilitas itu sendiri adalah kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan.

Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana yang baik hendaklah memiliki kredibilitas yang baik dihadapan para audiens atau para calon akseptor yang mengikuti setiap penyuluhan yang dilaksanakan. Karena dengan memiliki kredibilitas yang baik sebagai seorang komunikator KB, maka akan dapat lebih mudah untuk mempengaruhi dan meyakinkan para komunikan untuk mau mengikuti program Keluarga Berencana yang ditawarkan.

PLKB adalah pelayan masyarakat yg memiliki jiwa sosial yg tinggi, yg mengarahkan masyarakat dalam merencanakan keluarga yg sehat dan sejahtera, dmn dlm memberikan informasi hrs profesional tanpa didasari motif profit oriented shg user dpt memilih alat kontrasepsi yg aman, nyaman dan sehat serta tepat sasaran, jgn sebaliknya dgn memberi informasi yg kurang jelas shg dpt

merugikan kesehatan user, bravo buat plkb mari sadarkan masyarakat agar ber kb sehat, aman dan nyaman

Kegiatan penyuluhan sebagai penyebaran pesan yang dilakukan oleh para PLKB menggunakan sistem KIE (Komunikasi, Informasi, Edukasi). Untuk dapat memahami tentang pengertian KIE maka penulis akan menjabarkan pengertiannya secara satu persatu, dimulai dari pengertian komunikasi, komunikasi disini lebih menitik beratkan pada komunikasi sebagai proses penyebaran dan penerimaan pesan. Komunikasi dalam penyuluhan keluarga berencana oleh PLKB adalah usaha sistematis untuk mempengaruhi perilaku positif di masyarakat, dengan menggunakan prinsip dan metode komunikasi. Informasi adalah keterangan, gagasan maupun kenyataan yang perlu diketahui masyarakat (pesan yang disampaikan).

Edukasi adalah proses perubahan perilaku ke arah yang positif. tugas dari PLKB adalah selain sebagai motivator adalah sebagai penyebarar pesan, dalam memberikan motivasi dan penyebar pesan, para PLKB melakukannya dengan cara konseling. Ada beberapa jenis konseling KB, yaitu :

a. Konseling Awal

1. Bertujuan menentukan metode apa yang diambil.
2. Bila dilakukan dengan objektif langkah ini akan membantu klien untuk memilih jenis KB yang cocok untuknya.

Yang perlu diperhatikan dalam langkah ini :

1. Menanyakan langkah yang disukai klien.
2. Apa yang diketahui tentang cara kerjanya, kelebihan dan kekurangannya.

b. Konseling Khusus

1. Memberi kesempatan untuk bertanya tentang cara KB dan membicarakan pengalamannya.
2. Mendapatkan informasi lebih rinci tentang KB yang diinginkannya.
3. Mendapatkan bantuan untuk memilih metoda KB yang cocok dan mendapatkan penerangan lebih jauh tentang penggunaannya.

c. Konseling Tindak Lanjut

1. Konseling lebih bervariasi dari konseling awal.
2. Pemberi pelayanan harus dapat membedakan masalah yang serius yang memerlukan rujukan dan masalah yang ringan yang dapat diatasi di tempat.

Sedangkan tahapan konseling yang dilakukan oleh para Petugas Lapangan Keluarga Berencana ada enam tahap, yaitu :

a. Kegiatan KIE

1. Sumber informasi pertama tentang jenis alat atau metode KB dari petugas lapangan KB.
2. Pesan yang disampaikan :
  - Pengertian dan manfaat KB bagi kesehatan dan kesejahteraan keluarga.
  - Proses terjadinya kehamilan pada wanita (yang kaitannya dengan cara kerja dan metode kontrasepsi).
  - Jenis alat atau metode kontrasepsi, cara pemakaian, cara kerjanya serta lama pemakaian.

b. Kegiatan Bimbingan

- Tindak lanjut dari kegiatan KIE dengan menjanging calon peserta KB.
- Tugas penjaringan : memberikan informasi tentang jenis kontrasepsi lebih objektif, benar dan jujur sekaligus meneliti apakah calon peserta memenuhi syarat.
- Bila iya rujuk ke KIP/K

c. Kegiatan Rujukan

1. Rujukan calon peserta KB, untuk mendapatkan pelayanan KB.
2. Rujukan peserta KB, untuk menindaklanjuti komplikasi.

d. Kegiatan KIP/K(Komunikasi Interpersonal / Kelompok)

Dalam kegiatan KIP/K terdiri atas beberapa tahapan yaitu :

