

Komunikasi Persuasif Motivator Keluarga Berencana pada Calon Akseptor dalam Meningkatkan Pengguna Vasektomi di Kabupaten Bantul Tahun 2018 – 2019

Persuasive Communication of Family Planning Motivators to Prospective Acceptors in Effort to Increase Vasectomy Acceptors in Bantul Regency 2018 - 2019

Akhmalia Miftakhul Ulung^{1,a}

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

^aakhmalia.ulung@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.18196/igpp.5189>

	<p>ABSTRACT</p> <p><i>This study attempts to analyze persuasive communication which exercised by male family planning motivators to their prospective acceptors in order to increase the users of vasectomy in Bantul Regency. The background of research is due to lack of knowledge possessed by society about vasectomy. All this time, the application of contraception is charged to a woman, whereas family planning is a responsibility for a husband and wife. This research's categorized as a descriptive qualitative research, using interview as an approach to collect the data, population taken in this research include three family planning motivators and the acceptors spread throughout bantul city. The conclusion of this research shows that communications exercised by male family planning motivators dominated by face-to-face meetings with relax ambience and tend to use reciprocity and integration communication technique. The main obstacle motivators have is the prohibition from a wife of prospective acceptors to undergo vasectomy.</i></p> <p><i>Keyword: Persuasive Communication, Motivators of Family Planning, Vasectomy</i></p> <p>ABSTRAK</p> <p>Studi ini berusaha menganalisis tentang komunikasi persuasif yang dilakukan oleh motivator Keluarga Berencana (KB) pria pada calon akseptor untuk meningkatkan pengguna vasektomi di Kabupaten Bantul. Penelitian ini dilatarbelakangi karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang vasektomi. Selama ini penggunaan kontrasepsi dibebankan pada perempuan, padahal urusan KB merupakan tanggung jawab suami maupun istri. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang pengumpulan datanya menggunakan wawancara. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah para motivator KB sejumlah tiga orang dan masing – masing akseptornya yang tersebar di Kabupaten Bantul. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan motivator KB didominasi oleh pertemuan tatap muka dengan suasana yang santai dan cenderung lebih banyak menggunakan teknik ganjaran dan teknik integrasi. Adapun hambatan utama para motivator KB adalah larangan dari istri calon akseptor untuk melakukan vasektomi.</p> <p>Kata kunci: Komunikasi Persuasif; Motivator KB; Vasektomi</p>
--	--

PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar ke empat di dunia, setelah Tiongkok, India dan Amerika Serikat, isu kependudukan di Indonesia menjadi prioritas bagi pemerintah. Dengan Program Keluarga Berencana diharapkan pasangan usia subur dapat mengatur kelahiran anak, jarak dan usia ideal melahirkan, mengatur kehamilan, melalui promosi, perlindungan dan bantuan sesuai dengan hak reproduksi untuk mewujudkan keluarga yang berkualitas. Dalam program Keluarga Berencana, terdapat berbagai jenis metode kontrasepsi yang dibedakan menjadi metode non hormonal antara lain Metode Amenore Laktasi (MAL), kondom, Alat Kontrasepsi Dalam Rahim (AKDR), Abstinensia (Kalender), Kontrasepsi Mantap (Tubektomi dan Vasektomi) dan metode hormonal yaitu progesterin: pil, injeksi dan implan, kombinasi: pil dan injeksi (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2013:13). Berdasarkan SDKI (Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia) 2017 Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi menempati posisi teratas dalam penggunaan kontrasepsi yaitu 76%, artinya ada 76% pasangan usia subur di Daerah Istimewa Yogyakarta sudah menggunakan kontrasepsi. Dengan besarnya penggunaan kontrasepsi di Daerah Istimewa Yogyakarta berdampak baik pada menurunnya TFR (*Total Fertility Rate*). TFR adalah jumlah anak yang dilahirkan oleh perempuan pada usia produktif yang dihitung per 1000 perempuan. TFR di Daerah Istimewa Yogyakarta menempati posisi ke tiga provinsi yaitu 2,2.

Tabel 1.1 Realisasi Peserta KB Aktif Menurut Jenis Kontrasepsi dan Kabupaten/Kota di Provinsi D.I. Yogyakarta, 2017

No.	Jenis Kontrasepsi					
	Kota/ Kabupaten	IUD (Spiral)	MOP (Vasektomi)	MOW (Tubektomi)	Susuk (Implan)	Suntik
1.	Kulon Progo	1.059	570	1.983	6.168	19.341
2.	Bantul	26.059	1.047	5.029	5.318	51.330
3.	Gunungkidul	19.395	502	4.260	11.905	45.166
4.	Sleman	29.152	699	5.434	5.624	47.674
5.	Kota Yogyakarta	9.817	200	1.832	825	8.555
6.	D.I. Yogyakarta	94.682	3.018	18.538	29.840	172.066

Sumber: Yogyakarta dalam Angka (2017)

Berdasarkan data di atas, penggunaan alat kontrasepsi masih didominasi kaum perempuan dengan metode suntik yang paling banyak digunakan. IUD, tubektomi, susuk dan suntik merupakan metode kontrasepsi yang digunakan untuk perempuan. Partisipasi laki – laki dalam mengikuti Program Keluarga Berencana khususnya Metode Operasi Pria atau yang biasa disebut vasektomi masih sangat rendah. Vasektomi adalah salah satu jenis metode kontrasepsi yang dikhususkan untuk laki – laki. Menurut istilah medis, vasektomi merupakan prosedur pembedahan minimal invasif yang dilakukan pada laki – laki yang akan membuatnya tidak mampu ejakulasi sperma. Jalur keluarnya sperma akan diblokir dan dijahit sehingga sperma tidak bisa keluar. Akan tetapi laki – laki masih tetap bisa ejakulasi namun hanya air mani saja, tanpa ada kandungan sperma (<https://www.merdeka.com/sehat/8-fakta-mengejutkan-tentang-vasektomi-sudah-tahu.html> diakses pada 14 Maret 2018 pukul 19.43 WIB). Vasektomi merupakan jenis kontrasepsi jangka panjang yang hanya dilakukan sekali seumur hidup sehingga hanya laki – laki yang tidak menginginkan anak lagi yang bisa menggunakan. Menurut Widoyo (2011), metode vasektomi merupakan bentuk alat kontrasepsi yang efektif dengan angka kegagalan langsungnya 1 dalam 1000.

