

# Pengembangan Model Komunikasi Pelayanan untuk Menghasilkan Kader yang Kreatif dalam Menunjang Keberhasilan Program Bina Keluarga Balita

## **ABSTRACT**

*One implementation of government policy to build family's prosperity by increasing the quality of children is realizing The Building of Family and Children under Five Years Program or Bina Keluarga Balita (BKB). BKB activities are organized by cadres of community who volunteer to explain to the target of BKB Program. However, there is a resistance which is the cadres are lack of creativity in implementing community service model. It becomes the main factor why BKB program is not maximal. Service communication model which is used by cadres to deliver the materials is boring and makes the target group bored. Moreover, they lost their motivation to participate in BKB Program. This research applies "research and development" design. This is a research which follows the development programs. Service communication model of BKB cadres is built through system-*

*atic stages by applying Focus Group Discussion (FGD) method. In general, this research is done to determine service communication model which is used by the cadres. Furthermore, it also creates a model for the development of service communication in producing more creative cadres which are able to support the success of BKB Program. The result of this research is a service communication model that is able to make cadres more creative in supporting the success of BKB Program.*

*Keywords: Service Communication Model, BKB Program, BKB Cadres*

## **ABSTRAK**

Salah satu implementasi kebijakan pemerintah untuk mengajak ketahanan keluarga dengan menaikkan kualitas anak-anak adalah dengan program Bina Keluarga Balita (BKB). Aktifitas BKB dibentuk oleh kader anggota komunitas yang menjadi relawan untuk menjelaskan kepada target program BKB. Namun, hambatan dari kader adalah kreatifitas dalam pelaksanaan model pelayanan komunitas menjadi factor utama tidak maksimalnya pekerjaan program BKB. Model komunikasi pelayanan digunakan kader dimana untuk memelihara penyampaian materi yang membosankan serta membuat kelompok target menjadi jenuh dan hilang motivasi untuk berpartisipasi dalam program BKB. Studi ini menggunakan desain "riset dan pembangunan". Ini adalah program riset yang mana mengikuti program-program pembangunan. Model komunikasi pelayanan kader BKB dibangun melalui tahap sistematis dengan pengaplikasian metode penelitian *Focus Group Discussion* (FGD). Secara garis besar studi ini untuk mengetahui model komunikasi pelayanan yang digunakan oleh kader dan menyusun model pembangunan komunikasi pelayanan dalam memproduksi kader yang kreatif yang mana untuk mendukung suksesnya program BKB. Hasil dari riset ini adalah model komunikasi pelayanan untuk membuat kader kreatif dalam mendukung suksesnya program BKB.

Kata Kunci : Model Komunikasi Pelayanan, Program Bina Keluarga Balita (BKB), Kader BKB.

## **PENDAHULUAN**

Implementasi kebijakan Pemerintah untuk meningkatkan ketahanan keluarga dalam

peningkatan kualitas anak dilakukan melalui program Bina Keluarga Balita (BKB). BKB merupakan kelompok kegiatan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, sikap dan perilaku serta ketrampilan keluarga/orang tua dalam pengasuhan dan pembinaan tumbuh kembang anak. Peran keluarga/orang tua dalam pengasuhan dan pembinaan tumbuh kembang anak sejak dini (0-5 tahun) atau periode emas sangat penting dan strategis dalam upaya mempersiapkan kualitas sumber daya manusia di masa yang akan datang.

BKB dilaksanakan untuk membina ibu kelompok sasaran yang mempunyai anak Balita. Ibu kelompok sasaran ini, dibagi menjadi 5 kelompok menurut umur anaknya, yaitu :

1. Kelompok ibu dengan anak umur 0-1 tahun
2. Kelompok ibu dengan anak umur 1-2 tahun
3. Kelompok ibu dengan anak umur 2-3 tahun
4. Kelompok ibu dengan anak umur 3-4 tahun
5. Kelompok ibu dengan anak umur 4-5 tahun

Pembagian kelompok umur ini sesuai dengan tahap perkembangan anak, di mana tiap-tiap kelompok umur tersebut mempunyai karakteristik sendiri-sendiri (Soetjiningsih, 1995).

Secara teknis kegiatan BKB dilakukan satu kali dalam sebulan. Penanggung jawab umum gerakan BKB adalah Lurah atau Kepala Desa. BKB direncanakan dan dikembangkan oleh kader, LKMD dan PKK serta Tim Pembina LKMD tingkat Kecamatan. Penyelenggarannya dilakukan oleh kader yang berasal dari anggota masyarakat dan bersedia secara sukarela bertugas memberikan penyuluhan kepada sasaran kegiatan BKB.

