

Strategi Komunikasi Perwakilan BKKBN Provinsi Banten Dalam Pengendalian Penduduk di Provinsi Banten

Ega Ernayanti¹

Ilmu Komunikasi FISIP Untirta
egaernayanti06@gmail.com

Iman Mukhroman²

Ilmu Komunikasi FISIP Untirta
iman.mukhroman@untirta.ac.id

Ail Muldi³

Ilmu Komunikasi FISIP Untirta
ail.muldi@untirta.ac.id

Abstract

The background of this research is that the population in Banten Province ranks 5th most populous in Indonesia reaching 12,203,148 people with the 3rd fastest population growth rate in Indonesia reaching 2.07% during 2015-2016. The progress of human development in Banten in 2017 experienced a slowdown marked by the growth of HDI (Human Development Index) which reached 0.65%, lower than the growth in 2016 which reached 0.98%. HDI is an important indicator to measure success in an effort to build quality of life for people (people / residents). This study aims to determine the communication strategy used by the Banten Province BKKBN Representative in controlling the population in Banten Province. This study uses a case study method and a qualitative approach to the Concept of Development Strategy according to the Academy for Educational Development (AED) 1985 and the theory of preparation of action by John Greene. The strategy used by the Banten Province BKKBN Representative is a strategy that is relevant to the theory of preparation of action, this theory of the preparation of actions examines the way we organize knowledge in the mind and use it to form a message.

Keywords: *Development Communication Strategy, Banten Province BKKBN Representative, Population Control*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dari jumlah penduduk di Provinsi Banten menduduki peringkat terpadat ke-5 di Indonesia mencapai 12.203.148 jiwa dengan Laju Pertumbuhan Penduduk tercepat ke-3 di Indonesia mencapai 2,07 % sepanjang tahun 2015-2016. Kemajuan pembangunan manusia di Banten pada tahun 2017 mengalami perlambatan ditandai dengan pertumbuhan IPM (Indeks Pembangunan Manusia) yang mencapai 0,65 %, lebih rendah dibandingkan pertumbuhan tahun 2016 yang mencapai 0,98 %. IPM merupakan indikator penting untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia (masyarakat/penduduk). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Perwakilan BKKBN Provinsi Banten dalam pengendalian penduduk di Provinsi Banten. Penelitian ini menggunakan metode

studi kasus dan pendekatan kualitatif dengan Konsep Strategi Pembangunan menurut Academy for Educational Development (AED) 1985 dan teori penyusunan tindakan oleh John Greene. Strategi yang digunakan Perwakilan BKKBN Provinsi Banten merupakan strategi yang relevan dengan teori penyusunan tindakan, teori ini penyusunan tindakan menguji cara kita mengatur pengetahuan dalam pikiran dan menggunakannya untuk membentuk sebuah pesan.

Katakunci: Strategi Komunikasi Pembangunan, Perwakilan BKKBN Provinsi Banten, Pengendalian penduduk

Pendahuluan

Permasalahan kependudukan yang terkait dengan banyaknya jumlah penduduk menjadi sebuah masalah yang tidak dapat dihindarkan dan menjadi salah satu masalah yang sangat menarik perhatian pemerintah untuk segera diatasi. Indonesia adalah Negara berpenduduk terpadat keempat di dunia. Berdasarkan Sensus Penduduk 2010 jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai hampir 262 juta jiwa (katadata.co.id, 2018).

Provinsi Banten merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terpadat ke-5 di Indonesia mencapai 12.203.148 jiwa dan Laju Pertumbuhan Penduduk tercepat ke-3 di Indonesia mencapai 2,07 % sepanjang tahun 2015-2016 (BPS Provinsi Banten, 2017).

