

Pengaruh Keterdedahan Media terhadap Pengetahuan Wanita Usia Subur dalam Program Keluarga Berencana di Indonesia

Media Exposure and Its Impact on Women's Knowledge in Family Planning Program in Indonesia

Dwi Retno Hapsari*) Asri Sulistiawati*) Aditya Rahmadhony**)

*Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Dramaga Bogor 16680, Indonesia

** Badan Riset dan Inovasi Nasional, Jl. Gatot Subroto No.10, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12710

*E-mail korespondensi: retmokpm@apps.ipb.ac.id

Diterima: 27 Januari 2023 | Disetujui: 29 Mei 2023 | Publikasi online: 12 Juni 2023

ABSTRACT

Utilization of the mass media as a source of development information is a strategic way to ensure the success of the Family Planning (KB) program in Indonesia. Therefore, access to information on family planning and contraceptive use is an important factor in increasing knowledge of the society. This study aims to examine the correlation between the level of exposure of the mass media and the level of knowledge of women about modern contraceptives. By utilizing secondary data sourced from National Population and Family Planning Agency (BKKBN) that so called "Survey Kinerja dan Akuntabilitas Program" in the year 2019, this study also conducted an inferential statistical test through a linear regression test to see the effect between variables. The respondents in this study were Women of Childbearing Age, accounted for 59,982 women, which was the result of data collection from 34 provinces and 514 cities/districts in Indonesia. The results of this study showed that the level of media exposure had a positive effect on increasing women knowledge about family planning. The media exposure level is also influenced by characteristic of women regarding age, education and level of wealth.

Keywords: *acceptors of Family planning, contraception, ICT, media, women of childbearing age*

ABSTRAK

Pemanfaatan media massa sebagai salah satu sumber informasi pembangunan, menjadi salah satu cara yang strategis dalam rangka menyukseskan program Keluarga Berencana (KB) di Indonesia. Oleh sebab itu, akses terhadap informasi KB dan penggunaan kontrasepsi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat korelasi antara tingkat keterdedahan media massa dengan tingkat pengetahuan perempuan tentang alat kontrasepsi modern. Dengan memanfaatkan data sekunder yang bersumber pada hasil Survey Kinerja dan Akuntabilitas Program (SKAP) dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Tahun 2019, penelitian ini juga melakukan uji statistik inferensia melalui uji regresi linear untuk melihat pengaruh antar variabel. Adapun responden dalam penelitian ini merupakan Wanita Usia Subur (WUS) yang berjumlah 59.982 orang, yang merupakan hasil pengumpulan data dari 34 provinsi dan 514 kota/kabupaten di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keterdedahan media berpengaruh secara positif pada peningkatan pengetahuan WUS tentang KB. Adapun tingkat keterdedahan responden terhadap media massa juga tidak terlepas dari pengaruh karakteristik sosiodemografis dari WUS itu sendiri diantaranya meliputi umur, pendidikan dan tingkat kekayaan responden.

Kata kunci: Akseptor KB, Kontrasepsi, TIK, Media, WUS



Authors retain copyright and grant the journal/publisher non exclusive publishing rights with the work simultaneously licensed under a <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may

do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

Published under Department of Communication and Community Development Science, IPB University and in association with Forum Komunikasi Pembangunan Indonesia and Asosiasi Penerbitan Jurnal Komunikasi Indonesia.

E-ISSN: 2442-4102 | P-ISSN: 1693-3699

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, bahwa jumlah penduduk Indonesia sampai tahun 2019 sebanyak 267 juta jiwa. Jika pertumbuhan penduduk tidak mampu dikendalikan, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2050-2060 diprediksi oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) akan mencapai dua kali lipat dari jumlah penduduk sekarang atau sebanyak 450-480 juta jiwa. Berdasarkan hal tersebut, melalui Undang-Undang Nomor 52 tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, Pemerintah berupaya mewujudkan pertumbuhan penduduk yang seimbang dan keluarga berkualitas salah satunya dengan melakukan upaya pengendalian angka kelahiran dan penurunan angka kematian. Hal tersebut diwujudkan melalui Program Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. Untuk mewujudkan keluarga kecil, bahagia dan sejahtera, program Keluarga Berencana sangat penting dilakukan sebagai sarana untuk mengupayakan peningkatan kepedulian dan peran serta masyarakat melalui pendewasaan usia perkawinan, pengaturan kelahiran, pembinaan ketahanan keluarga, serta peningkatan kesejahteraan keluarga. Hal tersebut diperkuat pula oleh Peraturan Pemerintah Nomor 87 Tahun 2014 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, Keluarga Berencana dan Sistem Informasi Keluarga.

Berdasarkan data Survei Demografi Kesehatan Indonesia (SDKI) tahun 2017, tren *Total Fertility Rate* (TFR) Indonesia sejak tahun 2002 sampai dengan 2012 stagnan di angka 2,6 dan menurun pada tahun 2017 sebesar 2,4 anak per wanita. Terdapat kecenderungan hubungan antara TFR dan pemakaian kontrasepsi, artinya adanya hubungan antara peningkatan pemakaian kontrasepsi dengan penurunan angka TFR. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan persentase pemakaian kontrasepsi wanita kawin umur 15-49 tahun menurut hasil SDKI tahun 2017, yaitu adanya peningkatan pemakaian kontrasepsi sekitar 2 persen dari 62 persen pada tahun 2012 meningkat menjadi 64 persen pada tahun 2017 untuk semua alat/cara KB. Hasil SDKI tahun 2017 juga menunjukkan bahwa hampir 99 persen wanita mengetahui suatu alat/cara KB. Menurut Götmark & Andersson (2020), terdapat korelasi antara beberapa faktor dengan TFR yang lebih rendah. Secara khusus, ketika wanita memiliki pendidikan rata-rata yang lebih lama, *Gross Domestic Product* (GDP) per kapita lebih tinggi, prevalensi penggunaan kontrasepsi lebih tinggi, dan program Keluarga Berencana lebih kuat, maka TFR cenderung lebih rendah. Ketika kondisi-kondisi tersebut terpenuhi, wanita cenderung memiliki jumlah anak yang lebih sedikit secara rata-rata.

Merujuk pada data tersebut, menarik untuk mengetahui peran dari keberadaan berbagai media komunikasi. Kehadiran media komunikasi memegang peranan penting dalam penyebaran informasi, tidak terkecuali informasi kesehatan seperti penggunaan alat kontrasepsi, kesehatan reproduksi dan perilaku ber-KB. Media berpotensi dalam hal mendiseminasikan sekaligus mempromosikan pentingnya ber-KB untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat. Pada sebagian besar negara di dunia, media bahkan dijadikan sebagai modal utama dalam mendukung dan memajukan Program Keluarga Berencana sebagai salah satu program pembangunan.