Melihat penyelenggara kegiatan ini dilakukan oleh kader, maka peran kader dalam menyebarluaskan pengetahuan dan

keterampilannya kepada sasaran secara terencana dan teratur menjadi sangat penting. Sayangnya, kurangnya kreativitas kader dalam penerapan model komunikasi pelayanan yang digunakan menjadi penyebab utama tidak berjalan dengan baiknya program BKB ini. Model komunikasi pelayanan yang digunakan oleh para kader saat menyampaikan materi cenderung monoton, sehingga tak jarang ibu-ibu kelompok sasaran kemudian merasa jenuh bahkan kehilangan motivasi untuk ikut serta dalam program BKB. Akibatnya peserta program BKB mengalami penurunan dari bulan ke bulan.

Dampak dari tidak berjalan dengan baiknya program BKB ini harus menjadi perhatian serius seluruh pihak yang terkait, karena bermula dari program inilah kita dapat mempersiapkan generasi penerus bangsa yang berkualitas. Maka dari itu penulis merasa perlu untuk melakukan sebuah penelitian mengenai pengembangan model komunikasi pelayanan untuk menghasilkan kader yang kreatif dalam menunjang keberhasilan program BKB. Untuk meneliti hal tersebut, penulis menggunakan pendekatan "*Research and Development*", artinya penelitian yang ditindaklanjuti dengan program pengembangan yang bertujuan untuk perbaikan ataupun penyempurnaan hasil penelitian. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Focus Group Discussion* (FGD). FGD merupakan metode kualitatif yang digunakan untuk melacak hal-hal tertentu terkait dengan pelaksanaan program BKB yang menjadi prioritas subjek penelitian.

Model adalah gambaran yang dirancang untuk mewakili kenyataan. Model adalah tiruan gejala yang akan diteliti. Model menggambarkan hubungan di antara variabel-variabel atau sifat-sifat atau komponen-komponen gejala tersebut (Rakhmat, 1995). Model adalah representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Model komunikasi bukanlah fenomena komunikasi itu sendiri,

tetapi hanya alat untuk menjelaskan dan mereduksi fenomena komunikasi (Mulyana, 2005:121). Model komunikasi adalah deskripsi ideal tentang apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Dengan demikian secara sederhana, model komunikasi dapat diartikan sebagai gambaran tentang variabel-variabel atau komponen-komponen komunikasi, dan hubungan antara variabel-variabel atau komponen-komponen komunikasi tersebut.

Hingga saat ini, berbagai model komunikasi banyak dikembangkan dalam bidang kajian ilmu komunikasi. Model komunikasi S – R (Stimulus – Respon) misalnya, merupakan komunikasi yang membentuk aksi reaksi, komunikator lebih aktif memberikan *stimulus* (rangsangan), sementara komunikan/*receiver* berusaha memberikan *respons* (tanggapan). Selain itu, terdapat pula model komunikasi dua arah (*two way communication*) di mana kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi sama-sama aktif dan kreatif dalam menciptakan arti terhadap ide atau gagasan yang disampaikan via pesan, sehingga jalannya komunikasi terkesan lebih dinamis dan komunikatif.

Forsdale (1981) menyatakan bahwa salah satu model komunikasi yang tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell. Terdapat beberapa unsur komunikasi pada model komunikasi milik Lasswell, yaitu *Source-Message-Chanel-Receiver-Effect*. Menurut Muhammad (2009), *source* di sini adalah orang yang menyampaikan pesan (komunikator). *Message* adalah isi komunikasi atau pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Isi yang dikomunikasikan ini kadang-kadang sederhana dan kadang-kadang sulit dan kompleks. *Chanel* adalah alat komunikasi (media), seperti surat, buku atau gambar. *Receiver* adalah orang yang menerima pesan dari komunikator. Terakhir, *effect* adalah tanggapan atau perubahan yang terjadi pada diri audiens setelah menerima pesan dari komunikator.

Penjelasan model tersebut di atas tidak kesemuanya efektif jika digunakan pada komunikator dan komunikan yang berbeda. Penelitian ini kemudian sampai pada tahap merumuskan pengembangan model komunikasi pelayanan untuk menghasilkan kader yang kreatif dalam menunjang keberhasilan program BKB. BKB didirikan pada tahun 1981 atas prakarsa Menteri Urusan Peranan Wanita yang menjabat saat itu (Mustakimah 2007). BKB diprakarsai diantaranya oleh PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga), Persatuan istri TNI dan istri ketua RW serta warga masyarakat yang memiliki kemauan mendirikan BKB. BKB merupakan program yang strategis dalam upaya pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) sejak dini (Mustakimah 2007). BKB secara kontinyu menanamkan kepada orang tua agar tetap memperhatikan perkembangan anak secara komprehensif. BKB sendiri memiliki banyak kegiatan, diantaranya adalah kegiatan pelayanan, mulai dari penyuluhan seputar tumbuh kembang anak dan gizi balita, kegiatan perawatan ibu hamil dan bayi baru lahir, dll.