Metode vasektomi sangat efektif untuk mencegah kehamilan. Tetapi banyak rumor negatif yang berkembang di masyarakat tentang vasektomi. Banyak masyarakat yang keliru memahami vasektomi, seperti vasektomi dapat berdampak terhadap fungsi seksual (disfungsi seksual). Hal tersebut menyebabkan rendahnya pemanfaatan vasektomi sebagai alat kontrasepsi untuk laki – laki. Pelaksanaan KB pria memang sulit untuk dilaksanakan. Hal tersebut disebabkan beberapa faktor antara lain; kurangnya sosialisasi dan promosi tentang KB pria; adanya persepsi bahwa perempuan arget program KB; keterbatasan akses pelayanan KB pria; ketidaknyamanan dalam penggunaan KB pria (kondom); terbatasnya metode kontrasepsi pria; rendahnya pengetahuan pria terhadap KB; kualitas pelayanan KB pria belum memadai; istri tidak mendukung suami ber-KB; adanya stigmatisasi tentang KB pria di masyarakat; kondisi politik, sosial, budaya masyarakat, agama dan komitmen pemerintah masih belum optimal dalam mendukung KB pria. (Anggraini, 2016: 2).

Dalam menyosialisasikan program vasektomi diperlukan komunikasi kepada calon akseptor KB. Dalam hal ini komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi persuasif. Colman (dalam Fatah dalam Suciati, 2015:237) menyatakan bahwa persuasi merupakan proses pengubahan sikap yang dilakukan melalui presentasi pesan yang bermuatan argumen – argumen yang melemahkan atau menguatkan seseorang, objek maupun tempat seseorang dalam mengarahkan sikapnya.

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) telah mewadahi kaum laki – laki untuk saling bertukar pengetahuan dan pengalaman tentang Keluarga Berencana dengan membentuk Kelompok Keluarga Berencana Pria (KKB Pria). Dalam forum tersebut, terdapat motivator KB Pria yang merupakan pengguna vasektomi yang membagikan pengalamannya tentang penggunaan vasektomi kepada masyarakat khususnya calon akseptor agar mereka bisa lebih memahami tentang vasektomi dan motivator KB pria ini juga memberikan Komunikasi, Infomasi dan Edukasi (KIE) kepada masyarakat tentang rumor – rumor keliru yang telah menyebar di masyarakat tentang vasektomi, sehingga diharapkan dengan kehadiran motivator KB pria ini banyak laki – laki yang mau melakukan Metode Operasi Pria Vasektomi. Lebih dari itu, para motivator memiliki tugas untuk mengajak dan memotivasi masyarakat untuk melakukan vasektomi agar penggunaannya meningkat. Mereka biasa bertemu dengan calon akseptor dengan *face to face*. Tak hanya laki – laki, perempuan juga bisa menjadi motivator KB dengan syarat suaminya harus sudah melakukan Metode Operasi Pria (MOP).

METODE PENELITIAN

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.

b. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Karl Weick (dikutip dari Seltiz, dkk, 1976:253) (dalam Rakhmat, 2000: 83) mendefinisikan observasi sebagai pemilihan, pengubahan, pencatatan dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan – tujuan empiris.

2. Wawancara

Esterberg (dalam Sugiyono, 2016: 231) mendefinisikan interview sebagai berikut. “A *meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*” (Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu).

c. Teknik Pengambilan Informan

Informan dalam penelitian ini merupakan pasangan Motivator KB – calon akseptor. Pemilihan informan, khususnya motivator sebagai sumber data dalam penelitian berdasarkan atas penguasaan materi, penguasaan masalah, pengalaman, memiliki data dan bersedia memberikan

data yang akurat dan lengkap. Sedangkan calon akseptor adalah orang yang sudah “dipersuasi” oleh motivator. Dalam penelitian ini, informan didapat dengan sampel bola salju (*snowball sampling*). Teknik *snowball sampling* dipilih karena peneliti tidak tahu pasti sebaran populasi penelitiannya, peneliti hanya tahu satu atau dua orang yang berdasarkan penilaian peneliti dapat dijadikan informan pertama. Dari informan pertama peneliti akan mendapatkan informan lain. Setelah melakukan wawancara dengan informan pertama, peneliti meminta nama, alamat dan/atau nomor telepon yang bisa dihubungi dan kira – kira bersedia diwawancarai (Pujileksono, 2015: 117).

d. Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis interaktif milik Miles dan Huberman yang dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1.Reduksi data

Reduksi data merupakan proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan data yang dilakukan selama proses penelitian berlangsung sehingga dapat ditarik kesimpulan. Mereduksi data berarti meringkas, memfokuskan pada hal yang penting, mencari pola dan tema sesuai permasalahan peneliti.

2.Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif ini, penyajian data berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lain sebagainya. Penyajian data yang akan digunakan dalam penelitian kualitatif ini berupa teks naratif hasil pencatatan di lapangan. Penyajian data dilakukan untuk mengetahui apa yang sedang terjadi dan tindakan atau langkah apa yang selanjutnya diambil.

3.Penarikan kesimpulan

Setelah melakukan reduksi dan penyajian data, peneliti akan melakukan penarikan kesimpulan. Kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah pada penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berubah berdasarkan apa yang terjadi di lapangan. Setelah melakukan penarikan kesimpulan, peneliti akan melakukan verifikasi untuk memastikan kebenaran data. Makna yang dirumuskan peneliti harus diuji kebenaran dan kecocokannya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna, ia harus menggunakan pendekatan emik, yaitu kacamata *key informant*, dan bukan penafsiran makna menurut pandangan peneliti (pendekatan etik) (Usman, dkk, 2017: 135).

e. Uji Validitas Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data untuk menguji keabsahan data. Teknik triangulasi adalah teknik memeriksa data dengan menggunakan data lain sebagai pembandingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di Kabupaten Bantul, karena Bantul merupakan kabupaten dengan jumlah akseptor vasektomi terbesar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Informan yang diambil sebanyak 3 pasang motivator KB – akseptor yang tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Bantul. Para informan yang diambil memiliki latar belakang yang berbeda – beda, ada yang ekonominya tergolong kurang mampu, ada yang dikategorikan menengah ke atas. Masing-masing motivator tersebut adalah SY, ST dan WY.

a. Bentuk Komunikasi

SY merupakan seorang motivator KB yang biasa melakukan motivasi kepada calon akseptor di tempat kerja dan dimanapun dia berada. Dalam melakukan komunikasi persuasif, dia tidak pernah merencanakan. Namun niat tersebut sudah dia tanamkan sejak pertama kali menjadi motivator. Dia akan selalu berusaha membuat orang – orang di sekitarnya mengikutinya. SY sering memberikan sosialisasi di forum, baik acara yang dia buat sendiri atau dia diundang sebagai pembicara. Ketika menyampaikan sosialisasi, peserta tidak langsung tertarik dengan apa yang disampaikan SY. Baru beberapa hari atau beberapa minggu kemudian, ada yang tertarik dengan vasektomi. Di waktu inilah

komunikasi antar pribadi akan terjalin. Dia biasa melayani calon akseptornya untuk berkonsultasi di rumahnya.