Berdasarkan hasil penelitian (Putri & Simanjuntak, 2013) menunjukkan bahwa masih perlu ditingkatkan upaya pemberian informasi yang tepat terhadap WUS tentang manfaat dan penggunaan alat kontrasepsi melalui pemanfaatan media. Hal ini karena semakin tinggi tingkat pengetahuan WUS maka dapat mendukung keberhasilan tujuan pembangunan. Selain itu, Barokah dan Melani (2020) menjelaskan terdapat faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan KB diantaranya pendidikan, pengetahuan, sikap, usia, pekerjaan, sosial budaya, status ekonomi, dan tingkat pengetahuan dari calon akseptor KB, merupakan salah satu faktor dalam pemilihan jenis kontrasepsi. Artinya ibu dengan tingkat pengetahuan yang tinggi akan lebih mempengaruhi dalam pemilihan alat kontrasepsi. Hal ini selaras dengan penelitian Azijah, Ambarwati, dan Ariyanti (2020) bahwa rendahnya penggunaan KB IUD disebabkan karena kurangnya tingkat pengetahuan WUS terhadap KB IUD. Indryani dan Haslan (2020) dalam kajiannya mengungkapkan, terdapat beberapa kemungkinan kurang berhasilnya program KB diantaranya dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan WUS dan tingkat kepatuhan. Pengetahuan mengenai pentingnya indikasi alat kontrasepsi sangat diperlukan, karena dengan mengetahui indikasi tersebut WUS sebagai calon akseptor KB bisa memilih alat kontrasepsi secara tepat, sehingga meminimalkan keluhan yang dialaminya. Oleh karena itu, masih sangat penting untuk dilakukan penelitian mengenai analisis pengetahuan WUS dalam program KB untuk mendukung perluasan pengetahuan melalui media. Dalam konteks negara-negara di ASIA, penelitian (Fatema et al., 2020) menunjukkan hal yang membuktikan bahwa keterdedahan terhadap media massa berhubungan positif dengan pemanfaatan layanan kesehatan ibu di Asia Selatan. Artinya media massa dapat menjadi sarana yang efektif memberikan pengaruh terhadap peningkatan layanan kesehatan. Di Indonesia sendiri telah dilakukan

penelitian serupa yang juga menunjukkan hal yang sama, terdapat adanya korelasi yang signifikan antara sikap terhadap keikutsertaan ber-KB yang dipengaruhi peran media massa dilihat dengan variabel kontrol berupa tingkat pendidikan, tempat tinggal, keinginan punya anak lagi dan jumlah anak masih hidup (Sumariati et al., 2013). Hal ini diperkuat pula oleh hasil penelitian Tucunan dan Maitimo (2018), bahwa ada hubungan yang signifikan antara media massa dan media luar ruang dengan pengetahuan tentang kependudukan.

Sejumlah penelitian yang telah dilakukan, namun sebagian besar berfokus pada peranan media massa seperti televisi, media cetak dan radio. Belum banyak penelitian yang secara khusus melihat atau mengikutsertakan peranan internet dalam hal tersebut. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengikutsertakan internet sebagai bagian dari media baru yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Hal ini dilatarbelakangi dengan melihat fakta bahwa penetrasi internet di Indonesia yang terbilang tinggi bahkan tercatat sebagai negara peringkat ketiga di Asia dengan pengguna internet terbanyak (APJII, 2018). Bahkan berdasarkan data *We Are Social* pada Januari 2020 menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat 175,4 juta pengguna internet, penetrasi internet di Indonesia mencapai 64 persen. Adapun Pengguna media sosial di Indonesia yaitu 160 juta pengguna, penetrasi media sosial di Indonesia mencapai 59 persen. Sedangkan, terkait koneksi seluler di Indonesia terdapat 338,2 juta koneksi seluler. Jumlah tersebut setara dengan 124 persen dari total populasi.

Meningkatnya penetrasi internet di Indonesia membuka peluang besar untuk mendorong peran dan manfaat internet untuk masyarakat, termasuk mendorong partisipasi masyarakat dalam program pembangunan, antara lain Program Keluarga Berencana (KB). Kehadiran internet menambah keragaman pilihan media sekaligus memiliki peluang menjadi media potensial dalam memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat untuk ber-KB. Selain itu, berbagai penelitian sebelumnya yang telah dilakukan terkait kajian pengetahuan WUS, belum banyak yang mengaitkan dengan kajian pengaruh pemanfaatan atau keterdedahan media. Beberapa penelitian yang telah dilakukan antara lain analisis hubungan pengetahuan dan dukungan suami dengan minat menggunakan alat kontrasepsi IUD pada WUS (Mela, Qariati, dan Rizal, 2020), hubungan tingkat pengetahuan, dukungan keluarga, dan motivasi WUS dengan tingkat kepatuhan ibu yang melakukan kontrol *intrauterine device*/IUD (Sari, 2020), hubungan pengetahuan dan sikap wanita usia subur (WUS) dengan pemakaian alat kontrasepsi (Sari, 2020), gambaran pengetahuan WUS tentang KB implant (Siregar dan Siti Patimah, 2018). Disamping itu penelitian yang mengkaji pengetahuan WUS umumnya mengaitkan dengan penyakit infeksi dan imunitas, belum banyak penelitian yang fokus pada program KB. Sebagai contoh penelitian Kushner et al., (2019) mengenai tren infeksi dan imunitas hepatitis pada WUS di Amerika Serikat, penelitian Nuryawati (2020) mengenai tingkat pengetahuan tentang kanker serviks dengan pemeriksaan IVA test pada Wanita Usia Subur (WUS). Mengacu pada sejumlah uraian di atas, nampak jelas bahwa penelitian yang mengaitkan antara keterdedahan media dengan program KB masih minim dan patut untuk diteliti. Maka dari itu, menjadi penting dan menarik melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat keterdedahan media terhadap tingkat pengetahuan Wanita Usia Subur (WUS) dalam Program KB.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam menganalisis data sekunder yang bersumber dari hasil Survei Kinerja dan Akuntabilitas Program KKBPK (SKAP) tahun 2019 yang dilakukan oleh BKKBN. Survey berskala nasional ini dilakukan pada rentang waktu 24 juli sampai dengan 30 September 2019 yang dirancang representatif provinsi meliputi 34 provinsi dan 514 kota/kabupaten.

Sampel dalam penelitian ini merupakan WUS yang berusia antara 15 sampai dengan 49 tahun dengan total sebanyak 59.982 orang. Penarikan sampel pada survey ini dilakukan melalui tiga tahap: (1) Menggunakan teknik *Probability Proportionate to Size (PPS) sampling* untuk memilih desa/kelurahan; Pemilihan sampel desa/kelurahan dilakukan independen antara daerah perkotaan dan perdesaan di suatu kabupaten/kota. (2) menentukan satu klaster dari setiap desa/kelurahan terpilih secara *PPS sampling* dengan *size* jumlah rumah tangga pada klaster terpilih. (3) melalui teknik *random sampling* dipilih 35 rumah tangga merujuk pada hasil pendataan. Rumah tangga yang dilakukan secara *door to door* oleh enumerator pada klaster terpilih (SKAP, 2019). Pengumpulan data dilakukan oleh enumerator dengan mewawancarai ibu menggunakan panduan pertanyaan (kuesioner) yang telah disediakan.