Kegiatan Program Bina Keluarga Balita mempunyai tujuan yaitu (1) Meningkatkan jumlah ibu balita yang ikut penyuluhan kelompok BKB, (2) Meningkatkan jumlah kelompok-kelompok Bina Keluarga Balita baru, (3) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan keluarga, kesadaran serta kemampuan setiap ibu dan anggota keluarga dalam melakukan kegiatan program BKB untuk anak balitanya, dan (4) Meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengembangan BKB (BKKBN 1997).

Melalui kegiatan program BKB diharapkan ibu-ibu kelompok sasaran dan anggota keluarga lainnya dapat mengetahui tahap tumbuh kembang anak serta cara merangsangnya, sehingga anak-anak tumbuh dan berkembang sebagai anak yang sehat, cerdas, bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkepribadian kuat dan berbudi luhur.

Pengertian kader BKB sendiri menurut

Buku Pedoman BKB (BKKBN 1997) adalah seseorang atau sejumlah orang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan khusus di bidang tertentu, serta mau dan mampu menyebarluaskan pengetahuan serta keterampilannya kepada sasarannya secara teratur dan terencana. Dengan adanya pengetahuan serta keterampilan khusus di bidang tertentu yang dimiliki oleh kader, diharapkan materi yang nantinya disampaikan kepada kelompok ibu-ibu sasaran dapat dikembangkan dengan baik melalui kreativitas masing-masing kader. Oleh karenanya, peranan kader BKB yang kreatif dalam program BKB ini sangatlah penting. Dari hasil penelitiannya, Mustakimah (2007) menunjukkan bahwa peranan kader BKB sebagai motivator dan narasumber dalam penyelenggaraan program-program pelayanan BKB di Kecamatan Blimbing Kota Malang sangat diharapkan oleh ibu-ibu kelompok sasaran.

Selain Mustakimah, Alim (2008) menyatakan bahwa posyandu sangat esensial bagi masyarakat dalam membuat masyarakat mengerti akan arti penting kesehatan. Peran serta kader kesehatan Posyandu sangat penting dalam mencari dan memperoleh informasi tentang kesehatan yang berguna bagi pribadi, keluarga dan masyarakat sekitarnya. Penelitian Abdul Alim melihat keterkaitan individu-individu yang terjaring dalam laju pola informasi kesehatan dan perbandingannya dalam kelompok kader kesehatan di dua kelompok Posyandu (Posyandu Dahlia III Kalurahan Desa Pondok Sukoharjo dan Posyandu Anggur Kalurahan Danukusuman Surakarta) dalam membentuk suatu pola jaringan komunikasi. Penelitian ini menghasilkan jaringan komunikasi yang terwujud dalam gambar sosiogram pada kedua kelompok Posyandu serta peran-peran khusus dalam sistem; seperti *star*, *liaisons*, *opinion leader*, dan *isolate*. Peran serta pemerintah sangat diperlukan secara nyata dalam menciptakan tingkat kesehatan yang tinggi di masyarakat dan peran serta posyandu sebagai salah satu kunci suksesnya. Hal ini dilakukan dengan

memanfaatkan fungsi *opinion leader* dalam sistem Posyandu dan meminimalisir peran *isolate* agar seluruh komponen dalam sistem kesehatan masyarakat dapat saling bersinergi mencapai tujuan kesehatan.

## PEMBAHASAN

### A. MODEL KOMUNIKASI PELAYANAN YANG DIGUNAKAN OLEH KADER BKB SELAMA INI

Terdapat beberapa unsur komunikasi dalam pelaksanaan model komunikasi pelayanan yang digunakan oleh kader program BKB selama ini, yaitu :

#### 1. KADER BKB

Peran kader menjadi faktor penting dalam pelaksanaan program BKB ini. Namun sayangnya, potensi-potensi dari kader tidak pernah terasah melalui pelatihan-pelatihan yang dapat membawa kemajuan program BKB kedepannya. Panuwun (2013) menyatakan bahwa lambatnya regenerasi kader dan kurangnya penggalian potensi kader melalui pelatihan dan pembinaan tenaga kesehatan setempat menjadi penyebab kurang maksimalnya pelaksanaan program BKB. Meskipun pertemuan antara tenaga kesehatan dan kader BKB rutin diadakan sebulan sekali, namun nyatanya upaya tersebut tidak cukup membawa hasil yang optimal bagi kemajuan ibu-ibu peserta program BKB (Hasil wawancara dengan kader BKB Dusun Gandikan, 10 Agustus 2013).