Kemajuan pembangunan manusia di Banten pada tahun 2017 mengalami perlambatan. Ditandai oleh pertumbuhan IPM (Indeks Pembangunan Manusia) yang mencapai 0,65 persen, lebih rendah dibandingkan pertumbuhan tahun 2016 yang mencapai 0,98 persen. IPM merupakan indikator penting untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia (masyarakat/penduduk). IPM menjelaskan bagaimana penduduk dapat mengakses hasil pembangunan, antara lain pendapatan, kesehatan, pendidikan, dan sebagainya (BPS, 2018).

Dampak pengendalian penduduk dan IPM di Banten masih menjadi permasalahan yang kompleks seperti yang dilansir oleh Wartakota.tribunnews.com potret kasus kemiskinan karena jumlah anak yang banyak terjadi di Kampung Palembang Desa Dukuh, Kecamatan Kragilan, Serang, Banten. Dialami oleh keluarga Sarbini yang memiliki 13 anak berusia 4 hingga 26 tahun. Namun, tak ada satu pun yang pernah merasakan bangku pendidikan. Mereka tidak bisa baca tulis atau buta huruf. Kondisi rumah keluarga ini pun memprihatinkan. Hanya sebuah gubuk berukuran 3x3 meter. Bantuan pemerintah tak pernah mereka rasakan, keadaan serba kekurangan ini pun menjadi sorotan menjelang perayaan kemerdekaan.

Pemerintah semakin memiliki tugas yang sangat berat terkait pengendalian penduduk di provinsi Banten. Terlebih isu kependudukan tentang bonus demografi sudah terdengar sejak tahun 2012. Tahun dimana Indonesia memasuki periode awal bonus demografi. Bonus demografi muncul karena Indonesia telah berhasil mengubah paradigma “banyak anak banyak rezeki” menjadi “keluarga kecil bahagia dan lebih sejahtera”. Bonus demografi terjadi pada keadaan jumlah usia produktif (berusia antara 15-64 tahun) lebih banyak dan jauh melebihi dibandingkan dengan jumlah penduduk usia nonproduksi (berusia kurang dari 15 tahun dan berusia 65 tahun keatas) (Walesa, 2018).

Menyikapi laju pertumbuhan dan permasalahan remaja yang erat kaitannya dengan pengendalian penduduk maka pemerintah melalui Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) mempunyai tugas dan fungsi untuk melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pengendalian penduduk dan penyelenggaraan keluarga berencana (www.bkkbn.go.id, 2019). Strategi Perwakilan BKKBN Provinsi Banten dalam

pengendalian penduduk di Provinsi Banten adalah melalui program-program yang berhubungan atau berkenaan dengan pengendalian penduduk yaitu program Keluarga Berencana (KB), dan Program Generasi Berencana (GenRe).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Studi kasus termasuk dalam penelitian analisis deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu yang diamati dan dianalisis secara cermat sampai tuntas. Metode penelitian studi kasus (case study) merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang.

Menurut Sugiyono (2008), pendekatan kualitatif adalah data yang didapat akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dan dapat ditemukan data yang bersifat proses kerja, perkembangan suatu kegiatan, deskripsi yang luas dan mendalam, perasaan, norma, keyakinan, sikap mental, etos kerja dan budaya yang dianut seorang atau sekelompok orang dalam lingkungan kerjanya.

Metode penelitian studi kasus Creswell mengatakan bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu (Creswell, 2010).

Penentuan informan pada penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain observasi atau pengamatan, wawancara, dan studi dokumentasi.

Hasil dan Diskusi

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti tentang bagaimana strategi pemilihan media komunikasi, didominasi pesan, dan pemilihan segmentasi khalayak. Strategi Pemilihan Media Komunikasi Perwakilan BKKBN Provinsi Banten Dalam Pengendalian Penduduk Di Provinsi Banten. Dua media komunikasi yang digunakan perwakilan BKKBN Provinsi Banten yaitu media langsung (tatap muka) dan tidak langsung. Media langsung dilaksanakan bekerjasama dengan kader, Petugas lapangan KB, dan forum GenRe. Sedangkan media tidak langsung menggunakan media massa (televisi dan radio), media nirmassa (Koran, leaflet, dan buku-buku), billboard, layar monitor dan lain-lain), dan media sosial (facebook dan instagram).