1. Menjajaki alasan pemilihan alat
2. Menjajaki apakah klien sudah mengetahui atau paham tentang alat kontrasepsi tersebut.
3. Menjajaki apakah kolmiemnitathouuastearu tidak alat kontrasepsi lain.
4. Bila belum, berikan informasi.
5. Memberi klien kesempatan untuk mempertimbangkan pilihannya kembali.
6. Membantu klien mengambil keputusan.
7. Beri klien informasi, apapun pilihannya, klien akan diperiksa kesehatannya.
8. Hasil pembicaraan akan dicatat pada lembar konseling.

e. Kegiatan Pelayanan Kontrasepsi

1. Pemeriksaan kesehatan : anamnesis dan Px. Fisik .
2. Bila tidak ada kontra indikasi pelayanan kontrasepsi dapat diberikan.
3. Untuk kontrasepsi jangka panjang perlu inform consent.

f. Kegiatan Tindak Lanjut

Petugas melakukan pemantauan keadaan peserta KB dan diserahkan kembali kepada PLKB. Dalam melakukan tugasnya para Petugas Lapangan Keluarga Berencana berpedoman pada “10 Langkah Kerja PLKB/PKB”. Kesepuluh langkah tersebut adalah :

1. Pendekatan Tokoh Formal

Menumbuhkan hubungan kerjasama dengan para tokoh formal seperti Camat, Kepala Desa atau Kelurahan untuk mendapatkan dukungan operasional sesuai dengan peran masing-masing.

2. Pendataan dan Pemetaan

Suatu proses kegiatan-kegiatan pengumpulan, pencatatan, pengolahan, penganalisaan dan penyajian data yang bertujuan untuk mengetahui situasi wilayah kerja sebagai bahan perencanaan penggarapan kegiatan KB.

3. Pendekatan Tokoh Informal

Melakukan hubungan kerjasama dengan tokoh informal seperti tokoh agama, adat dan tokoh pemuda agar mereka memberikan komitmen, dukungan operasional dan peran aktif dalam pelaksanaan program KB Nasional.

#### 4. Pembentukan Kesepakatan

Suatu proses yang dilakukan secara sistematis untuk mencapai kesepakatan politis dan teknis penggarapan program KB Nasional dari para tokoh formal dan informal.

#### 5. Pemantapan Kesepakatan

Suatu proses untuk memantapkan tokoh formal dan informal agar berperan aktif sesuai dengan hasil kesepakatan yang telah diputuskan bersama dalam rakor KB.

#### 6. KIE oleh Tokoh Masyarakat

Mempersiapkan tokoh masyarakat dalam rangka menanamkan pengertian dan meningkatkan pengetahuan, ketrampilan agar mampu melaksanakan Program KBN sesuai dengan kondisi daerah.

#### 7. Penteladanan atau Pembentukan Group Pelopor

Suatu kegiatan menyeleksi dan memotivasi keluarga agar menjadi teladan atau kader dan berperan aktif dalam pengelolaan Program KB Nasional.

#### 8. Pelayanan KB

Suatu proses kegiatan yang dilakukan dalam mempersiapkan pelayanan teknis kepada sasaran, sesuai dengan jenis pelayanan yang dibutuhkan oleh keluarga baik yang menyangkut kegiatan PUP (Pendewasaan Usia Perkawinan), pengaturan kelahiran, pembinaan ketahanan keluarga dan peningkatan kesejahteraan keluarga.

#### 9. Pembinaan Keluarga

Pembinaan keluarga melalui kegiatan membimbing, mengarahkan, mengaktifkan serta mengembangkan keluarga dalam melaksanakan fungsi-

fungsi keluarga melalui pembinaan kepada tokoh masyarakat dan institusi masyarakat.

#### 10. Pencatatan, Pelaporan, dan Evaluasi

Kegiatan mencatat, melaporkan, dan mengevaluasi hasil-hasil kegiatan yang telah dilaksanakan disetiap wilayah sesuai dengan pedoman dan ketentuan yang berlaku.

### **F. Akseptor KB Vasektomi**

*Vasektomi* atau Medis Operasi Pria (MOP) menurut (Hanafi, 2004) adalah merupakan suatu metode kontrasepsi operatif minor pada pria yang sangat aman, sederhana dan sangat efektif, memakan waktu operasi yang singkat dan tidak memerlukan anastesi umum. Selain itu ada pendapat lain mengenai *vasektomi* atau MOP merupakan metode sterilisasi dengan cara mengikat saluran sperma (*vas deferens*) pria (Atikah dkk, 2010).