Tidak hanya itu saja, sebagian dari ibu-ibu peserta program BKB juga mengeluhkan permasalahan lain, yaitu kurang komunikatifnya kader dalam menyampaikan materi. Hal ini disebabkan karena usia mereka yang sudah tidak muda lagi, seperti yang diungkapkan oleh Anis berikut : “rata-rata usia kader BKB memang sekitar 50 tahun ke atas mbak, niki nggih nyuwun sewu nggih.. biasane piyayi sepuh niku nek ngendiko sok kadang boten jelas tur nggih kadang mbulet-mbulet boten wonten intine (Hasil wawancara dengan peserta program BKB Dusun Grejen Tengah, 2 September

2013). Pernyataan tersebut membuktikan akan pentingnya posisi kader sebagai komunikator dalam menciptakan proses komunikasi yang efektif. Di mana proses komunikasi kader yang efektif ini tentunya berkaitan dengan penyampaian materi yang disampaikan pada peserta program BKB.

## 2. MATERI

Tidak adanya panduan baku atau pembaharuan materi dari tenaga kesehatan setempat bagi para kader dalam menyampaikan materi selama ini membuat para kader sedikit kesusahan dalam menentukan tema-tema materi di setiap pertemuan. Panuwun (2013) menyatakan bahwa dengan tidak adanya *up grading* materi dari bidan desa setempat membuat kader merasa bingung untuk menentukan tema apa saja yang harus disampaikan di setiap pertemuan (Hasil wawancara dengan kader BKB Dusun Gandikan, 10 Agustus 2013).

Penjelasan materi yang disampaikan kader pun tidak didukung dengan adanya penggunaan media sebagai alat bantu peraga. Hal inilah yang kemudian membuat ibu-ibu peserta merasa jenuh, karena materi yang disampaikan dianggap terlalu monoton. Bahkan tidak jarang ibu-ibu peserta program BKB kehilangan motivasi untuk ikut aktif dalam program ini pada bulan-bulan selanjutnya. Akibatnya jumlah peserta yang mengikuti program BKB selama ini sedikit demi sedikit mengalami penurunan. Hal tersebut tentu saja bertolak belakang dengan apa yang menjadi tujuan program BKB selama ini, yaitu meningkatkan jumlah ibu balita yang ikut penyuluhan kelompok BKB dan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan keluarga, serta kemampuan setiap ibu dan anggota keluarga dalam melakukan kegiatan program BKB untuk anak balitanya (BKKBN,1997:23).

## 3. IBU-IBU PESERTA PROGRAM BKB

Komunikatif/ audiens dalam proses komunikasi program BKB ini adalah ibu-ibu

yang memiliki balita. Mereka berasal dari latar belakang pendidikan, ekonomi dan status sosial yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang yang utamanya ekonomi ini terkadang menjadi hambatan pelaksanaan program BKB di beberapa dusun. Karena dalam setiap pelaksanaan program BKB, warga harus menyediakan makanan ringan pada peserta. Dusun Tojayan misalnya, keberagaman latar belakang warganya menjadi hambatan terlaksananya program BKB di dusun tersebut. Sehingga sampai saat ini dusun tersebut tidak memiliki kelompok ibu-ibu peserta program BKB (Hasil wawancara dengan kader BKB Dusun Gandikan, 10 Agustus 2013).

Lain halnya dengan dusun Gandikan, di dusun ini program BKB dapat terlaksana setiap bulannya. Program BKB yang berjalan di dusun ini menjadi satu dengan program arisan balita. Namun demikian, pelaksanaan program BKB di dusun ini juga belum bisa berjalan efektif. Karena pelaksanaan acara ini diadakan bersamaan dengan kegiatan arisan balita. Fokus dari peserta sendiri tidak 100% tertuju pada materi yang disampaikan oleh para kader. Selain itu, durasi yang diberikan pada kader untuk menyampaikan materi terlalu singkat. Rata-rata kader BKB hanya diberi kesempatan untuk berbicara dalam waktu 10-15 menit (Hasil wawancara dengan kader BKB Dusun Gandikan, 10 Agustus 2013).