ST selalu bertemu dengan calon akseptornya secara pribadi dan jarang sekali melakukan komunikasi persuasif di forum. Menurut ST, komunikasi antar pribadi membuatnya lebih nyaman karena bisa fokus memahani calon akseptornya. Biasanya dia mengajak calon akseptornya bertemu di warung bakmi milik temannya agar suasana lebih santai.

Tidak seperti motivator KB pria lain yang memotivasi para laki – laki, WY terlebih dahulu memotivasi para istri. Ini tak lain karena memang dia seorang perempuan. Menurutnya, dengan begitu sang istri akan membujuk suaminya untuk melakukan vasektomi dan ketika suami tertarik barulah berkomunikasi dengan WY.

b. Pesan Verbal dan Nonverbal dalam Komunikasi Persuasif

1. Pesan Verbal

1. SY

SY selalu menggunakan bahasa sehari – hari untuk menyampaikan pesan, karena menurutnya cara ini akan lebih efektif dan efisien daripada menggunakan bahasa yang formal. Kebanyakan calon akseptor SY adalah tetangganya sendiri dan teman – temannya. Para calon akseptor SY rata – rata berasal dari kalangan menengah ke bawah. Ketika belajar mengenai vasektomi, tentu kita akan banyak menemui istilah – istilah ilmiah yang cukup susah dimengerti masyarakat awam. Agar pesan yang dibuat SY tersampaikan dengan baik kepada calon akseptornya, ia tidak menggunakan istilah – istilah ilmiah tersebut ketika berkomunikasi, melainkan menerjemahkan istilah tersebut ke dalam Bahasa Jawa atau bahasa yang sering mereka pakai sehari – hari. Jika dilihat dari intonasi, SY memiliki intonasi yang diatur sedemikian rupa dengan penekanan – penekanan yang pas sehingga enak didengar. SY juga sangat memperhatikan kecepatan suara, tidak terlalu cepat dan tidak terlalu lambat karena kebanyakan calon akseptornya adalah orang yang sudah di atas 40 tahun maka tidak boleh terlalu cepat agar tidak salah tangkap. Agar proses komunikasi berjalan dengan lancar dan tidak menimbulkan ketegangan, SY sering melontarkan gurauan.

2. ST

ST selalu menggunakan bahasa sehari – hari dalam berkomunikasi, karena terkesan lebih akrab. Karena dia tinggal di Bantul yang notabenehnya penduduk jawa, ia menggunakan bahasa jawa sehari – hari.

Karena tidak ingin menggurui calon akseptornya, terlebih dahulu ia mencari tahu latar belakang akseptornya sehingga ketika melakukan komunikasi dia bisa memahami calon akseptornya dan tidak salah memperlakukannya. ST selalu melontarkan candaan ketika melakukan komunikasi persuasif. Ini dilakukan agar suasana tidak terlalu serius.

3. WY

Berdasarkan hasil wawancara dengan WY, peneliti mendapatkan informasi bahwa WY merupakan motivator KB yang ketika melakukan komunikasi persuasif dengan calon akseptornya sangat berhati – hati dengan pemilihan kalimatnya. WY merangkai pesan sedemikian rupa agar calon motivator tertarik untuk mendengarkannya. Pemilihan kata ini juga berguna agar calon akseptor paham dengan apa yang disampaikan WY. Terdapat banyak istilah – istilah asing terkait vasektomi, misalnya *vas deferens*, fertilisasi dan rekanalisasi. Untuk menyampaikan hal ini, ia terlebih dahulu melihat latar belakang pendidikan calon akseptor. Jika menurut WY latar pendidikannya tinggi, dia menggunakan istilah tersebut dan dia jelaskan apa artinya. Jika pendidikan calon akseptor rendah maka dia jelaskan dengan bahasa yang sederhana, misalnya kata fertilisasi dia jelaskan dengan kata kelahiran.

2. Pesan Nonverbal

Berdasarkan hasil wawancara, komunikasi nonverbal digunakan SY dilakukan secara tidak sengaja. Menurut pengakuan sy, komunikasi nonverbal yang ia gunakan adalah gerakan tangan. Menurutnya, gerakan tangan dapat membantu meyakinkan

calon akseptor daripada hanya penuturan lisan, dalam artian gerakan tangan bisa mempertegas ucapan – ucapan SY. Gerakan tangan juga membantu SY untuk meningkatkan rasa percaya dirinya ketika berbicara.

Saat pertama kali berjumpa dengan calon akseptornya, ST selalu menjabat tangannya. Ini dilakukan agar terjalin keakraban dan mengurangi rasa canggung. Jabatan tangan juga merupakan tanda ST menghargai calon akseptornya. Masalah gerakan tangan, mimik muka, dan segala hal yang terkait dengan komunikasi nonverbal pasti dilakukan tapi terjadi secara alami.

Motivator WY mengandalkan sentuhan untuk mempersuasi calon akseptornya. WY beranggapan bahwa sentuhan dapat membuat calon akseptornya merasakan emosi dan mendengarkan apa yang disampaikan WY.

c. Media Komunikasi Persuasif

SY sering mengunggah status di akun sosial media *facebook* miliknya. Dia menulis konten tentang vasektomi dan mengajak teman – teman mayanya melakukan vasektomi. Dari komentar yang diberikan temannya, kadang pembicaraan berlanjut melalui obrolan pribadi yang disediakan oleh *facebook*. Dari situ mereka merencanakan untuk bertemu dan melakukan komunikasi. Selain di akun sosial media *facebook*, SY juga menggunakan media sosial *whatsapp* dan SMS. ST biasa melakukan komunikasi menggunakan media *whatsapp*, SMS namun lebih senang bertemu langsung calon akseptornya. Sedangkan WY senang bertemu dengan calon akseptornya secara langsung.

d. Teknik Komunikasi Persuasif

1. SY

SY merupakan seorang yang mudah bergaul sehingga memiliki banyak teman. Dengan kelebihan inilah, ia mampu dengan mudah bersosialisasi dengan calon akseptor. Dalam melakukan proses komunikasi, pertama kali yang ia lakukan adalah menjelaskan pengertian vasektomi. SY menjelaskan manfaat – manfaat apa saja yang akan didapatkan calon akseptor ketika melakukan vasektomi.