(Prawirohardjo, 2005) mengatakan bahwa *vasektomi* merupakan tindakan pada kedua saluran bibit pria yang mengakibatkan orang atau pasangan yang bersangkutan tidak akan mendapat keturunan lagi. Dari berbagai pendapat mengenai *vasektomi* dapat dikatakan bahwa *vasektomi* merupakan alat kontrasepsi jenis sterilisasi melalui pembedahan dengan cara memotong saluran sperma yang menghubungkan testikel (buah zakar) dengan kantung sperma sehingga tidak ada lagi kandungan sperma di dalam ejakulasi air mani pria .

Dari buku saku yang dimiliki oleh PLKB ada kriteria atau persyaratan untuk jadi akseptor *vasektomi* , Suami dari Pasangan Usia Subur yang terikat perkawinan yang sah dan harmonis dengan syarat :

1. Sukarela dan telah mendapat informasi tentang *vasektomi*

2. Tidak ingin punya anak lagi
3. Mendapat persetujuan dari isteri
4. Jumlah anak sudah ideal (Minimal 3), dan umur anak terkecil sudah harus berumur diatas dua tahun, sehat jasmani dan rohani
5. Umur calon tidak kurang dari 35 tahun, dan umur isteri tidak kurang dari 30 tahun dan tidak lebih dari 45 tahun
6. Menandatangani formulir persetujuan dari Isteri.

*Vasektomi* atau medis operasi pria merupakan metode kontrasepsi yang efektif, merupakan metode kontrasepsi pria yang permanen. tidak ada efek samping jangka panjang, sehingga tidak berpengaruh terhadap kemampuan maupun kepuasan hubungan seksual. tindakan bedah yang aman dan sederhana, hanya memerlukan beberapa menit dan menggunakan bius local serta efektif setelah 20 ejakulasi atau 3 bulan, sebelum itu pasangan harus menggunakan kondom. Selain itu perlu di ingat juga bahwa konseling dan informed consent mutlak diperlukan. (Saifuddin,2006)

#### **G. Penelitian yang relevan**

Semenjak program keluarga berencana mulai diterapkan berbagai penelitian yang bertemakan tentang “PLKB”, mulai dari sistem kerja PLKB, keanggotaan PLKB, kinerja PLKB dimasyarakat.

Seperti pada tesis Dyah Retno Pratiwi Susanty Sinaga tahun 2012 yang berjudul Komunikasi Kesehatan Dan Perilaku Akseptor Kb Mantab Studi Kasus Pengaruh Komunikasi Kesehatan Oleh Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana Terhadap Perilaku Akseptor Mantab Mop Di Kelurahan Gilingan, Kecamatan

Banjarsari, Surakarta. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan dilakukan oleh Petugas Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) sehingga dapat mempengaruhi perilaku akseptor KB mantab MOP di Kelurahan Gilingan Kecamatan Banjarsari adalah sudah tepat dengan menggunakan komunikasi persuasif, Sehingga dengan komunikasi persuasif keuntungan yang diperoleh adalah petugas tidak memaksa, sehingga kemungkinan timbulnya perselisihan karena perbedaan pendapat dapat diminimalisir, dan pada akhirnya hubungan baik antara petugas PLKB dengan masyarakat dapat terjalin dengan baik.

Selanjutnya dalam penelitian tesis yang dilakukan oleh Yudi Adiana yang berjudul Penerimaan Kontrasepsi *Vasektomi* Di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur menyimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan *vasektomi* di pengaruhi oleh pengetahuan, sikap pasangan, persepsi, manfaat *vasektomi* dan dukungan istri dalam penggunaan *vasektomi*. Peran tenaga kesehatan dalam menyebarkan informasi, memberi motivasi dan memfasilitasi pelayanan *vasektomi* dan dukungan dari lingkungan masyarakat juga mempengaruhi penerimaan terhadap *vasektomi*.

Kemudian dapat dikatakan juga bahwa penerimaan *vasektomi* di Kecamatan Wanasaba sudah baik karena adanya peran yang besar dari kader dan PLKB yang menyebarkan informasi tentang *vasektomi*, tetapi perlu meningkatkan promosi dan motivasi tentang kontrasepsi *vasektomi* kepada masyarakat, dengan peningkatan kapasitas PLKB dan menambah jumlah motivator KB, selain itu perlu diadakan pelatihan kader untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang *vasektomi*.