Telaah analisis data sekunder ini dilakukan dalam kurun waktu tiga bulan yaitu bulan September hingga November tahun 2020. Desain penelitian yang digunakan adalah *cross sectional* dengan

menghubungkan variabel terpengaruh (*dependent variable*) sebagai faktor terikat yang terdiri dari tingkat pengetahuan yang berkenaan dengan wawasan WUS tentang manfaat KB dan jenis alat kontrasepsi dengan variabel yang memengaruhi (*independent variable*) yakni tingkat keterdedahan media yang diukur dari frekuensi penggunaan media massa.

Data penelitian ini dianalisis secara deskriptif dan inferensial. Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik dari unit analisis yang diteliti yakni WUS yang berusia 15 sampai dengan 49 tahun. Analisis data statistik inferensial dilakukan untuk melakukan pengujian hipotesis yang pada studi ini dilakukan melalui uji statistik berupa regresi linear berganda, untuk melihat besaran pengaruh dari variabel Tingkat Keterdedahan Media terhadap Tingkat Pengetahuan Wanita Usia Subur (WUS) dalam Program Keluarga Berencana (KB).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Wanita Usia Subur (WUS)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar usia WUS yaitu 36-45 tahun (32,48%) dan 26-45 tahun (30,08%). Rata-rata tingkat Pendidikan WUS yaitu SMP-SMA/ sederajat (52%) dan SD/ sederajat (25,71%). Adapun rata-rata pekerjaan WUS yaitu sebagai ibu rumah tangga (53,40%) dan untuk rata-rata tingkat kekayaan WUS termasuk kategori menengah (43,68 %), disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik sosiodemografis WUS

Variabel	Kategori	Jumlah (n)	Persentase
Umur	15-25	16.282	27,14
	26-35	18.045	30,08
	36-45	19.484	32,48
	>45	6.176	10,3
Tingkat Pendidikan	SD Tidak Tamat	1.084	1,81
	SD/ Sederajat	15.422	25,71
	SMP-SMA/ Sederajat	34.505	57,52
	Diploma/ akademi	2.333	3,89
	Perguruan Tinggi (S1/s2/s3)	6.643	11,07
Pekerjaan	Belum Bekerja	9.010	15,02
	Ibu Rumahtangga	32.034	53,4
	Petani/ Nelayan	4.840	8,07
	Wiraswasta/ Pedagang	4.873	8,12
	PNS/TNI/POLRI/BUMNI	2.684	4,47
	Karyawan Swasta	4.013	6,69
	Pensiunan	9	0,02
	Pekerja Lepas	1.311	2,19
	Lainnya	1.213	2,02
Tingkat Kekayaan	Bawah	17.603	29,34
	Menengah	26.207	43,69
	Atas	16.014	26,69

Sumber: Olahan peneliti

Tingkat Keterdedahan Wanita Usia Subur (WUS) terhadap Media

Hasil penelitian mengungkapkan, tingkat keterdedahan WUS terhadap media elektronik, mayoritas terdedah oleh televisi (73,5%). Hal ini tentu sangat relevan dengan keunggulan televisi yaitu berupa tayangan audio visual yang lebih menarik dan bisa langsung terlihat visualisasi. Televisi dapat menyebar luaskan berbagai informasi secara serempak dan disaksikan oleh berbagai segmentasi khalayak. Program acara televisi dirancang sedemikian rupa supaya menarik minat khalayak (Damayanti, Saleh, dan Lumintang, 2012). Berbeda dengan radio, yang hanya sebatas audio dan terbatas untuk memperoleh gambaran secara jelas. Berbeda dengan media cetak, hanya sedikit WUS yang terdedah media cetak terdiri dari koran (98%), majalah atau tabloid (6,3%), Pamflet/Leaflet/Brosur (14,5%), dan Flipchart/lembar balik (6,4%). Hal ini menunjukkan bahwa media cetak kurang diminati oleh WUS, padahal media cetak termasuk majalah memiliki memiliki peluang berpengaruh terhadap peningkatan

pengetahuan (Setyawati, Saleh, Hubeis, 2017). Selain itu, media cetak yang menyisipkan foto digital yang dikombinasikan dengan himbauan (caption) emosional sangat efektif meningkatkan peningkatan pengetahuan (Yusnita Titin, Saleh, Matindas, 2015). Himbauan emosional sangat penting disisipkan dalam berbagai media program pembangunan, agar masyarakat lebih tertarik dan mudah untuk dipengaruhi. Untuk keterdedahan media luar ruang, mayoritas WUS terdedah oleh spanduk (45,6%) dan poster (42%). Untuk keterdedahan media digital dalam hal ini media berbasis internet, masih sedikit WUS yang terdedah yaitu hanya 24,7 persen. Hal ini diduga karena adanya ketimpangan sarana dan prasarana untuk akses internet. Selain itu, tingkat literasi media dan digital sangat memiliki pengaruh besar terhadap keterdedahan. Masih banyak masyarakat, khususnya di pedesaan atau di pinggiran kota yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni dalam memanfaatkan internet untuk menunjang kehidupan sehari-hari, termasuk belum mengoptimalkan penggunaan internet untuk mencari informasi mengenai program KB. Masyarakat lebih banyak memanfaatkan internet untuk akses media sosial dan *chatting* (Novianti dan Riyanto, 2018). Hal ini semakin memperkuat jika internet lebih banyak dimanfaatkan untuk hiburan dan bersosialisasi, belum banyak dimanfaatkan untuk edukasi dan penyebaran informasi seputar program-program pembangunan.

Tingkat Pengetahuan Wanita Usia Subur (WUS)

Tingkat pengetahuan berkaitan dengan aspek kognitif. Dalam penelitian ini pengetahuan berkenaan dengan pengetahuan WUS tentang jenis atau alat kontrasepsi untuk pencegahan/pemberian jarak kehamilan. Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa separuh responden (56%) mengetahui jenis/alat kontrasepsi sebanyak enam sampai dengan 10 cara. Hal ini menunjukkan bahwa masih perlu ada upaya peningkatan pengetahuan WUS agar lebih banyak mengetahui beragam alat kontrasepsi. Harapannya dengan meningkatnya pengetahuan, maka motivasi dan keterampilan WUS semakin meningkat. Pada akhirnya, diharapkan peningkatan pengetahuan dapat meningkatkan partisipasi WUS dalam program KB yang memiliki banyak manfaat, termasuk untuk meningkatkan kualitas kesehatan WUS. Pengetahuan mengenai jenis atau alat kontrasepsi dapat diperoleh dari berbagai sumber, antara lain dari penyuluh lapang keluarga berencana (PLKB), tetangga atau kerabat, serta berbagai media komunikasi. Perlu ada kemauan atau motivasi untuk bisa memperoleh informasi, jika WUS tidak berperan aktif mencari informasi, maka pengetahuan akan sulit diperoleh.