Selain menjelaskan manfaat apa saja yang didapatkan ketika melakukan vasektomi, SY juga memberikan pengertian tentang hal – hak apa saja yang salah tentang vasektomi, seperti vasektomi sama dengan dikebiri. Anggapan inilah yang dianggap SY paling banyak ditanyakan calon akseptor. Ketakutan yang tak berarti inilah yang harus segera hilang dari pikiran masyarakat. Kebiri tidak sama dengan vasektomi. Vasektomi hanya memotong saluran *vas deferens* sedangkan kebiri diambil testisnya. Argumen dalam komunikasi persuasif haruslah argumen yang masuk akal dan kuat agar bisa meyakinkan calon akseptor dan akhirnya mereka berperilaku atau melakukan sesuatu seperti yang disampaikan motivator KB. Untuk menguatkan argumennya, SY selalu mengikuti seminar atau forum yang diadakan oleh Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPPKBPM) Kabupaten Bantul.

2. ST

ST sering menggunakan komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan orang dua orang atau lebih dengan cara bertatap muka, dalam hal ini ST melakukan komunikasi dengan calon akseptor. Komunikasi yang dilakukan ST terkesan santai sehingga terjadi keakraban dengan calon akseptor. Dia membentuk pesan sedemikian rupa agar calon akseptor mudah memahami dan merasa nyaman dengan apa yang disampaikan ST.

Di dalam proses menyampaikan pesannya, hal yang menurut ST harus disampaikan adalah menjelaskan keuntungan – keuntungan dalam melakukan vasektomi selembut dan sehalus mungkin. Banyak yang belum ingin melakukan vasektomi karena mereka belum mengetahui apa saja yang keuntungan yang bisa didapat. Hal yang paling dapat meyakinkan calon akseptor untuk melakukan vasektomi adalah ST selalu mencontohkannya dirinya ketika melakukan vasektomi. ST menceritakan pengalamannya setelah melakukan operasi. Setelah melakukan vasektomi tidak ada

efek samping apapun yang ia rasakan. Selain mencontohkan dirinya sendiri dalam melakukan vasektomi, dia juga mencontohkan orang lain. Hal ini memang tidak sering ia lakukan, hanya terkadang saja. ST tidak terlalu mengenal tokoh – tokoh masyarakat yang melakukan vasektomi. Tetapi dia akan mencontohkan tokoh masyarakat yang melakukan vasektomi yang hanya ia kenal saja.

3. WY

Dari hasil wawancara dengan WY, peneliti memperoleh informasi bahwa hal yang selalu ditekankan saat melakukan komunikasi dengan calon akseptor adalah menjelaskan keuntungan – keuntungan jika melakukan vasektomi dan meluruskan hal – hal tidak masuk akal yang sudah menjadi ketakutan – ketakutan bagi calon akseptor. Karena WY seorang perempuan dan suaminya tidak melakukan vasektomi, dia tidak menggunakan teknik dengan cara menceritakan pengalaman – pengalaman yang dia miliki. Tetapi dia menempatkan dirinya sebagai orang tersebut. Sebisanya mungkin dia pahami apa yang orang tersebut rasakan. Menurut WY, ketika calon akseptornya memiliki masalah, dia mendengarkan dengan seksama. Dia tidak menggurui ataupun menilai orang tersebut buruk. WY sangat berhati – hati dalam pemilihan kata, jangan sampai menyakiti calon akseptornya. WY juga sangat berhati – hati dalam pemilihan kalimat agar tidak menyinggung calon akseptornya. Kunci dari keberhasilan komunikasinya adalah dia selalu melakukan komunikasi intens dengan calon akseptornya.

e. Hambatan Komunikasi Persuasif

1. SY

Bagi SY, hambatan utama yang membuat proses komunikasi persuasif tidak lancar adalah istri dari calon akseptor melarang untuk melakukan vasektomi. Setiap akseptor yang sudah melakukan vasektomi akan diberi insentif sebesar Rp. 1.000.000,- oleh Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPPKBPMD) Kabupaten Bantul. Insentif tersebut diberikan langsung kepada akseptor tanpa perantara motivator KB. Namun seringkali ketika akseptor sudah melakukan operasi MOP, mereka tak kunjung diberi insentif. Mereka mengeluh kepada SY selaku motivator KB mereka. Dalam hal ini sebenarnya SY tidak tahu menahu dan memang bukan tanggung jawabnya. Tetapi sebagai motivator yang baik dia tetap menenangkan akseptor dan bertanya kepada Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPPKBPMD) Kabupaten Bantul kapan insentif akan diberikan. Permasalahan ini secara tidak langsung memengaruhi kredibilitas SY sebagai motivator KB. Banyak akseptor yang intensifnya tidak kunjung diberikan lalu bercerita kepada orang lain, khususnya mereka yang belum menjadi akseptor. Hal tersebut menyebabkan calon akseptor kurang meyakini apa yang disampaikan SY.

SY terkadang melakukan komunikasi tidak hanya secara interpersonal. SY biasa diundang atau membuat forum yang memfasilitasi dirinya untuk melakukan komunikasi persuasif. Namun, ketika berada di forum ada beberapa orang yang kurang memperhatikan karena tidak tertarik dengan materi yang disampaikan SY.

2. ST

Sebagian besar calon akseptor ST merasa takut akan ada efek samping setelah melakukan vasektomi. ST biasanya melakukan komunikasi di warung bakmi milik temannya, dimana tidak hanya terdapat orang – orang yang menjadi target sasaran ST, tetapi juga teman – teman dari calon akseptor ataupun pembeli bakmi. Ketika ST memberikan pengertian dan penjelasan kepada calon akseptor, teman – temannya sering mengejek dan menyepelkannya. Selain itu, suara bising dari para pengunjung sedikit mengganggu jalannya komunikasi persuasi yang dilakukan ST.