Jurnal penelitian yang berjudul "*Broadcast Media in Family Planning*

*Matters in Rural Nigeria: The Ebelle Scenario*”, yang ditulis oleh Osakue Stevenson Omoera, tahun 2010.<sup>35</sup> Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa radio dan televisi, dengan program tertentu telah membantu dalam penyebaran informasi yang relevan tentang Keluarga Berencana di pedesaan. Disana juga dikatakan bahwa media penyiaran harus dikerahkan secara besar-besaran untuk menyebarkan pesan-pesan yang relevan, seperti macam-macam alat kontrasepsi, ukuran KB, MOW, penyakit menular kelamin, gizi buruk, dan hal-hal lain yang dapat berpotensi menghambat kesejahteraan keluarga. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk kemajuan keluarga di pedesaan Nigeria.

Selanjutnya dari jurnal penelitian yang berjudul “The Impact of Mass Media in Using Contraceptives among Married Males-A study from Hatiya VDC of Makawanpur, Nepal”, tahun 2010. Mengatakan bahwa media massa, baik media cetak maupun elektronik merupakan alat promosi yang efektif untuk menyampaikan pesan tentang Keluarga Berencana, mereka menjadi termotivasi untuk membahas masalah alat kontrasepsi dengan pasangannya. Selain itu pemilihan media untuk mendukung penyampaian pesan harus tepat, agar dapat menjangkau khalayak yang besar. Selain itu juga harus ada saluran pendukung, seperti media cetak dan komunikasi inter personal. Hal ini juga sangat memiliki hubungan yang positif dengan usia, tingkat pendidikan, pendapatan, persetujuan mitra, dan membahas rencana keluarga dengan pasangan.

Penelitian yang relevan selanjutnya berasal dari jurnal internasional yang berjudul “*The Involvement of Men in Family Planning An Application of Transtheoretical Model in Wolaita Soddoo Town South Ethiopia*”, yang

dipublikasikan 15 Maret 2010. Disini menyatakan bahwa tujuan menilai keterlibatan orang dalam preferensi fertilitas dan kontrasepsi, maka dapat disimpulkan bahwa kurang lebih 96% responden sudah mengetahui dan akrab paling tidak dengan satu alat kontrasepsi. Perilaku pria dalam tahap menggunakan metode KB pria 26,7%.

#### **H. Kerangka Berfikir**

Proses komunikasi yang dilakukan oleh penyuluh KB merupakan salah satu agenda dari kegiatan program Keluarga Berencana. Penyuluhan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai program Keluarga Berencana khususnya program KB *vasektomi*. Didalam penyuluhan, berperan sebagai komunikator, atau sumber pesan dan penyebar pesan adalah penyuluh. Selain itu penyuluh juga mempunyai peran untuk menyampaikan informasi dan juga mempersuasi audiens untuk ikut menjalankan program Keluarga Berencana khususnya program KB vasektomi.