Singkatnya durasi yang diberikan pada kader menyebabkan tidak adanya sesi tanya jawab dan tanggapan umpan balik dari ibu-ibu peserta program BKB kepada kader sebagai komunikator. Liliweri (2013) menjelaskan bahwa suatu aktivitas komunikasi dikatakan efektif jika terjadi transaksi antara pengirim dan penerima pesan. Sehingga tentu saja dengan tidak adanya umpan balik ini dapat menyebabkan tidak efektifnya komunikasi yang sedang berlangsung dalam kegiatan ini.

## B. ANALISIS SWOT MODEL KOMUNIKASI PELAYANAN YANG DIGUNAKAN OLEH KADER BKB

Dari hasil pemaparan di atas, peneliti

memasukkan detail model komunikasi pelayanan yang digunakan oleh kader BKB selama ini ke dalam tabel analisis SWOT berikut : (lihat tabel 1)

### C. MODEL KOMUNIKASI PELAYANAN PROGRAM BKB UNTUK MENGHASILKAN KADER YANG KREATIF

Dengan melihat tujuan penelitian ini, diperoleh model komunikasi milik Lasswell yang memiliki unsur-unsur komunikasi efektif. Unsur tersebut meliputi *Source-Message-Chanel-Receiver-Effect*. Berikut gambar model komunikasi milik Lasswell : (lihat gambar 1)

Perbedaan yang terdapat pada model komunikasi Lasswell dengan model komunikasi yang lain adalah adanya penggunaan media dan umpan balik. Yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi, seperti radio, televisi, surat, buku dan gambar. Namun yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud pesan tertentu. Kadang-kadang suatu media lebih efisien digunakan untuk maksud tertentu tetapi untuk maksud yang lain tidak. Sedangkan yang dimaksud dengan efek di sini bisa berupa tanggapan atau perubahan yang terjadi pada diri audiens setelah menerima pesan. Akan tetapi perlu diingat bahwa kadang-kadang tingkah laku seseorang tidak hanya disebabkan oleh faktor hasil komunikasi tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain (Muhammad 2009).

Selanjutnya dari model Laswell tersebut, peneliti menggabungkannya dengan hasil FGD, wawancara dan observasi untuk dikembangkan menjadi model komunikasi pelayanan kader BKB yang kreatif. Model komunikasi pelayanan kader BKB yang kreatif ini memiliki perbedaan dengan model komunikasi sebelumnya. Peneliti memasukkan unsur penggunaan media dan pembagian ibu-ibu peserta menjadi beberapa kelompok berdasarkan pada usia balita mereka. Berikut model komunikasi pelayanan kader BKB yang

kreatif :

Tujuan pembagian kader yang disesuaikan dengan kelompok audiens adalah agar pelaksanaan program BKB dapat lebih efektif. Selain itu, adanya pembagian kader ini diharapkan dapat memudahkan proses regenerasi kader. Setiap ibu-ibu peserta program BKB yang naik satu tingkat pada kelompok di atasnya, mereka berpotensi untuk menjadi kader kelompok yang berada satu tingkat dibawahnya.

Begitu juga dengan adanya penggunaan media, diharapkan nantinya penyampaian materi tidak lagi monoton dan dapat memudahkan kader untuk menyampaikan materi secara optimal. Media di atas meliputi penggunaan LCD (proyektor), alat peraga (mainan edukatif), buku panduan dan CD tutorial. Selain itu, peneliti juga melakukan pembagian kelompok ibu-ibu peserta program BKB berdasarkan pada usia balita mereka. Diharapkan dengan adanya pembagian ini, materi yang diperoleh para peserta dapat lebih bermanfaat dan sesuai dengan perkembangan usia balita.

Peneliti juga memasukkan unsur umpan balik pada desain di atas, karena peneliti menilai adanya umpan balik dari peserta sangat penting. Umpan balik yang ditanggapi secara positif oleh kader diharapkan dapat menjadi indikator pemahaman materi yang disampaikan. Sehingga peneliti juga mengusulkan agar pelaksanaan program ini nantinya dipisahkan dari kegiatan-kegiatan lain seperti arisan dan Posyandu.