Analisis Pengaruh Variabel Karakteristik Individu Wanita Usia Subur (WUS) terhadap Tingkat Keterdedahan Media

Terdapat tiga indikator dari variabel karakteristik individu yaitu umur, tingkat pendidikan, dan tingkat kekayaan. Terdapat pengaruh yang signifikan berdasarkan uji regresi antara seluruh indikator variabel karakteristik individu dengan tingkat keterdedahan media pada Wanita Usia Subur (WUS). Nilai korelasi antara umur dan tingkat keterdedahan yaitu sebesar -0,95. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi (tua) usia WUS maka semakin rendah tingkat keterdedahan. Hal ini tentu sangat relevan bahwa orang-orang yang berusia muda lebih aktif mencari informasi dan menggunakan media. Adapun nilai korelasi antara tingkat pendidikan dengan tingkat keterdedahan yaitu 0,09. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan WUS maka semakin tinggi tingkat keterdedahan terhadap media. Tentu, analisis ini sangat sejalan dengan kenyataan bahwa orang yang berpendidikan akan jauh lebih aktif memanfaatkan media untuk memperoleh informasi. Hal ini karena, orang yang berpendidikan memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, aktif mencari jawaban untuk mencari solusi suatu masalah, selain itu dengan memiliki pendidikan yang baik memudahkan untuk memahami informasi dan mengimplementasikan informasi tersebut menjadi suatu keterampilan atau tindakan yang nyata.

Adapun nilai korelasi antara tingkat kekayaan dengan tingkat keterdedahan yaitu 0,116. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kekayaan WUS maka semakin tinggi tingkat keterdedahan terhadap media. Tentu, analisis ini sangat sejalan dengan kenyataan bahwa orang yang memiliki kekayaan lebih banyak akan berpeluang untuk mengakses berbagai media (Tabel 2). Hal ini juga sejalan dengan temuan penelitian Syatir, Lubis, dan Matindas (2015) bahwa petani yang memiliki kekayaan dalam hal ini luas lahan yang lebih luas memiliki akses atau keterdedahan media yang lebih beragam. Selain itu, sejalan dengan temuan penelitian Hendra, Saleh dan Mulyandari (2016) bahwa peternak yang memiliki kekayaan dalam hal ini tingkat kepemilikan ternak yang lebih banyak atau tinggi memiliki akses atau keterdedahan media yang lebih tinggi, khususnya dengan durasi akses media.

Tabel 2. Koefisien uji pengaruh karakteristik WUS terhadap Tingkat Keterdedahan Media Massa

Variabel Karakteristik WUS	B	β	Sig.
Konstanta	4,315		
Umur	-0,003	-0,032	0,000**
Tingkat Pendidikan	0,183	0,224	0,000**
Tingkat Kekayaan	0,060	0,042	0,000**
Adjusted R ²			0,063
F			1350,618
Sig.			0,000**

Keterangan. B=koefisien tidak terstandarisasi, β = koefisien terstandarisasi; Sig = signifikansi; *signifikan pada $p<0,05$; **signifikan pada $p<0,01$.

Pengaruh Tingkat Keterdedahan Media terhadap Tingkat Pengetahuan Wanita Usia Subur

Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa tingkat keterdedahan media berpengaruh secara positif pada peningkatan pengetahuan WUS tentang KB. Adapun secara persentase, nilai koefisien menunjukkan bahwa tingkat keterdedahan berpengaruh sebanyak 19,5 persen terhadap peningkatan pengetahuan WUS dalam ber-KB, sementara 80,5 persen lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 3. Hasil uji pengaruh Tingkat Keterdedahan Media Massa terhadap Tingkat Pengetahuan WUS

Variabel Tingkat Keterdedahan media	B	β	Sig.
Konstanta	15,552		
Tingkat Keterdedahan Media	0,668	0,277	0,000**
Adjusted R ²			0,077
F			4956,815
Sig.			0,000**

Keterangan. B=koefisien tidak terstandarisasi, β = koefisien terstandarisasi; Sig = signifikansi; *signifikan pada $p<0,05$; **signifikan pada $p<0,01$.

Media dalam penelitian ini diklasifikasikan dalam empat jenis, yaitu media elektronik, media cetak, media luar ruang dan media digital. Adapun yang dimaksud dengan keterdedahan media yaitu sebuah proses pada seseorang untuk mencari pesan yang dapat membantu mereka dalam menentukan sikap (Rodman, 2006). Keterdedahan meliputi berbagai aktivitas komunikasi yaitu mendengar, melihat, dan membaca, atau secara umum aktivitas yang memberikan sejumlah perhatian kepada suatu pesan yang disampaikan melalui media (Permatasari, 2016). Saat ini, terjadi perubahan makna media dalam studi media seiring dengan kehadiran teknologi dan paradigma kritis, termasuk ekologi media dan budaya algoritma (Parks, 2020). Kehadiran ekologi media telah memunculkan pentingnya literasi media yang berguna untuk mendorong upaya pemberdayaan masyarakat termasuk pendidikan atau peningkatan pengetahuan (Forsman, 2020). Literasi media berkaitan dengan kompetensi untuk pembelajaran dan pemberdayaan (Christ, 2020). Literasi media bersifat pribadi dan kontekstual, berdasarkan latar belakang dan pengalaman hidup pengguna untuk memahami media (Roschke, 2020). Mayoritas WUS berdasarkan hasil penelitian menunjukkan usia 26 hingga 45 tahun yang artinya lahir pada tahun 1974 hingga 1993. Jika dikaitkan dengan teori generasi menurut Kupper Schmidt (2000), maka WUS tersebut termasuk dalam generasi X dan Y (Milenial) yang memiliki kemungkinan terdedah banyak media yang beragam.