3. WY

Berdasarkan hasil wawancara dengan WY dapat diketahui bahwa hambatan dalam melakukan komunikasi dengan calon akseptor hampir mirip dengan hambatan

komunikasi yang dialami SY dan ST. Jika hambatan yang dialami ST dan SY adalah hambatan dari istri, berbeda dengan hambatan yang dialami WY. Hal yang menghambat komunikasi WY datang dari calon akseptor itu sendiri atau suami. WY memang melakukan komunikasi bukan dengan calon akseptornya langsung tetapi dengan istri calon akseptor. Artinya WY memang melakukan komunikasi yang lebih intens dengan perempuan karena dia merasa lebih nyaman. Sesudah WY melakukan komunikasi, istri calon akseptor tertarik dan mau jika suaminya melakukan komunikasi. Lalu tugas sang istri adalah mengkomunikasikan dengan suaminya. Tak jarang banyak suami yang menolak melakukan vasektomi dengan berbagai alasan.

WY merupakan satu – satunya perempuan yang menjadi motivator KB pria di Kabupaten Bantul. Namun hal ini tidak membuatnya mempunyai masalah yang cukup berarti yang disebabkan karena dia seorang perempuan. Menurut pengakuannya, dirinya selama melakukan komunikasi dengan calon akseptor tidak pernah mendapatkan hambatan yang berarti.

B. ANALISIS DATA

a. Komunikasi Verbal dan Nonverbal

1. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal dalam komunikasi persuasif mutlak dilakukan sebagai proses komunikasi persuasif. Komunikasi verbal bisa berupa bahasa. Komunikasi verbal dalam penelitian ini adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilakukan antara motivator KB pria dan masing – masing calon akseptornya. Dalam penelitian ini, komunikasi verbal merupakan komunikasi yang dominan yang dilakukan antara motivator KB pria dan calon akseptornya.

Komunikasi verbal dapat menyangkut beberapa aspek, yaitu *vocabulary* (perbendaharaan kata), *racing* (kecepatan), intonasi suara, humor, singkat dan jelas, serta *timing* (waktu yang tepat) (Noorbaya, dkk, 2018: 84). Pernyataan tersebut senada dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan motivator KB. Perbendaharaan kata dimiliki ketiga motivator KB untuk memperlancar jalannya komunikasi. Di dalam komunikasi persuasif terdapat banyak sekali istilah – istilah asing yang digunakan, misalnya *vas deferens*, rekanalisasi dan fertilisasi. Istilah – istilah tersebut tidak dapat dipahami oleh semua orang. Motivator KB inilah yang bertugas menyederhanakan istilah – istilah asing tersebut. SY dan ST tidak pernah menyebutkan istilah asing tersebut, melainkan mereka menggantinya dengan istilah yang sederhana dan lebih dipahami calon akseptor. Misalnya istilah fertilisasi, SY dan ST menggantinya dengan kata kelahiran. SY dan ST. Namun ada satu kata yang sebenarnya sederhana namun diksinya diganti oleh ST. Vasektomi adalah operasi kecil dengan memotong saluran *vas deferens* agar tidak terjadi kehamilan. Kata “dipotong” diganti dengan kata “ditali” oleh ST. Ini sebenarnya bukan mengartikan kata, namun membuatnya sudah berbeda makna. Berbeda dengan WY, dia tetap menggunakan istilah asing tersebut namun dia juga menjelaskan apa arti istilah tersebut. Dia juga melihat latar belakang pendidikan dan pekerjaan calon akseptornya. Penyebutan istilah asing ini dimaksudkan untuk memperkaya literasi calon akseptor sehingga ketika dia sudah melakukan vasektomi dan ada teman yang bertanya kepadanya, dia akan mengerti. Berarti aspek kognisi dalam komunikasi antara WY dan calon akseptornya telah tercapai.

Berbicara tentang vasektomi bagi sebagian orang merupakan perkara yang tabu, oleh karena itu SY dan ST sering melontarkan candaan kepada calon akseptornya. Candaan atau humor dilakukan untuk mencairkan suasana dan membuat pembicaraan yang tabu menjadi wajar. Candaan juga digunakan agar calon akseptor tetap nyaman walau mendapat informasi yang serius. Temuan ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan Gauter (dalam Rahmanadji, 2007: 2015) yang menyatakan humor juga dapat digunakan sebagai sarana persuasi untuk mempermudah masuknya informasi atau pesan yang ingin disampaikan sebagai sesuatu yang serius dan formal. SY juga mengatur nada bicara seperti intonasi dan penekanan juga membantu kelancaran komunikasi. Dengan intonasi yang tepat calon akseptor akan lebih mudah mencerna apa yang disampaikan SY.

2. Komunikasi nonverbal

Komunikasi nonverbal memang terpisah dari komunikasi verbal, namun dalam kenyataannya komunikasi verbal dan nonverbal selalu berjalan beriringan. Menurut Mulyana (2004: 314) menuturkan bahwa dalam hubungannya dengan komunikasi verbal, komunikasi nonverbal memiliki fungsi, yaitu: (1) komunikasi nonverbal dapat mengulangi komunikasi verbal; (2) memperteguh, menekankan dan melengkapi komunikasi verbal; (3) menggantikan komunikasi verbal; (4) perilaku nonverbal dapat meregulasi perilaku verbal; (5) perilaku verbal dapat bertentangan dengan perilaku verbal. Komunikasi verbal mutlak dilakukan walaupun kadang dilakukan tanpa kesengajaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan motivator KB, mereka semua menyatakan menggunakan komunikasi verbal untuk memperteguh, menekankan dan melengkapi komunikasi verbal. Mereka melakukan komunikasi nonverbal secara alami tanpa adanya kesengajaan, seperti mengangguk – anggukkan kepala untuk menyatakan persetujuan. Temuan ini sesuai dengan pernyataan Daryanto (2016: 161) yang menyatakan bahwa komunikasi verbal dan nonverbal merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam arti, kedua bahasa tersebut bekerja bersama dalam menciptakan makna.

b. Media Komunikasi Persuasif

Seiring perkembangan zaman, teknologi informasi semakin berkembang. Jika pada zaman dahulu komunikasi dilakukan secara tatap muka, namun sekarang dilakukan dengan menggunakan media baru yang terintegrasi dengan internet. Pada awalnya, internet digunakan sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data antara profesional, tetapi seiring perkembangannya kemudian internet digunakan sebagai penyedia barang dan jasa, dan sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi (McQuail, 2011: 43). Internet masif digunakan oleh banyak orang untuk saling berhubungan dan bertukar kabar. Dalam komunikasi persuasif, ketiga motivator menggunakan internet untuk melakukan rencana bertemu, saling bertukar kabar dan bertanya jika ada sesuatu hal yang mendesak.