### D. KADER YANG KREATIF DALAM MENUNJANG KEBERHASILAN PROGRAM BKB

Dalam pelaksanaan program BKB dibutuhkan kader yang kreatif, yaitu kader yang dapat memahami karakteristik audiens. Audiens dalam kegiatan ini terdiri dari ibu-ibu yang memiliki balita usia 0-5 tahun dengan latar belakang pendidikan, ekonomi, dan status sosial yang berbeda. Sehingga sebagai komunikator, kader harus memiliki cara

**TABEL 1.**  
**TABEL ANALISIS SWOT MODEL KOMUNIKASI PELAYANAN KADER BKB**

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Masih terselenggaranya pertemuan rutin kader BKB setiap bulan di balai desa.</li> <li>Banyaknya kelompok ibu-ibu yang memiliki balita.</li> <li>Banyaknya ibu-ibu muda yang berpotensi menjadi kader pengganti.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Usia kader yang relatif di atas 50 tahun.</li> <li>Penyampaian materi yang monoton menyebabkan hilangnya motivasi peserta dalam mengikuti program BKB.</li> <li>Tidak adanya buku panduan materi.</li> <li>Tidak adanya media sebagai alat bantu peraga dalam penyampaian materi.</li> <li>Kurangnya pemahaman ibu-ibu akan pentingnya memperoleh informasi mengenai tumbuh kembang anak dari program BKB ini.</li> </ol>
Faktor-faktor Eksternal		
PELUANG (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
<ol style="list-style-type: none"> <li>Banyaknya materi tentang tumbuh kembang anak, gizi dalam makanan dan pola asuh anak yang saat ini bisa diakses melalui internet.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memanfaatkan ibu-ibu muda yang berpotensi menjadi kader pengganti bagi kader yang usianya relatif di atas 50 tahun, kemudian membuat materi yang interaktif, serta kader pengganti diharapkan dapat menyusun buku panduan materi.</li> <li>Masih terselenggaranya pertemuan rutin kader BKB setiap bulan di balai desa serta banyaknya kelompok ibu-ibu yang memiliki balita dapat menjadi motivator untuk meningkatkan pemahaman ibu-ibu akan pentingnya memperoleh informasi mengenai tumbuh kembang anak dari program BKB ini.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Penyusunan buku panduan materi dan penggunaan media sebagai alat bantu peraga dalam penyampaian materi dapat memanfaatkan materi tentang tumbuh kembang anak, gizi dalam makanan dan pola asuh anak yang saat ini bisa diakses melalui internet sehingga pemahaman ibu-ibu akan pentingnya memperoleh informasi mengenai tumbuh kembang anak dari program BKB ini semakin meningkat.</li> </ol>
ANCAMAN (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
<ol style="list-style-type: none"> <li>Kurangnya perhatian tenaga kesehatan setempat terhadap jalannya kegiatan BKB.</li> <li>Tidak adanya penggalian potensi kader BKB melalui kegiatan pelatihan dan pengarahan yang optimal dari tenaga kesehatan setempat.</li> <li>Banyaknya ibu-ibu yang masih mempercayai mitos atau budaya yang melekat pada pendahulu-pendahulu mereka. Contoh : kasus pemberian makanan pada bayi (MPASI dini).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Banyaknya kelompok ibu-ibu yang memiliki balita serta terselenggaranya pertemuan rutin kader BKB setiap bulan di balai desa dapat menjadi modal utama untuk menggali potensi kader BKB walaupun tanpa adanya dukungan dari tenaga kesehatan setempat.</li> <li>Ibu-ibu yang berusia muda biasanya berpotensi untuk menjadi inovator sehingga mitos atau budaya tentang kesehatan balita yang melekat pada pendahulu-pendahulu mereka secara perlahan dapat lenyap.</li> </ol>	-

penyampaian materi yang sesuai dengan tingkat pemahaman ibu-ibu peserta program BKB meskipun mereka berada dalam satu kelompok.

Saat menyampaikan materi, kader perlu mengetahui peran utamanya sebagai komunikator. Liliweri (2013:75) menyatakan bahwa peranan utama komunikator adalah untuk memengaruhi, yang dalam bahasa

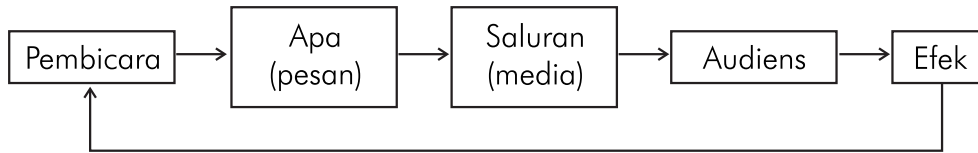
psikologi-komunikasi disebut persuasi. Menurut Huge (1976) komunikator dapat melakukan persuasi dengan baik jika memanfaatkan dua taktik untuk mencapai tujuannya, yaitu :