“jika berbicara masalah penggunaan media, ya banyak media yang di gunakan oleh Perwakilan BKKBN Provinsi Banten dan hampir semua media kami optimalkan agar semua masyarakat dapat mengetahui informasi yang kami buat. Diantaranya adalah media langsung bekerjasama dengan kader, forum GenRe, Petugas Lapangan KB, yang melakukan penyuluhan kepada masyarakat dan penyuluhan secara face to face ini masih kami pergunakan sampai saat ini. Perwakilan BKKBN Provinsi Banten juga menggunakan media tidak langsung yaitu media cetak (Koran, leaflet, dan buku-

buku), billboard, layar monitor media elektroniknya kami menggunakan televisi berupa talkshow atau liputan khusus, radio berupa iklan atau talkshow dan juga menggunakan internet yaitu social media instagram dan facebook”(Budi Utomo, 2019).

Menurut Ida Maulida, pemilihan media-media tersebut dapat membantu kinerja BKKBN dalam menyebarkan informasi terkait program pengendalian penduduk yang dalam hal ini adalah program GenRe dan KB di berbagai daerah. Terlebih lagi saat ini sudah ada internet atau media sosial yang dapat menjangkau lebih banyak khalayak. Melihat perilaku masyarakat saat ini terutama remaja yang sangat ketegantungan terhadap media sosial. Perwakilan BKKBN Provisi Banten melihat peluang tersebut dan menerapkan penggunaan media social tersebut (Purnamasari & Ramdani, 2019). Dilihat dari akun media sosial facebook dan instagram Perwakilan BKKBN Provinsi Banten serta pada mitra.

Seperti pemaparan Budi Utomo selaku Kasubbid. Advokasi dan KIE, bahwa tidak ada kriteria khusus dalam pemilihan media, hanya saja media tersebut harus menjangkau semua wilayah baik di perkotaan maupun di pedesaan semua harus menerima informasi yang sama. Tempatnya pun tidak bisa asal datang saja, tetapi penggunaan media dengan tempatnya harus menyesuaikan. Seperti wilayah pedesaan alangkah lebih baiknya jika menggunakan media langsung (tatap muka) menurunkan forum GenRe atau kader dengan cara penyuluhan untuk ke tempat tersebut. Jika melihat khalayak yang mampu menggunakan teknologi maka media social dapat digunakan pada khalayakt tersebut.

“Tujuannya agar infomasi lebih cepat sampai kepada masyarakat, mengefisienkan waktu, menjangkau semua lapisan masyarakat. Oleh sebab itulah kami menggunakan berbagai macam media yang ada”(Ubang sobari, 2019).”

Tujuan yang ingin dicapai dalam strategi pemilihan media baik langsung atau pun tidak langsung semata-mata agar masyarakat dapat mengetahui informasi yang diberikan oleh Perwakilan BKKBN Provinsi Banten tanpa terkecuali. Masyarakat di perkotaan maupun dipedesaan bahkan sampai pelosok daerah dapat mendapatkan informasi yang sama. Masyarakat desa yang tidak semua menggunakan media social Instagram, membaca koran, maka menggunakan media langsung atau tatap muka dengan cara penyuluhan (Suparman, 2019). Penyuluhan dilakukan oleh pihak BKKBN, kader, petugas lapangan KB, atau forum GenRe. Berbeda lagi dikota yang bisa membeli koran, menggunakan internet, tapi semua media digunakan dan di maiksimalkan baik di kota mau pun di desa.

Strategi Diseminasi Pesan Komunikasi Perwakilan BKKBN Provinsi Banten Dalam Pengendalian Penduduk Di Provinsi Banten.

Isi pesan dari program pengendalian penduduk yang ada pada dua program yaitu program KB dan program GenRe berbeda. Program KB membahas tentang ajakan agar masyarakat membatasi kelahiran dengan hanya memiliki 2 anak. Pesan program KB juga berisi tentang pasangan usia subur harus menjarangkan kehamilan.