Media komunikasi yang digunakan pada umumnya berupa *smartphone* yang sudah terintegrasi dengan internet sehingga di dalamnya ada aplikasi chatting. Media komunikasi yang digunakan SY adalah *facebook* dan *whatsapp*, ST menggunakan SMS dan *whatsapp* sedangkan WY hanya menggunakan *whatsapp*. *Whatsapp* dapat mengirim pesan teks, foto, suara, lokasi, *live location*, *video call* dan *voice call*. Berbeda dengan *whatsapp*, *facebook* memiliki fitur berbagi status dan gambar yang bisa dibagi ke seluruh teman ataupun orang yang bukan merupakan teman di dunia maya. Sedangkan SMS (*Short Message Service*) merupakan layanan pesan singkat yang dilakukan dengan telepon genggam tanpa harus tersambung dengan internet.

Motivator KB pria menggunakan media komunikasi tersebut untuk berkomunikasi dengan calon akseptornya.

c. Teknik Komunikasi Persuasif

Setiap motivator KB memiliki teknik tersendiri dalam melakukan persuasi kepada calon akseptornya. Istilah teknik berasal dari Bahasa Yunani yaitu “*technikos*” yang memiliki arti keterampilan atau keperigelan. Teknik komunikasi persuasif dapat dibagi menjadi teknik asosiasi, teknik, integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan dan teknik *red - herring* (Effendy, 2004: 2).

1. Teknik asosiasi

Motivator KB pria yang menggunakan teknik ini adalah ST, yaitu dengan memberikan contoh siapa orang terkenal atau tokoh masyarakat yang melakukan vasektomi. ST mencontohkan orang yang memiliki pangkat tinggi seperti Kepala Kodim atau Kapolres. SY tidak mencontohkan tokoh masyarakat karena menjaga privasi orang tersebut sedangkan WY tidak menggunakan teknik ini karena tidak mengetahui siapa saja tokoh – tokoh yang melakukan vasektomi. Mereka tidak menggunakan teknik ini karena memang jarang sekali peristiwa – peristiwa yang menarik khalayak tentang vasektomi.

2. Teknik integrasi

Komunikator menggambarkan dirinya “*senasib*” dengan komunikan, sehingga komunikan akan merasa komunikator merasakan apa yang komunikan

rasakan. Teknik integrasi bisa dilakukan dengan cara berempati dengan komunikan. Amrullah (2017: 17) dalam penelitiannya menjabarkan proses empati menjadi tiga yaitu: (1) membayangkan diri dalam posisi komunikan; (2) membandingkan sikap komunikator dengan sikap komunikan seandainya ada dalam hal yang terjadi; (3) mengambil kesimpulan dari sikap komunikator lalu membandingkan dengan reaksi khalayak yang dibayangkan komunikator seandainya dia dalam keadaan yang sedang dialami komunikan.

Menurut penelitian yang dilakukan Muhammad Husni Putra, dkk. (2015: 2343) yang menyatakan bahwa penggunaan kata “kita” bermaksud komunikator memposisikan tidak hanya mengutamakan perasaan, pikiran, atau kepentingan komunikator saja tetapi juga komunikan. Hal ini sesuai dengan temuan peneliti dimana SY dan ST juga menggunakan kata “kita” dalam penyampaian pesannya sehingga diri mereka seakan merasakan dan memposisikan diri sebagai calon akseptor.

3. Teknik ganjaran

Teknik ganjaran merupakan teknik mutlak yang dilakukan setiap motivator KB. Ketiga calon akseptor melakukan teknik ini karena teknik ini merupakan yang mendasar dari komunikasi persuasif. Dalam penyampaian manfaat – manfaat vasektomi diperlukan penyampaian pesan yang baik. Para motivator KB menjelaskan tentang keuntungan – keuntungan yang didapat ketika vasektomi seperti vasektomi merupakan jenis kontrasepsi yang memiliki kegagalan 0,01% karena merupakan jenis kontrasepsi jangka panjang, hanya perlu dilakukan sekali seumur hidup, minim efek samping dan jika ingin memiliki anak masih bisa dilakukan rekalisasi. Putra, dkk. (2015: 2340) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa teknik ini biasanya selalu didampingkan dengan teknik *punishment* yang bermakna sebaliknya yaitu konsekuensi yang buruk. Namun berbeda dengan temuan peneliti, motivator KB pria terlebih dahulu meyakinkan calon akseptor apakah ingin memiliki anak lagi atau tidak. Jika masih ingin memiliki anak mereka menyarankan untuk menunda vasektomi. Motivator KB tidak menakut – nakuti calon akseptor dengan hal – hal buruk jika tidak melakukan vasektomi.

4. Teknik tataan

Dalam teknik ini dibutuhkan imbauan emosional dalam penyampaian pesan agar komunikan tertarik mendengarnya (Winoto, 2015: 10). Dalam wawancara dengan peneliti, motivator KB pria yang menggunakan teknik ini adalah ST dan WY. ST menyusun pesan sedemikian rupa agar enak didengar dan mudah dipahami oleh calon akseptornya. Membicarakan vasektomi masih terdengar tabu bagi sebagian orang, untuk itu dia sangat berhati – hati dalam menyampaikan pesannya dan diselengi candaan agar suasana menjadi cair. WY menyusun pesan dengan sangat hati – hati agar kata – kata yang keluar dapat dimengerti oleh calon akseptor. Dia menggunakan kalimat dan nada yang sehalus mungkin.