**1. TAKTIK INTENSIFY**

a. Repetisi

Pada tahapan repetisi ini, kader mengulang

**GAMBAR 1**  
**MODEL KOMUNIKASI LASSWELL**



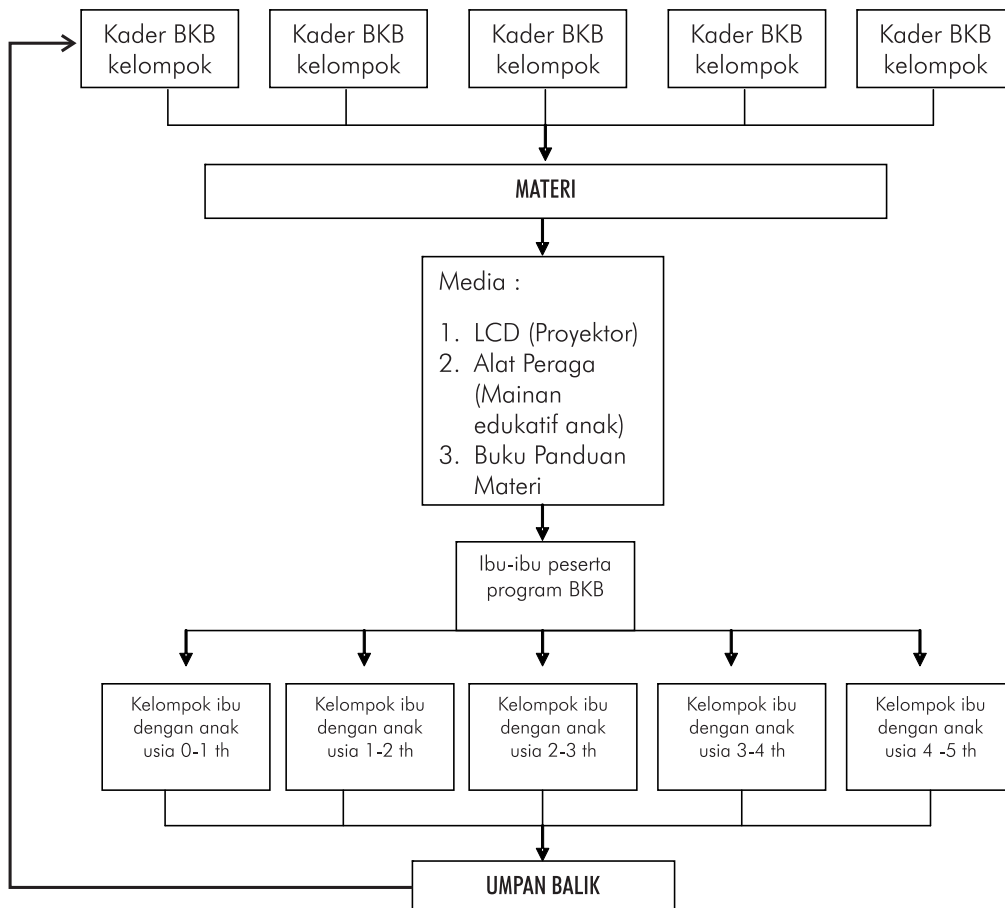
bagian penting dari materi kepada ibu-ibu peserta program BKB. Misalnya : *Sekali lagi saya tegaskan ibu-ibu bahwa pemberian ASI itu cukup penting, ingat cukup penting bagi kecerdasan dan kekebalan tubuh balita!* (Hasil observasi pada pelaksanaan program BKB di Dusun Gandekan, Desa Pucangan, Kartasura, 13 Oktober 2013).

b. Asosiasi

Dalam penyampaian materi, kader dapat menghubungkan penjelasannya dengan

kejadian-kejadian yang ada di masyarakat. Misalnya : *Perlu diperhatikan ibu-ibu, pre eklamsia sering dialami oleh satu dari lima ibu yang sedang hamil saat ini dikarenakan kurangnya pemahaman mereka terhadap asupan makanan yang dikonsumsi.* Faktanya, terjadi kasus bayi meninggal dunia karena sang ibu mengalami pre eklamsia/ eklamsia di Dusun Gandekan pada bulan Oktober 2013 (Hasil observasi pada pelaksanaan program BKB di Dusun Gandekan, Desa

**GB. 2**  
**DESAIN AWAL MODEL KOMUNIKASI PELAYANAN KADER BKB**





- Pucangan, Kartasura, 13 Oktober 2013).
- c. Komposisi  
Komposisi bahasa yang beragam dapat digunakan oleh kader agar penyampaian materi lebih menarik audiens. Disamping menarik, kader juga perlu memperhatikan penggunaan istilah. Dengan adanya perbedaan latar belakang pendidikan ibu-ibu peserta program BKB, sebaiknya kader mengurangi penggunaan istilah asing atau menggantinya dengan bahasa yang lebih ringan. Misalnya menyebut WHO dengan istilah *organisasi sing ngurusi babagan kesehatan* (Hasil observasi pada pelaksanaan program BKB di Dusun Gandekan, Desa Pucangan, Kartasura, 13 Oktober 2013).