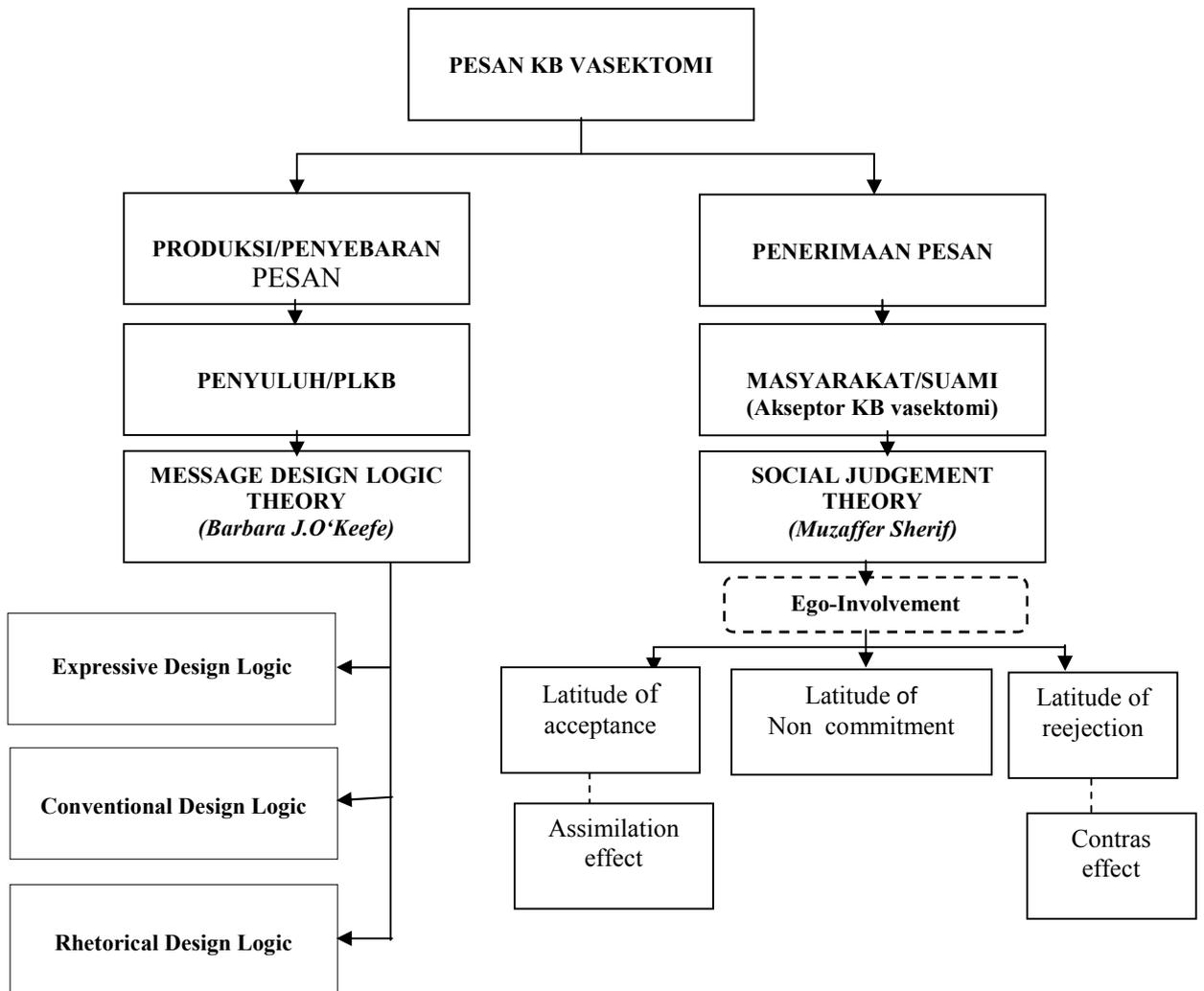
Berperan sebagai seorang komunikator, sekaligus penyebar pesan seorang penyuluh memiliki pengaruh yang besar program Keluarga Berencana. Berhasil atau tidak tersampainya pesan kepada audiens berdasar pada siapa dan bagaimana pesan disampaikan. Berdasarkan hal tersebut, maka petugas penyuluh program Keluarga Berencana memegang peran penting di dalam keberhasilan program yang dijalankan.

Produksi pesan adalah bagaimana suatu pesan disampaikan. Penyuluh program Keluarga Berencana harus mampu memproduksi pesan yang sesuai dengan audiens mereka. Produksi atau penyebaran pesan menentukan apakah komunikasi yang dilakukan berjalan efektif atau tidak. Karena hal itu, penelitian

ini ingin melihat bagaimana penyuluh program Keluarga Berencana sebagai seorang komunikator memproduksi pesan.

Selain produksi pesan oleh komunikator, konteks pesan selanjutnya mengarah pada pemrosesan pesan (*message processing*) dan penerimaan pesan (*message reception*). Selanjutnya dalam penerimaan pesan dari ketiga teori penerimaan pesan dapat artikan sebagai batasan ataupun prinsip yang menjelaskan bagaimana proses penerimaan pesan bekerja pada diri seorang individu. Berkaitan dengan proses komunikasi yang terjadi, individu sebagai komunikan yang menerima rangsangan pesan akan memproses penerimaan tersebut melalui aspek kognitif yang mereka miliki. Selanjutnya, penyesuaian tingkat kognisi individu terhadap pesan yang diterima ini akan turut mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap konteks pesan yang diterima (isu). Sebaliknya, pemengaruhan ini pun juga akan berkembang terhadap evaluasi dari seorang individu atas efek yang berhasil diciptakan melalui proses penerimaan pesan yang terjadi.

Selain produksi pesan oleh komunikator, konteks pesan selanjutnya mengarah pada pemrosesan pesan dan penerimaan pesan. didalam proses ini, individu dinyatakan sebagai pihak yang memiliki kognisi dan emosi yang bermain sebagai peran utuh (*integral*) di dalam sebuah situasi yang kompleks, terkait dengan konteks proses penerimaan serta pemrosesan pesan yang terjadi di dalam dirinya. Dengan kata lain, individu akan menggunakan sejumlah peran kognisi dan pikiran guna menerima pesan informasi yang masuk kemudian diproses melalui pemahaman serta interpretasi yang diyakini.



Gambar 1. Bagan kerangka Pemikiran