5. Teknik *red – herring*

Dalam hubungannya dengan penelitian ini, kesemua motivator KB pria baik SY, ST dan WY menggunakan teknik ini. SY dan ST menjelaskan tentang KB bukan hanya urusan perempuan saja. Mereka berkata bahwa perempuan sudah mengurus rumah tangga, hamil, melahirkan dan menyusui tetapi juga harus melakukan KB. Dalih sayang istri menjadi senjata SY sehingga calon akseptor berpikir untuk melakukan vasektomi. WY merupakan motivator KB pria yang suaminya belum melakukan vasektomi, padahal syarat untuk menjadi motivator KB pria adalah seorang laki – laki yang sudah melakukan vasektomi atau perempuan yang suaminya sudah melakukan vasektomi. Ada beberapa calon akseptornya yang bertanya bagaimana bisa WY menjadi motivator KB pria. Menurut WY karena hal ini dia sedikit tidak dipercayai oleh calon akseptornya. Tentu WY melakukan pembelaan yaitu dengan berkata bahwa menjadi motivator KB pria merupakan sebuah pengabdian. Walaupun suaminya belum menjadi akseptor MOP, dia merasa harus membantu masyarakat.

d. Hambatan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif yang dilakukan para motivator KB pria tak selamanya berjalan lancar. Hambatan akan selalu muncul dalam proses komunikasi, termasuk komunikasi persuasif. Hambatan – hambatan tersebut akan mempengaruhi efektivitas komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif lebih sulit dilakukan daripada komunikasi yang bersifat informasi karena tidak mudah untuk mengubah pendapat, sikap dan perilaku orang (Liliweri, 2001: 3) Persuasi yang dilakukan tidak selamanya berjalan mulus karena para calon akseptor memiliki kriteria yang berbeda. Para motivator KB terkadang mudah melakukan persuasi karena calon akseptor aktif yaitu mereka yang terlebih dahulu menghubungi motivator KB pria. Ada juga yang mereka belum mengerti apa maksud yang ingin disampaikan motivator KB pria. Menurut William B. Werther dan Keith Davis (dalam Moekijat, 1993: 191), ada tiga hal yang menghambat proses komunikasi yaitu rintangan pribadi, rintangan fisik dan rintangan semantik.

1. Rintangan pribadi

Berdasarkan penemuan peneliti saat melakukan wawancara para motivator adalah hambatan yang datang dari istri. Hambatan ini dialami oleh ketiga motivator KB yaitu SY, ST dan WY. Setelah melakukan komunikasi dengan calon akseptor, mereka merasa senang dengan apa yang disampaikan motivator KB pria dan setuju untuk melakukan vasektomi. Namun mereka mendapat penolakan dari istri ketika meminta pendapat sang istri. Alasan istri tidak mengizinkan suaminya melakukan vasektomi karena mereka berpikir vasektomi sama dengan dikebiri, vasektomi dapat mempengaruhi aktivitas dan mengurangi libido. Hal tersebut tentu saja tidak benar dan tidak masuk akal sehingga mudah dibantah oleh akseptor. Selain itu ada salah satu istri calon akseptor yang trauma dengan jenis kontrasepsi. Rahma (2014: 152) dalam penelitiannya menyatakan pengalaman yang buruk membuat seseorang umumnya tidak mau memulai atau mencoba sesuatu untuk kedua kalinya. Selama ini dia kecewa dengan jenis kontrasepsi yang dijalani karena menimbulkan rasa sakit dan dirinya sempat hamil. Hambatan pribadi lain yang dialami SY adalah insentif bagi akseptor tak kunjung diberikan dan mereka protes kepada SY tentang hal ini, padahal ini bukan merupakan tanggung jawab SY.

Berbeda dengan ST, hambatan pribadi yang dialaminya adalah ketakutan – ketakutan yang dimiliki calon akseptor sebelum melakukan vasektomi. Mereka takut vasektomi dapat mempengaruhi tubuhnya seperti mereka berpikir akan dikebiri dan mengurangi libido. Selain itu ST sering mendapat ejekan dari teman – temannya dan juga dia sering disepelekan. WY yang merupakan satu – satunya perempuan yang menjadi motivator KB pria terkadang digoda oleh calon akseptornya. Hanya saja WY tidak menanggapi terlalu serius dan berpikir bahwa mereka hanya bercanda.

2. Rintangan fisik

Rahma (2014: 154) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa hambatan ini termasuk hambatan yang susah dihindari baik bagi komunikator maupun komunikan, karena kejadiannya sulit diprediksi terutama masalah cuaca. WY pernah terganggu karena suara bising seperti suara motor yang lewat karena tempat berkomunikasi dekat dengan jalan. Selain itu, karena biasa melakukan komunikasi persuasif di warung bakmi milik temannya, terkadang jika pengunjung ramai dia terganggu dengan suara bising.

3. Rintangan semantik

Rintangan semantik muncul karena keterbatasan simbol – simbol yang digunakan dalam berkomunikasi. Menurut Siti Rahma (2014: 154) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa gangguan semantik bisa muncul karena beberapa hal yaitu: (1) kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu; (2) bahasa yang digunakan oleh komunikator berbeda dengan apa yang digunakan komunikan; (3) struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima pesan; (4) latar belakang budaya menyebabkan salah persepsi terhadap simbol bahasa yang digunakan.

Ketika SY, ST dan WY menyebut kata *vas deferens*, fertilisasi atau rekalisasi banyak calon akseptornya yang tidak paham. Untuk itu mereka lebih

memiliki untuk menggunakan bahasa yang sederhana agar calon akseptor lebih paham dengan apa yang mereka sampaikan. Pihak motivator harus mengikuti alur atau pola komunikasi calon akseptor dan ketika menemukan hal demikian motivator KB harus lebih bersabar dalam menghadapinya. Untuk itu, motivator KB harus sangat memperhatikan hambatan semantik ini agar tidak terjadi *miss communication*.

Selain ketiga hambatan tadi, hambatan psikologis juga dapat menghambat proses komunikasi. Ditha Prasanti dan Ikhsan Fuady (2016) dalam penelitian menyebut bahwa hambatan psikologis tampak sepele, tapi bisa menjadi gangguan yang utama yang menghambat proses komunikasi, apalagi jika sesuai dengan yang disampaikan oleh penuturan informan, karena ini sangat erat dengan diri seseorang. Dalam hal psikologis, ada empat hambatan dalam komunikasi persuasif, antara lain: perbedaan kepentingan (*interest*), prasangka (*prejudice*), stereotip (*stereotype*) dan motivasi (*moivation*) (Hasanah dalam Suciati, 2015: 257). Ada beberapa pernyataan tersebut sesuai dengan data di lapangan. Perbedaan kepentingan dirasakan oleh SY yaitu ketika dia memberikan komunikasi persuasif di suatu forum, ada beberapa orang yang kurang memperhatikan. Mereka merasa tidak perlu untuk diberi materi tentang vasektomi sehingga terjadi perbedaan kepentingan. Namun perbedaan kepentingan sangat jarang terjadi karena malah biasanya calon akseptorlah yang lebih aktif menghubungi SY. Stereotip dialami oleh ketiga motivator KB pria. Bukan prasangka terhadap diri mereka melainkan prasangka tentang vasektomi. Mereka beranggapan bahwa vasektomi adalah hal yang buruk, seperti vasektomi sama dengan dkebiri dan diharamkan oleh syariat Islam. Moulita (2018: 37) dalam penelitiannya menjelaskan stereotip muncul karena stereotip telah ditanamkan dengan kuat sebagai mitos dan kebenaran sejati oleh kebudayaan seseorang dan terkadang merasionalkan prasangka. Mitos tentang vasektomi ini muncul di masyarakat dari telinga ke telinga dan telah mendarah daging di lingkungan. Sehingga tugas motivator KB di sini memberikan klarifikasi kepada calon akseptor khususnya dan masyarakat luas pada umumnya tentang rumor – rumor tidak benar tentang vasektomi.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditemukan cara komunikasi yang dilakukan oleh motivator KB pria yaitu SY, ST dan WY kepada calon akseptornya. SY sering memberikan sosialisasi di forum tentang vasektomi dan jika ada calon akspeor akseptor yang tertarik maka komunikasi akan berlanjut secara pribadi. ST lebih senang berkomunikasi informal di warung bakmi milik temannya agar suasana lebih santai sedangkan WY lebih sering menjemput bola yaitu mendatangi calon akseptornya. Mereka memiliki kesamaan dalam berkomunikasi yaitu dilakukan secara santai, terbuka, akrab tetapi tetap santun dan saling menghargai.