Generasi X sudah menjadikan teknologi sebagai alat untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil temuan yang dilakukan oleh Amic.media, bahwa sebesar 81 persen dari Generasi X mencoba untuk menemukan informasi sekecil apapun melalui internet. Hal ini berbeda dengan generasi-generasi pendahulunya yang masih menggunakan cara konvensional untuk mendapatkan informasi (Baenanda, 2019). Artinya generasi X merupakan pengguna yang aktif, berusaha selalu mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan generasi Y (milenial) merupakan transisi dari masa konvensional menuju modern, sehingga lazimnya sangat akrab dengan teknologi, seperti *gadget*. Saat ini kehadiran media sosial seperti *Facebook* turut mengubah pola konsumsi berita disesuaikan dengan kepentingan atau kebutuhan pengguna (Dvir-Gvirman, 2020). Selain itu, media sosial memberikan kemudahan berbagi informasi, pengetahuan dan mendorong partisipasi. Penggunaan media sosial juga dapat diintegrasikan dengan video edukasi, yang lebih interaktif dan menarik. Hasil penelitian Mareta (2019) menunjukkan bahwa penggunaan video dalam

meningkatkan pengetahuan dan sikap WUS tentang kesehatan prakonsepsi lebih efektif dibandingkan dengan metode ceramah yang sifatnya linear. Media video mampu mempertahankan retensi ingatan lebih banyak karena memberikan pengalaman belajar lebih banyak dan lebih menarik. Hal ini dikarenakan ketika khalayak mengakses video maka melibatkan indera penglihatan dan pendengaran secara bersamaan yang menyebabkan lebih mudah memahami informasi yang disampaikan. Berbeda dengan metode atau media belajar yang hanya memberikan pengalaman belajar melalui indera penglihatan (media cetak) atau pendengaran saja (radio) yang bersifat auditori dan imajinatif tergantung persepsi dan pemahaman individu.

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa WUS sebagian besar (73,5 persen) sudah terdedah oleh media elektronik televisi, namun masih sedikit yang terdedah oleh media digital berbasis internet. Padahal jika merujuk pada teori generasi, responden atau WUS merupakan generasi milenial yang idealnya sudah akrab dan terampil menggunakan teknologi berbasis internet. Hal ini menunjukkan terjadinya kesenjangan digital (*digital divide*) dan belum terwujudnya inklusi digital. Hadiyat (2014) mengungkapkan bahwa ketidakmerataan infrastruktur dapat menimbulkan kesenjangan digital. Mengacu pada Kurniawan (2020), konsep inklusi digital (*digital inclusion*) merujuk pada terinklusnya masyarakat dalam ekosistem digital. Sedangkan, menurut International Telecommunication Union (ITU), inklusi digital merupakan sebuah bentuk inklusi sekaligus upaya pemberdayaan masyarakat melalui teknologi informasi dan komunikasi (Kurniawan, 2020). Masyarakat termasuk WUS, idealnya dapat berpartisipasi serta ikut menikmati manfaat dari pertumbuhan pengetahuan dan lahirnya masyarakat informasi yang dapat mendorong pada perubahan perilaku dan sosial.

Walaupun demikian, keterdedahan WUS terhadap media televisi, dapat menjadi salah satu peluang yang positif untuk melakukan diseminasi informasi atau pendidikan kesehatan termasuk program KB. Hal ini selaras dengan penelitian Soedarsono (2012) bahwa dengan bertambahnya media televisi, telah meramalkan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di Indonesia, sehingga menyebabkan berbagai program siaran semakin variatif dan dapat diakses oleh masyarakat Indonesia. Terlebih saat ini sudah memasuki era televisi digital dimana kualitas dan kuantitas siaran menjadi lebih beragam dan lebih jernih tampilan tayangan. Dengan bertambahnya program siaran tersebut menjadikan para produsen media berkompetisi menciptakan program yang mampu menarik perhatian penonton. Kehadiran televisi membuka ruang dan peran komunikasi pendidikan dalam setiap aktivitas komunikasi massa sejalan dengan fungsi Kode Etik Penyiaran sebagai pedoman para insan media dalam menyampaikan pesan pendidikan kepada khalayak media. Media massa terutama televisi memiliki kekuatan sebagai salah satu media komunikasi pendidikan untuk menciptakan suatu program siaran yang dapat memberikan pembelajaran secara simultan dan berkelanjutan mengenai pendidikan di segala aspek kehidupan, sehingga secara perlahan akan tercipta kehidupan bermasyarakat yang aman dan nyaman.

Terdapat enam perspektif dalam melihat peran media massa (Subiakto dan Ida, 2012), dua diantaranya antara lain ialah media massa sebagai *window on events and experience*, dan media massa merupakan *guide* atau interpreter. Media massa yang paling populer di Indonesia yaitu televisi, sebagai sebuah saluran media massa televisi dianggap sebagai suatu saluran yang dapat menghubungkan masyarakat dengan dunia luar untuk melihat berbagai peristiwa dan untuk mendapatkan informasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Televisi dapat membantu masyarakat dalam menafsirkan berbagai peristiwa dan informasi dengan menggunakan kerangka yang berdasarkan sudut pandangnya. Hal ini sejalan dengan fungsi media yaitu *watchman function*. Televisi menjadikan penontonnya percaya apa yang dikonstruksikan suatu media sebagai sebuah kebenaran. Televisi merupakan suatu sumber bagi rekonstruksi identitas budaya sebagaimana penonton dalam menjalankan identitas budaya dan kompetensi untuk menerjemahkan program dengan cara tertentu (Barker, 2006). Hingga akhir tahun 2014, sebagian besar penduduk Indonesia yaitu sebesar 5,97 juta jiwa yang tinggal di pedesaan masih mengalami buta aksara, untuk itu televisi menjadi media sosialisasi yang lebih efektif dalam menyampaikan suatu pesan (Kresnawati dan Kusuma, 2020). Hal ini tentu bisa menjadi landasan atau pijakan bagi pemerintah atau dinas terkait program KB, khususnya BKKBN untuk memanfaatkan televisi sebagai salah satu sarana untuk sosialisasi program KB, misal melalui program *variety show*. Karakteristik televisi yang dapat menjangkau khalayak secara luas dan serempak, dapat memudahkan proses diseminasi informasi.

Salah satu cara untuk melakukan edukasi dan komunikasi pendidikan di televisi yaitu melalui iklan layanan masyarakat yang merupakan salah satu bentuk pemasaran sosial (*social marketing*). Adapun pengertian teknik pemasaran sosial, secara umum digunakan untuk meningkatkan kesehatan

masyarakat, mencegah kecelakaan, melindungi lingkungan, dan menciptakan lingkungan komunitas (Hornik, 2002). Pemasaran sosial adalah sebuah proses untuk mengaplikasikan prinsip dan teknik untuk membentuk, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai agar memengaruhi perilaku target audiens yang bermanfaat bagi masyarakat meliputi kesehatan masyarakat, keamanan lingkungan, dan komunitas (Kotler dan Lee, 2009). Tujuan dari komunikasi pemasaran adalah untuk mengembangkan pendekatan yang konstruktif untuk mendukung perubahan perilaku. Prinsip dasar komunikasi pemasaran adalah untuk meningkatkan persepsi khalayak akan adanya manfaat pada perilaku baru baru yang mempunyai nilai lebih tinggi dibandingkan perilaku sebelumnya atau sebelum ada peningkatan pengetahuan. Efek positif dari kampanye pemasaran sosial pada proses mobilisasi dan perubahan perilaku dapat mencakup kesadaran, pengetahuan dan sikap. Iklan televisi adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan masyarakat akan suatu ide, produk atau jasa. Tujuan periklanan juga untuk mengiklankan, agar masyarakat mengetahui, mengingat dan mengarahkan perilakunya. Ketika iklan ditayangkan di televisi, cenderung membutuhkan biaya yang mahal (Kresnawati dan Kusuma, 2020). Oleh karena itu, perlu menggunakan media alternatif untuk memasang atau menyebarkan iklan, antara lain dengan menggunakan media sosial sebagai media baru (*new media*).