## 2. TAKTIK *DOWNPLAY*

- a. Omisi  
Untuk memperhalus penyampaian materi yang dapat menyinggung perasaan ibu-ibu peserta program BKB, kader harus memahami taktik omisi ini. Misalnya : *Jadi ibu-ibu, sampai saat ini tidak ada yang bisa menggantikan kualitas ASI eksklusif* (Hasil observasi pada pelaksanaan program BKB di Dusun Gandekan, Desa Pucangan, Kartasura, 12 Mei 2013). Kader harus berhati-hati dalam menyampaikan informasi ini, karena faktanya banyak ibu-ibu di kampung khususnya RW 03 dan 04 Desa Pucangan, Kartasura masih memiliki keyakinan bahwa kandungan susu formula lebih baik daripada ASI. Sehingga pada usia di mana seharusnya bayi memperoleh ASI eksklusif, mereka justru memperoleh susu formula.
- b. Diversi  
Jika memang diperlukan sebagai fakta pendukung dalam proses penyampaian materi, pada taktik ini kader dapat secara terbuka menyampaikan kebiasaan baik atau buruk para audiens. Misalnya : *Orang tua jaman dulu sudah memberikan makanan tambahan (MPASI) pada bayi saat berusia 0-1 bulan. Seiring berkembangnya jaman, penelitian terkini menyatakan bahwa pemberian MPASI*

*dini dapat menyebabkan gangguan pencernaan pada bayi. Namun demikian banyak dari ibu-ibu dikampung ini masih memiliki keyakinan yang salah, dengan memberikan MPASI dini pada bayi. Alasannya bayi yang baru lahir tidak cukup memperoleh gizi jika hanya dengan minum susu saja* (Hasil observasi pada pelaksanaan rapat rutin kader program BKB di Desa Pucangan, Kartasura, 8 Oktober 2013).

- c. Konfusi  
Pada taktik ini, kader menggunakan sebuah jargon untuk menyampaikan materi agar lebih efektif. Misalnya : *Dengan memberikan ASI eksklusif, Ibu sehat bayi kuat!* (Hasil observasi pada pelaksanaan program BKB di Dusun Gandekan, Desa Pucangan, Kartasura, 13 Oktober 2013).

## SIMPULAN

Dalam penelitian ini ditemukan adanya kader yang belum mampu memberikan penyuluhan secara persuasif, sehingga perlu adanya perombakan cara penyampaian materi yang lebih persuasif. Sementara, penyampaian materi pada program BKB selama ini masih menggunakan model komunikasi satu arah tanpa adanya penggunaan media, sehingga perlu adanya model komunikasi dua arah yang menggunakan media agar lebih efektif. Penyampaian materi yang belum efektif, pada akhirnya akan beimbis pada sasaran audiens yang kurang tepat pula, sehingga perlu adanya pemetaan ibu-ibu peserta program BKB berdasar pada usia balita yang dimiliki.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alim, Abdul. 2008. *Jaringan Komunikasi Kader Kesehatan Posyandu*. Skripsi Universitas Sebelas Maret.
- Buku Pedoman BKKBN tahun 1997.
- Deddy, Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Forsdale, Louis. 1981. *Perspectives on Communication*. New York : Random House.
- Khairiyah, 2008. *Model Komunikasi Wanita Karier pada Keluarga*. Skripsi : IAIN Sunan Ampel.
- Liliweri, Alo. 2013. *Dasar-dasar Komunikasi*

- Kesehatan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Mustakimah, Rosyidatul. 2007. *Peranan Kader Bina Keluarga Balita (BKB) dalam Penyelenggaraan Program – Program Pelayanan BKB di Kecamatan Blimbing Kota Malang*. Skripsi Universitas Negeri Malang.
- Rakhmat, Jalaludin, 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rank, Huges. 1976. *Teaching about Public Persuasion*, In Daniel Dietrich (ed.), *Teaching about Doublespeak*, Illinois: National Council of Teachers of English.
- Soetjningsih. 1995. *Tumbuh Kembang Anak, Cetakan II*. Jakarta : EGC.
-