Komunikasi yang dilakukan motivator KB pria didominasi oleh pertemuan tatap muka. Untuk merencanakan pertemuan, mereka menggunakan perantara *smartphone* untuk berhubungan dengan calon akseptornya. SY lebih sering menggunakan media sosial *whatsapp* dan media sosial *facebook*, ST menggunakan *SMS* dan *whatsapp* sedangkan WY lebih sering menggunakan *whatsapp*.

Masing – masing motivator memiliki teknik dalam menyampaikan pesan persuasi. Teknik yang digunakan SY adalah dengan cara menjelaskan manfaat vasektomi, menjelaskan rumor – rumor tidak benar tentang vasektomi, menyampaikan argumen dengan logis, menceritakan pengalamannya saat melakukan vasektomi. Teknik yang digunakan ST adalah menjelaskan keuntungan vasektomi, menyampaikan pesan secara halus, mencontohkan dirinya sendiri, menyebutkan tokoh masyarakat yang melakukan vasektomi. Sedangkan teknik yang digunakan WY adalah dengan menjelaskan keuntungan vasektomi, menjelaskan keuntungan vasektomi, meluruskan hal yang tidak masuk akal tentang vasektomi, menggunakan tata bahasa yang halus, berusaha menempatkan diri seperti lawan bicara. Secara keseluruhan, teknik yang paling banyak digunakan oleh motivator KB adalah teknik ganjaran dan teknik integrasi.

Ada beberapa hambatan komunikasi yang dialami para motivator selama melakukan komunikasi. Larangan dari istri calon akseptor untuk melakukan vasektomi dan mendapat protes dari akseptor yang tak kunjung mendapat insentif merupakan hambatan utama SY. Adapun hambatan yang dialami ST adalah ketakutan calon akseptor tentang vasektomi, sering mendapat ejekan, disepelekan, larangan dari istri calon akseptor dan suara bising ketika proses komunikasi. Sedang WY hambatan utamanya adalah calon akseptor takut dengan vasektomi, terkadang digoda calon akseptor dan suara bising motor yang sedang berlalu saat proses komunikasi.

REFERENCES

Buku

- Badan Pusat Statistik. (2017). *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka*. Yogyakarta: Badan Pusat Statistik.
- Daryanto., Muljo Rahardjo. (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Effendy, Onong Uchjana. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung:PT. Remaja Karya
- Kementerian Kesehatan RI. (2013). *Buletin Jendela Data dan Informasi Kesehatan*. Jakarta: Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing
- Rakhmat, Jalaludin, (2000). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Suciati. (2015). *Psikologi Komunikasi Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam*. Yogyakarta: Buku Litera
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Usman, Husaini, Purnomo Setiady Akbar. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial Edisi Ketiga*. Jakarta: Bumi Aksara

Jurnal

- Amrullah, Mundzhira Nur. (2017). *Human Relations Sebagai Kegiatan Komunikasi Persuasif*. Jurnal UIN Allaudin
- Liliweri, Alo. (2001). *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Moulita. (2018). *Hambatan Komunikasi Antarbudaya di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Interaksi Vol. 2 No. 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Nining Anggraini. (2016). *Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Masyarakat dan Keluarga Berencana dalam Meningkatkan Pengguna Vasektomi di Kota Pekanbaru*. Pekanbaru: Kampus Bina Widya. JOM FISIP Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016
- Nurdianti, Siti Rahma. (2014). *Analisis Faktor – Faktor Hambatan Komunikasi dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana pada Masyarakat Kebon Agung Samarinda*. E-Journal Ilmu Komunikasi, 2 (2): 149 – 159. Samarinda: Universitas Mulawarman
- Prsanti, Dhita dan Ikhsan Fuady. (2016). *Hambatan Komunikasi Terapeutik Bidan Kepada Ibu Hamil dalam Upaya Penurunan Angka Kematian Ibu (AKI) di Serang*. Bandung: Universitas Padjajaran. Jurnal Vol. 2 No. 2

- Putra, Muhammad Husni., dkk. (2015). *Teknik Komunikasi Pengajar dengan Anak Autis dalam Kegiatan Belajar Mengajar di Sekolah Bekebutuhan Khusus Kota Bandung*. Bandung: Telkom University. E-Proceeding of Management Vol.2, No.2 Agustus 2015
- Rahmanadji, Didiek. (2007). *Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor*. Jurnal Penelitian Sastra (Agustus 2007), No. 2.
- Widoyo, Ratno, dkk. (2011). *Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Vasektomi sebagai Metode KB Pria di Kecamatan Luhak Nan Duo Kabupaten Pasaman Barat 2010*. Padang: Universitas Andalas. Jurnal Kesehatan Masyarakat, Maret 2011 – September 2011, Vol. 5, No. 2
- Winoto, Yunus. (2015). *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) dalam Penelitian – Penelitian Layanan Perpustakaan*. Bandung: Universitas Padjajaran. Jurnal Vol. 5 No. 2 November 2015

Internet

- Agung, Ranin. (2018). *KB Pria Wajib Penuhi 6 Syarat*. Diakses dari <https://www.suaramerdeka.com/kesehatan/baca/105668/kb-pria-wajib-penuhi-enam-syarat-pada-21-Januari-2019-pukul-16.36-WIB>