“isi pesan yang kami sampaikan untuk menyadarkan masyarakat adalah “Ayo Ikut KB!”, “2 Anak Cukup Bahagia Sejahtera”, Kesehatan Reproduksi MKJP (Metode Kontrasepsi Jangka Panjang), 4T (melahirkan terlalu muda, terlalu banyak anak,

terlalu rapat jarak kelahiran, terlalu tua) ya seputar itu saja” (Tb. Budy Mulyawan, 2019).”

Program KB memiliki isi pesan untuk menyadarkan masyarakat agar tidak memiliki banyak anak dengan slogan –slogan ayo ikut KB, 2 anak cukup bahagia sejahtera, karena dengan memiliki anak 2 diharapkan keluarga dapat lebih sejahtera dan mampu keluarga lebih terurus. Program KB juga berisi kesehatan reproduksi dan bagaimana menjarangkan kehamilan untuk pasangan usia subur, karena dari reproduksi yang sehat akan menghasilkan keturunan yang sehat dan juga berkualitas.

Program GenRe berisi pesan tentang bagaimana remaja dapat menunda usia perkawinan dan dapat merencanakan kehidupan berkeluarga dengan minimal menikah bagi wanita 21 tahun dan minimal 25 tahun bagi pria.

“isi pesan GenRe adalah “Pendewasaan Usia Perkawinan” bagaimana remaja mampu menunda usianya agar cukup. Minimal 21 tahun bagi wanita dan minimal 25 tahun bagi pria” (Nafis, 2019).”

Kedua program pengendalian penduduk tersebut, program KB dan GenRe memiliki isi pesan yang berbeda karena sasaran khalayaknya juga berbeda. Program GenRe terfokus pada isi pesan bagaimana remaja mampu mendewasakan usia perkawinan dengan minimal menikah bagi wanita 21 tahun dan minimal bagi pria 25 tahun. Karena sasaran program GenRe adalah remaja yang berusia 10-24 tahun dan belum menikah, mahasiswa dan mahasiswi belum menikah, keluarga dan masyarakat peduli remaja (Wirdhana, 2014).

Ida Maulida mengungkapkan, bahwa isi pesan yang perwakilan BKKBN Provinsi Banten bersumber dari BKKBN pusat. BKKBN adalah lembaga pemerintah nonkementerian yang berada di bawah dan tanggung jawab kepala presiden melalui menteri kesehatan. Semua perwakilan BKKBN provinsi mengikuti instruksi terlebih dahulu dari BKKBN pusat. Pengemasan isi pesannya seperti isu besar pada tahun 2018 masalah stunting, di sesuaikan dengan kearifan lokal yang ada di daerah Banten, dari mulai kata-kata, desain, cara penyampaian dan lain-lain.

Sebelum pesan tersebut di sebar luaskan ada penyaringan pesan terlebih dahulu. Penyaringan pesan ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahan informasi untuk masyarakat. Budi Utomo selaku Kasubbid. Advokasi dan KIE menjelaskan, penyaringan pesan sebelum disebarluaskan melalui beberapa persetujuan antara lain dari bidang Advoksi, Penggerakan, dan Informasi lalu ke bidang KB atau GenRe selanjutnya di lakukan persetujuan oleh Kepala Perwakilan BKKBN Provinsi Banten.

Strategi Pemilihan Segmentasi Khalayak Perwakilan BKKBN Provinsi Banten Dalam Pengendalian Penduduk Di Provinsi Banten

Sasaran program KB adalah Pasangan Usia Subur (PUS). Pasangan usia subur adalah pasangan suami-istri yang istrinya berumur 21-49 tahun dan masih haid, karena rentang usia yang masih panjang beresiko memiliki anaknya pun banyak.

“target kami adalah PUS (Pasangan Usia Subur), karena merekalah yang masih bisa berperoduksi dan memiliki waktu yang panjang untuk memiliki banyak anak” (Tb. Budy Mulyawan, 2019).”