Perubahan dan perkembangan dalam dunia komunikasi massa saat ini terjadi karena perkembangan teknologi internet, dengan memunculkan istilah baru yaitu media baru atau *new media*. Keberadaan media baru tersebut memberikan perubahan pada masyarakat untuk mendapatkan informasi melalui media. Sebelumnya media konvensional, seperti surat kabar, radio, atau televisi, merupakan sumber untuk masyarakat dalam mendapatkan informasi dan berita. Supaya dapat terus berkompetisi sebagai sumber informasi yang diminati masyarakat, media televisi pun melakukan inovasi dan adaptasi dengan cara berkonvergensi. Konvergensi adalah penggabungan dari beberapa jenis media dan hadir dalam bentuk *platform* digital (Haqu, 2020). Seiring dengan peningkatan pengguna internet dan perangkat komunikasi bergerak pengguna media sosial pun semakin meningkat. Penyebabnya adalah generasi muda, terutama Generasi X, Y, dan Z lebih memilih media sosial untuk informasi dan hiburan, media lama seperti televisi mulai kehilangan penonton dan pengiklan di televisi berkurang. Dalam teori konvergensi media, agar dapat bertahan, media lama harus mengadopsi teknologi media baru agar konten dapat muncul di media yang berbeda (*multiplatform*). Televisi harus memanfaatkan dan menggunakan media sosial untuk mempertahankan penonton setianya serta menjangkau pengguna media sosial untuk menonton berita di televisi (Yoedtadi dan Hapsari, 2020). Berdasarkan hal ini, maka BKKBN selaku instansi pemerintah memiliki tanggung jawab utama untuk melakukan sosialisasi program KB, perlu juga memanfaatkan dan menggunakan media sosial untuk proses penyebaran informasi. Upaya ini juga bisa turut melibatkan dan berkolaborasi dengan penyuluh dan petugas lapangan KB (PKB/PLKB), tokoh masyarakat atau tokoh agama serta Lembaga pemerintah lain yang terkait. Harapannya dengan ada kolaborasi antara penggunaan media komunikasi dan komunikasi interpersonal akan jauh memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi dan pengetahuan masyarakat, termasuk WUS sebagai calon akseptor KB. Hal ini selaras dengan penelitian Putri (2019) yang mengidentifikasi bahwa strategi komunikasi kampanye penggunaan alat kontrasepsi sebagai komunikasi persuasif yaitu perlu memanfaatkan PKB/PLKB dan kader untuk lebih aktif dan interaktif melakukan kunjungan secara khusus atau tatap muka ke rumah-rumah Pasangan Usia Subur (PUS) yang menyetujui untuk menggunakan alat kontrasepsi. Hal ini sangat penting dilakukan karena komunikasi tatap muka memiliki efek yang besar mempengaruhi motivasi seseorang termasuk PUS untuk mau menggunakan alat kontrasepsi sebagai partisipasi dalam program KB. Terkait tupoksi PKB/PLKB yaitu melaksanakan Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) kepada calon akseptor, untuk menyampaikan pesan-pesan tentang pentingnya kesetaraan serta saling pengertian pasangan dalam pengambilan keputusan penggunaan alat kontrasepsi, meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan partisipasi pria dalam ber-KB, pemanfaatan testimoni/cerita atas keberhasilan orang lain yang hanya memiliki dua anak dan kepuasan akseptor dalam penggunaan alat kontrasepsi.

Hasil penelitian menunjukkan, terdapat pengaruh yang signifikan antara seluruh indikator variabel karakteristik individu WUS (yang terdiri dari umur, pendidikan, dan tingkat kekayaan) terhadap tingkat keterdedahan media. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mulya (2020) dalam menganalisis efektivitas *Facebook* desa sebagai media penyebaran informasi pembangunan desa menunjukkan adanya hubungan antara karakteristik individu dengan tingkat keterdedahan. Hal ini menunjukkan bahwa keterdedahan media sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sumberdaya (tingkat kekayaan), kematangan berpikir yang didukung oleh tingkat pendidikan dan keterampilan yang umumnya didominasi oleh usia yang relatif muda untuk aktif melakukan eksplorasi media termasuk digital. Hal ini sejalan dengan kemunculan

digital divide, menurut Hadi (2018) terkait dengan perbedaan karakteristik individu termasuk tingkatan sosial ekonomi mengenai akses penggunaan perangkat digital. Perbedaan tersebut akan menunjukkan keragaman pola penggunaan media. Keterdedahan media merupakan bagian dari modal sosial yang dapat mendorong proses adopsi suatu inovasi (Bulu, Yohanes G., Sunarru S. Hariadi, Ageng S. Herianto, dan Mudiyo, 2009).

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa tingkat keterdedahan media berpengaruh secara positif pada peningkatan pengetahuan WUS tentang KB, Hasil ini juga ditemukan dalam penelitian (Ajaero et al., 2016; Kim et al., 2019; Tsehay et al., 2017). Rodman (2006) mengatakan bahwa keterdedahan sangat berkaitan dengan proses pencarian pesan atau informasi oleh individu untuk memperoleh informasi dan pengetahuan sebagai dasar menentukan sikap. Menurut McQuails (2010), esensi dari informasi adalah mengurangi ketidakpastian. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Nurdayati, Rendi Dian Putra, Pramu (2020) bahwa keterdedahan media dapat meningkatkan pengetahuan, dari responden yang kurang tahu menjadi tahu serta mendorong perubahan perilaku yang positif. Kehadiran media dapat menjadi sarana untuk pendidikan atau pembelajaran, yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan (Jha and Rachana Gangwar, 2020). Pengetahuan WUS tentang KB sangat penting dalam pengambilan keputusan penggunaan alat kontrasepsi. Hal ini berkaitan dengan komunikasi persuasif. Putri (2019) menyatakan bahwa komunikasi persuasif adalah komunikasi yang ditujukan untuk mengubah atau mempengaruhi keyakinan, sikap dan perilaku seseorang agar bertindak sesuai dengan harapan komunikator. Komunikasi persuasif dapat terjadi melalui (1) jalur pemrosesan informasi menggunakan isyarat sederhana (periferal) atau (2) pemrosesan informasi melalui penalaran logis (tengah).

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya peluang terjadinya diseminasi informasi kesehatan melalui pemanfaatan berbagai media. Dibandingkan dengan difusi yang bersifat spontan, diseminasi bersifat terencana (Rusdiana, 2014). Hasil riset Kusumajanti *et al.* (2018) pada Humas Kementerian Kelautan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, hingga penyebarluasan informasi berupa kegiatan yang ditujukan kepada kelompok atau individu untuk memperoleh, meningkatkan kesadaran, menerima dan akhirnya menggunakan informasi. Edukasi dan penyuluhan kesehatan sangat penting dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran. Salah satu contoh program yang telah dilakukan untuk edukasi WUS dengan penggunaan buku saku yang memuat informasi dan pesan tentang deteksi dini kanker serviks (Widyasih, 2020)

Hasil penelitian ini juga menunjukkan gambaran dari implementasi komunikasi kesehatan melalui upaya terpadu dengan menggunakan berbagai prinsip dan metode komunikasi secara interpersonal maupun massa untuk mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan pada masyarakat (Notoatmodjo, 2007). Tujuan utama komunikasi kesehatan adalah dalam rangka perubahan perilaku kesehatan masyarakat yang akan mempengaruhi terhadap meningkatnya kesehatan penduduk (Yusriani dan Alwi, 2018). Komunikasi kesehatan adalah strategi komunikasi untuk menyebarluaskan informasi kesehatan dengan cara yang mendorong orang untuk mengadopsi perilaku positif yang berkaitan dengan kesehatan mereka.

Notoatmodjo (2007) menyatakan bahwa tujuan pemberdayaan masyarakat di bidang kesehatan dilakukan secara bertahap melalui pemberian pengetahuan, adanya sikap, dan perubahan perilaku (PSP). *Pertama*, masyarakat dapat belajar melalui informasi kesehatan yang akan menumbuhkan kesadaran, pengetahuan, pemahaman bagi individu, kelompok atau masyarakat yang mampu memelihara dan meningkatkan kesehatan. *Kedua*, mulai adanya kemauan atau keinginan berupa perubahan sikap sebagai lanjutan dari kesadaran dan pemahaman tentang kesehatan. Adanya sarana prasarana pendukung tindakan sebagai faktor pendukung berlanjutnya kemauan tersebut. *Ketiga*, pada tahap ini penduduk secara individu maupun kelompok telah mampu mewujudkan kemauan dalam bentuk perilaku di bidang kesehatan. Dalam konteks hasil penelitian ini, sudah tercapai tahapan yang pertama yaitu diperolehnya informasi dan pengetahuan mengenai jenis atau alat kontrasepsi untuk pencegahan/pemberian jarak kehamilan. Informasi dan pengetahuan tersebut diperoleh karena WUS terdedah oleh berbagai media, mulai dari media elektronik, media cetak, media luar ruang dan media digital.

Keterbatasan penelitian ini yaitu dilakukan dengan metode analisis data sekunder dengan jumlah responden yang sangat banyak dan tersebar di seluruh provinsi di Indonesia, sehingga tidak memungkinkan melakukan eksplorasi atau pendalaman data khususnya data kualitatif terhadap responden, baik melalui wawancara mendalam maupun melalui diskusi kelompok terarah/*focus group discussion* (FGD). Penggalan data kualitatif sangat penting dilakukan terlebih Indonesia memiliki keragaman wilayah dan budaya yang khas, yang tentu akan memberikan gambaran dan perspektif yang

berbeda termasuk dalam mendorong dan memformulasikan keberhasilan strategi implementasi program KB di masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Karakteristik individu Wanita Usia Subur (WUS) yang meliputi usia, tingkat pendidikan, dan tingkat kekayaan memiliki pengaruh terhadap keterdedahan media, mencakup seluruh jenis media yang terdiri dari media elektronik, cetak, luar ruang, dan digital. (2) Keterdedahan media memiliki pengaruh terhadap tingkat pengetahuan WUS mengenai jenis atau alat kontrasepsi untuk pencegahan atau pemberian jarak kehamilan. Berdasarkan hal tersebut nampak jelas bahwa keterdedahan media menjadi hal yang sangat penting untuk peningkatan pengetahuan WUS. Kehadiran media yang beragam sangat membantu dalam proses diseminasi informasi kesehatan yang dapat mendorong kesadaran dan peningkatan keterampilan. Hal ini tentu menjadi prasyarat yang utama untuk meningkatkan partisipasi.

Adapun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yaitu perlu ada penelitian dengan metode data primer yang secara khusus menganalisis pengaruh media digital (internet) terhadap pengetahuan WUS dalam program KB, terlebih saat ini kita memasuki era disrupsi teknologi 4.0 yang sudah menyentuh seluruh aspek kehidupan, dan sangat penting digunakan dalam upaya peningkatan pengetahuan masyarakat dalam program pembangunan termasuk program KB. Adapun saran dari penelitian ini untuk pemerintah atau dinas terkait agar meningkatkan keragaman pemanfaatan media untuk menyampaikan informasi KB agar semakin meningkatkan pengetahuan WUS. Tujuan komunikasi, termasuk dalam konteks diseminasi informasi kesehatan, salah satunya untuk penyebarluasan suatu kebijakan serta mendapatkan pemahaman atau pengetahuan masyarakat. Sebaiknya pemanfaatan internet atau berbasis teknologi digital lebih ditingkatkan, pemerintah tentu perlu menyediakan akses sarana prasarana yang memadai, pendampingan keterampilan agar WUS mampu menggunakan media digital, serta menyediakan berbagai konten yang dapat meningkatkan pengetahuan WUS karena media digital punya potensi besar untuk dimanfaatkan untuk diseminasi informasi kesehatan, terlebih sifatnya yang *user friendly* dan memiliki interaktivitas tinggi yang memuat pesan persuasif atau himauan emosional yang menggugah. Selain itu, dalam penyebaran suatu informasi, komunikator KB harus memperhatikan prinsip pengelolaan dan desain unsur-unsur komunikasi dengan baik yang direncanakan untuk mencapai kesamaan makna serta WUS memperoleh pengetahuan yang dapat menjadi dasar dalam bersikap, mengambil keputusan dan ikut berpartisipasi dalam program KB.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan Terima kasih kepada Puslitbang BKKBN yang telah memberikan kesempatan kerjasama penelitian kemitraan tahun anggaran 2020. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada tim redaksi jurnal dan mitra bestari yang berkenan memberikan masukan dalam penyempurnaan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajaero, C. K., Clifford, O., Ijeoma, D., Ajaero, & Chidiebere, A. N. (2016). Access to mass media messages, and use of family planning in Nigeria: A spatio-demographic analysis from the 2013 DHS. *BMC Public Health*, 16(1), 1–10. DOI: <http://dx.doi.org/10.1186/s12889-016-2979-z>
- Baenanda, L. (2019). Populasi dunia terbagi dalam berbagai generasi, apa saja?. Hlm 1. [diakses pada 2020 Nov 25] Tersedia pada: <https://binus.ac.id/knowledge/2019/12/populasi-dunia-terbagi-dalam-berbagai-generasi-apa-saja/>.
- Barker, C. (2016). *Cultural studies : Teori & praktik*. Yogyakarta, ID: Kreasi Wacana.
- Barokah, L & Melani, F. I. (2020). Pengetahuan wanita usia subur tentang kontrasepsi pil. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 12(2), 1037-1043. DOI:10.35816/jiskh.v10i2.456
- Bulu, Yohanes G., Sunarru S. Hariadi, Ageng S. Herianto, dan Mudiyo. 2009. Pengaruh modal sosial dan keterdedahan informasi inovasi terhadap tingkat adopsi inovasi jagung di kabupaten lombok