Salah satu tujuan program KB adalah menjarangkan kelahiran. pasangan usia subur (PUS) berusia 21 tahun – 49 tahun dan masih haid, pada usia 21 – 49 tahun pasangan memiliki rentang waktu yang panjang untuk dapat melahirkan lebih dari satu kali. Semakin muda usia pada saat menikah maka masa subur wanita akan semakin panjang. Hal inilah yang akan berpotensi satu pasangan suami istri memiliki lebih dari dua anak.

Pogram GenRe memiliki segmetasi khalayak yaitu remaja yang berusia 10-24 tahun dan belum menikah, orang tua yang memiliki anak remaja juga menjadi khalayak program GenRe. Program GenRe adalah program untuk memfasilitasi terwujudnya tegar remaja, tegar remaja adalah remaja yang sehat jasmani dan rohani, juga terhindar dari triad KRR (Pernikahan dini, seks pranikah, dan napza).

“target kami adalah remaja usia 10-24 tahun dan belum menikah, juga keluarga yang memiliki remaja” (Nafis, 2019).”

Program GenRe memiliki segmentasi khalayak remaja yang berusia 10-24 tahun dan belum menikah, tapi bukan hanya remaja program ini juga memiliki segmentasi khalayak yaitu orang tua yang memiliki anak remaja karena orang tua juga membutuhkan informasi yang sama untuk anaknya. Optimalisasi program GenRe perlu dilakukan salah satunya adalah dengan membandingkan antara gambaran pelaksanaan program GenRe pada lingkup nasional (diwilayah Indonesia secara keseluruhan) dan di Provinsi Banten.

Program pengendalian penduduk dapat mencapai semua lapisan masyarakat, baik masyarakat desa maupun kota semua menjadi sasaran khalayak program GenRe dan KB. Masyarakat di desa maupun dikota harus mendapatkan informasi yang sama. Budi Utomo mengungkapkan, bahwa baik khalayak yang ada dikota maupun di desa tidak ada perbedaan dalam mendapatkan informasi, semua mendapatkan informasi yang sama dan sesuai kebutuhan masing-masing hanya saja cara dan kondisi di lapangan yang berbeda. Biasanya khalayak di desa lebih religious dan sulit menerima informasi baru sedangkan khalayak perkotaan cara berpikirknya sudah banyak terbuka.

Budi utomo mengungkapkan, bahwa pemilihan segmentasi khalayak juga memiliki prosedur sebelum suatu program di terapkan dalam masyarakat. Segmentasi khalayak ditentukan dengan melihat dahulu hasil survey pengetahuan masyarakat mengenai suatu isu dari situlah dapat terlihat wilayah-wilayah yang kurang pengetahuan, maka substansi yang kurang tersebut dapat diterapkan diwilayah tertentu dengan segmentasi khalayak sesuai program tersebut (Pathony, 2019).

Kesimpulan

Strategi pemilihan media komunikasi Perwakilan BKKBN Provinsi Banten dalam pengendalian penduduk di Provinsi Banten pada program KB dan GenRe mengguakan media langsung (tatap muka), media massa, media nirmassa dan media social (media online). Media tatap muka bentuk kegiatannya penyuluhan, sosialisasi, seminar, pelayanan kesehatan, dan pelayanan konsultasi bahkan fasilitas gratis bagi masyarakat seperti MUYAN (Mobil Unit Pelayanan). Media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, film, dan buku, bentuk kegiatan berupa talkshow, peliputan kegiatan, soft news, iklan-iklan, dan lain sebagainya. Media nirmassa sebagai media penyampai pesan kepada khalayak. Diantaranya berupa surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk, pamflet, dan

brosur biasanya berisi informasi, pengumuman, slogan-slogan. Media sosial berupa facebook dan instagram.

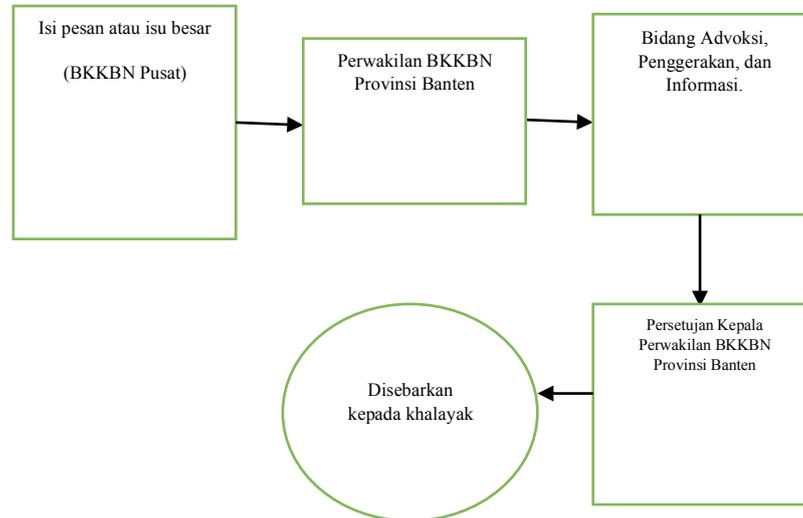
Tabel 1

media komunikasi perwakilan BKKBN Provinsi Banten

Media Komunikasi	Bentuk	Keterangan
1. Langsung (tatap muka)	<ul style="list-style-type: none"> • Penyuluhan • sosialisasi • seminar • pelayanan kesehatan • pelayanan konsultasi 	kader, petugas lapangan KB, forum GenRe, serta orang-orang dari kantor perwakilan BKKBN Provinsi Banten, fasilitas MUYAN (Mobil Unit Pelayanan)
2. Media Massa	<ul style="list-style-type: none"> • Talkshow • peliputan kegiatan • soft news • iklan-iklan 	televisi, radio, surat kabar, majalah, film, dan buku
3. Media Nirmassa	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi • Pengumuman • Slogan-slogan 	surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk, pamflet, dan brosur
4. Media Online (media sosial)	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi kegiatan • Konten-konten informasi. Dll 	Facebook dan instagram

Strategi desiminasi pesan Perwakilan BKKBN Provinsi Banten dalam pengendalian penduduk di Provinsi Banten yaitu berisi pesan dalam program KB berisi ayo ikut KB, 2 anak cukup, kesehatan reproduksi dan bagaimana menjarangkan kehamilan untuk pasangan usia subur. Sedangkan program GenRe terfokus pada isi pesan bagaimana remaja mampu mendewasakan usia perkawinan dengan miniman menikah bagi wanita 21 tahun dan minimal bagi pria 25 tahun.

Gambar 1
Penyaringan isi pesan



Strategi pemilihan segmentasi khalayak Perwakilan BKKBN Provinsi Banten dalam pengendalian penduduk di Provinsi Banten pada program KB memiliki segmentasi khalayaknya yaitu pasangan usia subur (PUS) berusia 21 tahun - 49 tahun. Program GenRe memiliki segmentasi khalayak remaja yang berusia 10-24 tahun dan belum menikah, orang tua yang memiliki anak remaja karena orang tua juga membutuhkan informasi yang sama untuk anaknya.

Referensi

- Anggraini Nining, 2016. Strategi Komunikasi Badan Pemberdayaan Perempuan, Masyarakat Dan Keluarga Berencana Dalam Meningkatkan Pengguna Vasektomi Di Kota Pekanbaru. JOM FISIP Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016
- Agus Salim, 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*, PT. Tiara Wacana Yogya, Yogyakarta
- Ardianto dkk. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- BKKBN, <https://www.bkkbn.go.id/pages/tugas-pokok-dan-fungsi> . Diakses pada 15 januari 2019, 11:21 WIB
- BPS Provinsi Banten, 2014. Profil Anak Provinsi Banten Tahun 2014. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bappeda.bantenprov.go.id/upload/HIBAH/2015/Profil%2520Anak%25202014.pdf&ved=2ahUKEwj5p_pg_riAhUKb30KHT3eBxkQFjABegQIBxAN&usg=AOvVaw3XZod7I7VP94ZcnR4-hrxi (Diakses jumat, 21 juni 2019, pukul 14.18 WIB)