- timur nusa tenggara barat. *Jurnal Agro Ekonomi*, Vol 27, No 1 (2009): 1-21. DOI: <http://dx.doi.org/10.21082/jae.v27n1.2009.1-21>
- Christ, William G. 2020. *Media literacy and professional education*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367814762>
- Damayanti, Saleh, dan Lumintang. 2012. Efektivitas *Variety Show* Program Keluarga Berencana Melalui Media Televisi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.10, No.2 (2012): 43-64. DOI: <https://doi.org/10.46937/1020129063>
- Dvir-Gvirsman, Shira. 2020. Understanding news engagement on social media: A media repertoire approach. *Sage Journals New Media & Society*, 23 December 2020: 1–22. <https://doi.org/10.1177%2F1461444820961349>
- Fatema, Kaniz, Joseph T Lariscy, and South Asia. 2020. Mass media exposure and maternal healthcare utilization in South Asia.” *SSM - Population Health* 11: 100614
- Forsman, Michael. 2020. Media literacy and the emerging media citizen in the nordic media welfare state. *Nordic Journal of Media Studies*, 2, 59–70. <https://www.doi.org/10.2478/njms-2020-0006>
- Götmark, F., & Andersson, M. (2020). Human fertility in relation to education, economy, religion, contraception, and family planning programs. *BMC Public Health*, 20(1), 265. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-8331-7>
- Hadi A. 2018. Bridging Indonesia’s digital divide: rural-urban linkages?. *JSP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 22 (1): 17-33. DOI: <https://doi.org/10.22146/jsp.31835>
- Hadiyat Y. 2014. Kesenjangan digital di Indonesia (studi kasus di Kabupaten Wakatobi). *Jurnal Pekommas*. 17 (2): 81-90. DOI: <http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2014.1170203>
- Haqu, Rizca. 2020. Era baru televisi dalam pandangan konvergensi media. *Jurnal Rekam*, Vol. 16 No. 1 - April 2020, Hal 15-20. Diakses pada <http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/view/3721/1788>. DOI: <https://doi.org/10.24821/rekam.v16i1.3721>
- Hendra, Saleh dan Mulyandari. 2016. Pola Penggunaan Televisi untuk Pemenuhan Kebutuhan Informasi dan Peningkatan Keterampilan Bagi Peternak Sapi Potong Di Bojonegoro. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.14, No.2 (2016): 25-36. DOI: <https://doi.org/10.46937/14201613758>
- Hornik R. 2002. Some complementary ideas about social change. *Social Marketing Quarley*. 8(2):11-14
- Indryani, & Haslan, H. (2020). Pengetahuan pasangan usia subur tentang suntik depo progestin. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 11(1), 358–364. <https://akper-sandikarsa.e-journal.id/JIKSH/article/view/284/232>
- Izattul, A., Ambarwati, K., & Ariyanti, I. (2020). Pengaruh pemberian promosi kesehatan tentang penggunaan KB IUD terhadap tingkat pengetahuan wanita usia subur. *Jurnal kesehatan bakti tunas husada*, 20(1), 79-85. doi:<http://dx.doi.org/10.36465/jkbth.v20i1.556>
- Jha, Alok Kumar and Rachana Gangwar. 2020. Construct (suggestive) models for media education in India: A connecting threads of media academia and media industry. *Academic Publishing House Researcher s.r.o.* 60(2): 211-221. DOI:10.13187/me.2020.2.211. www.ejournal53.com
- Kim, Theresa Y., Muhiuddin Haider, Gregory R. Hancock, and Michel H. Boudreaux. 2019. The role of health literacy in family planning use among Senegalese women. *Journal of Health Communication* 24(3): 244–61. <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1601299>.
- Kupperschmidt, B. R. 2000. Multigeneration employees : Strategies for effective management. *Health Care Manager*, 19 (1), 65-76
- Kurniawan, Firman. 2020. *Digital Dilemma: Problem kontemporer adopsi media digital di Indonesia*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Putri, A. M. N., & Simanjuntak, M. (2013). Persepsi Risiko dan Niat Penggunaan Alat Kontrasepsi. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*. <https://doi.org/10.24156/jikk.2013.6.3.199>

- Sumariati, R., Susilastuti, D. H., & Hadna, A. H. (2013). Peran Media Massa Dalam Mempengaruhi Sikap Terhadap Keikutsertaan Ber-"Keluarga Berencana": Analisis Survey Demografi dan Kesehatan Indonesia Tahun. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi (JMPF)*.
- Tsehay, Asmamaw K., Desalegn T. Zegeye, and Tesfahun M. Yilma. 2017. Impact of mass media exposure on family planning: analysis of the ethiopian demography and health survey. *Journal of Public Health in Developing Countries* 3(2): 405–12. <http://www.jphdc.org/index.php/jphdc/article/view/103>
- Tucunan, Maitimo. 2018. Peran sumber informasi media massa dan media luar ruang terhadap pengetahuan tentang kependudukan penduduk di Sulawesi Utara. *Jurnal Keluarga Berencana. BKKBN*. <https://doi.org/10.37306/kkb.v3i1.7>
- Widyasih, Hesty. 2020. Buku Saku Kanker Serviks untuk Meningkatkan Pengetahuan Tentang Deteksi Dini Kanker Serviks pada WUS. *Jurnal Kesehatan Pengabdian Masyarakat* Vol.1, No.1, April 2020, pp. 32–39. <http://e-journal.poltekkesjogja.ac.id/index.php/jkpm/article/view/588/393>
- Yoedtadi, Moehammad Gafar dan Zita Retno Hapsari. 2020. Pemanfaatan Media Sosial di Televisi Grup MNC. *Jurnal Lontar*, Volume 8 Nomor 1, Januari-Juni 2020. Diakses pada <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/1540/1386>. DOI:<https://doi.org/10.30656/lontar.v8i1.1540>
- Yusnita Titin, Saleh, Matindas. 2015. Pengaruh Visualisasi dan Isi Caption pada Buklet Pembuatan Pupuk Organik Cair terhadap Peningkatan Pengetahuan Siswa Di Kota Bogor. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.13, No.1 (2015). DOI: <https://doi.org/10.46937/13201510377>
- Yusriani, Alwi MK. 2018. Buku ajar promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat. Ponorogo (ID): *FORIKES*. hlm 1. https://www.researchgate.net/publication/326893019_20180527-yusriani-promkesdanpemberdayaan_masy