- Cresswell, J.W. 2010. *Research design: Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.
- Danny I Yatim. 2015. *Mempersiapkan Generasi Remaja Berencana*. (Jakarta: BKKBN)
- DS Halid, 2017. Pengertian Diseminasi. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://eprints.umm.ac.id/35141/3/jiptummp-gdl-dwistyanin-46971-3-babii.pdf&ved=2ahUKEwj0sbW7y_niAhUILO8KHc-BA4IQFjAGegQIBBAB&usg=AOvVaw16ZJKCzAbeARZLO512kMft&cshid=1561086283451 (Diakses pada jumat 21 juni 2019 pukul 10.08 WIB)
- Engga Probi Endri. Skripsi. 2016. "Strategi Komunikasi Perwakilan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Provinsi Sumatera Barat dalam Promosi Program Generasi Berencana (GenRe)" <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/6645> (Diakses pada tanggal 19 januari 2019, pukul 21:23 WIB)
- Gina Aulia, 2016. Partisipasi Stakeholder dalam Pelaksanaan Program Adiwiyata di SMP Negeri 4 Bojonegoro. Volume 4, Nomor 3, September - Desember 2016 <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmpe0c44e1e9bfull.pdf> diakses pada 14 februari 2019 09:08 WIB
- Hadiyanto, 2008. *Komunikasi Pembangunan Partisipatif: Sebuah Pengenalan Awal*. Jurnal Komunikasi Pembangunan. Vol.06, No.2, pp.1-9
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu komunikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008)
- Horton B. Paul dan Chester L. Hunt. 1999. *Sosiologi*. Diterjemahkan oleh Drs. Aminudin Ram, M. Ed dan Dra. Tita Sobari. Jakarta: Erlangga
- Jalaludin Rakhmat. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Katadata.co.id, <file:///C:/Users/user/Downloads/berapa-jumlah-penduduk-indonesia.pdf>, 2018. Diakses pada 14 januari 2019
- Kompasiana. 2016. Komunikasi Partisipati dalam Menangkal Konflik Pembangunan. <https://www.kompasiana.com/epinsolanta/5715fe5c80afbd670896338d/komunikasi-partisipatif-dalam-menangkal-konflik-pembangunan?page=all> Diakses 11 februari 2019, 15.51 WIB
- Lexy J, Meleong. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Maya widiarini, Maya. 2012 <https://www.scribd.com/doc/87350085/Pengembangan-Strategi-Penyusunan-Pesan> 11 februari 2019, pukul 10.54
- Maya May Syarah, Mari Rahmawati 2017. Akademi Komunikasi BSI Jakarta Jalan Kayu Jati V No. 2, Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur Komunikasi Partisipatori Pada Program Pemberdayaan Masyarakat Dalam Penanganan TB <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/viewFile/2585/1810> 11 februari 2019, 14.34 WIB

- Muchtar, Kamila. 2016. *PENERAPAN KOMUNIKASI PARTISIPATIF PADA PEMBANGUNAN DI INDONESIA*. Jurnal Makna, Volume 1, Nomor 1, Maret 2016 – Agustus 2016 <file:///C:/Users/user/Downloads/795-Article%20Text-2128-1-10-20180420.pdf> Diakses 11 februari 2019 , 10.54
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana Deddy, 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya divisi buku umum. Bandung
- Muyana Deddy, 2007. *Komunikasi Pembangunan*, Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Ngalimun, 2018. *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: PUSTAKA BELAJAR)
- Nurani Sayomukti, 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA)
- Oferius Zega, *Perencanaan Pesan Dan Media*. 2017 <http://mediastrategi95.blogspot.com/2017/04/perencanaan-pesan-dan-media.html> Diakses 11 februari 2019 , pukul 15.00
- Onong uchjana Effendy. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Onong uchjana Effendy. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchyana Effendy. 2007. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Onong Uchyana Effendy. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Pathony, T. (2019). Proses Pemberdayaan Masyarakat Melalui Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Kabupaten Subang. *International Journal of Demos*, 1(2), 262–289.
- Purnamasari, H., & Ramdani, R. (2019). Evaluasi Program Badan Usaha Milik Desa (BUM DESA) Oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa di Kabupaten Karawang. *International Journal of Demos*, 1(1), 89–100.
- Rahim SA. 2004. *Participatory Development Communication as a Dialogical Process* dalam White, SA. 2004. *Participatory Communication Working for Change and Development*. New Delhi.
- Republika.co.id. 2015. *Kematian Anak Dan Ibu Di Banten* <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/parenting/15/02/03/nj6odu-kematian-ibu-dan-anak-di-banten-masih-tinggi> Diakses 8 mei 2019, pukul 13.49 WIB
- Robby Ruyudha, Skripsi. 2017. “KINERJA APARATUR BIDANG PENGENDALIAN PENDUDUK DINAS PENGENDALIAN PENDUDUK DAN KELUARGA BERENCANA KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PENGENDALIAN PENDUDUK”. <http://digilib.unila.ac.id/27859/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf> (Diakses pada 1 Januari 2019, 10.45 WIB)

- Rochajat Harun dan Elvinaro Ardianto, 2011. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada,)
- Rogers, Everett M (1995). *Diffusion of Innovations. – Fourth Edition*. New York: The Free Press.
- Rony hanitijo. 1994. *Metode Peneitian Hukum dan Jurimeter*. Ghalis.
- Rony hanitijo.1994. *Metode Peneitian Hukum dan Jurimeter*. Ghalis
- Rony Kountur, 2007. *Metode Penelitian*, Penerbit PPM, Jakarta
- Rosady Ruslan, 2003. *Metode Penelitian Public Relatians dan Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sholihah Mar'atush, 2013 <https://id.scribd.com/doc/188251362/SEGMENTASI-KHALAYAK-SASARAN-2> (Diakses pada 25 juni 2019, pukul 09.54 WIB)
- Soekartono. 2008. *Divusi Inovasi*. <https://tonz94.com/2008/12/22/difusi-inovasi/> 11 februari 2019, pukul 11.30
- [STUDYLIB. Strategi Perencanaan Pesan. https://studylibid.com/doc/271831/2.2.2-strategi-komunikasi-dalam-penyusunan-pesan](https://studylibid.com/doc/271831/2.2.2-strategi-komunikasi-dalam-penyusunan-pesan) 11 februari 2019 , pukul 15.34
- Sugiyono, 2008. *Metode Pnelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung
- Suparman, A. (2019). Pengaruh Penerimaan Teknologi Dalam Pembelajaran E-Learning Terhadap Peningkatan Minat Belajar Siswa (Studi Kasus Di Smk Pasundan Subang). *International Journal of Demos*, 1(2).
- Syaiful Rohim. 2019. *Teori Komunikasi: presfektif ,ragam, dan aplikasi*, (Jakata:PT.Rinka Cipta)
- Wartakota.tribunnews.com. 2017. Kemiskinan di Banten <http://wartakota.tribunnews.com/2017/08/02/kemiskinan-di-banten-13-anak-di-rumah-ini-tidak-ada-yang-sekolah> Diakses 8 mei 2019 , pukul 12.58 WIB
- Werner J Severin. et. al.; *Teori Komunikasi-Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana. 2008. Hal. 443.
- Wirdhana, Indra., et. al. 2014. *Kurikulum Diklat Teknis TOT Bina Keluarga Remaja Bagi Stakeholder dan Mitra Kerja*. Jakarta: BKKBN.
- Yatim, Danny I. 2015. *Mempersiapkan Generasi Remaja Berencana*. Jakarta: BKKBN.