

BAB IV

ANALISIS DATA

Advokasi merupakan salah satu tindakan komunikasi, karena didalamnya terdapat aktivitas komunikasi massa dan unsur persuasi di dalam prosesnya. Advokasi lebih merupakan suatu usaha sistematis dan terorganisir untuk mempengaruhi dan mendesak terjadinya perubahan dalam kebijakan publik secara bertahap maju. Dalam buku “Membela Teman Sebaya” disebutkan bahwa: *“advocation is defined as the promotion of cause or the influencing of policy, founding streams or other politically determined activity”*. Artinya advokasi adalah promosi sebab atau pengaruh sebuah kebijakan atau aktivitas lainnya yang ditentukan secara politik. Advokasi juga merupakan langkah untuk merekomendasikan gagasan kepada orang lain untuk menyampailan isu penting untuk dapat diperhatikan masyarakat serta membangun dukungan terhadap permasalahan yang diperkenalkan dan mengusulkan bagaimana cara penyelesaian masalah tersebut.

Advokasi terhadap sebuah kebijakan perlu dilakukan dengan alasan seringkali suatu kebijakan keluar tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan atau rasa keadilan masyarakat, atau suatu proses tidak berjalan sebagaimana mestinya. Sementara itu pembuat dan atau pelaksana kebijakan tidak merasa perlu melakukan perubahan kearah positif, sehingga masyarakat sebagai subyek pembangunan diharuskan dapat dan mampu mendesak perubahan tersebut.

Komunikasi menjadi aspek atau unsur yang penting dalam menjalankan usaha advokasi. Hal ini merujuk pada pengertian mengenai advokasi diatas dimana adanya proses penyampaian sebuah gagasan, ide dan pesan kepada khalayak tertentu. Masuk pada kasus usaha advokasi pendidikan kespro masuk kurikulum sekolah yang telah dijlankan oleh PKBI.

IV. I Strategi Komunikasi dalam Advokasi Kesehatan Reproduksi

Strategi dirumuskan oleh Minzberg & Quinn dalam Placet dan Branch (Effendi, 1987:88) sebagai berikut:

”The pattern or plan that integrates an organization major goals, policies, and action sequences into a cohesive whole. A well formulated strategy helps to marshal and allocate an organization’s resources into a unique and reliable posture based on its relative internal competencies and shortcomings, anticipated changes in the environment and contingent mores by intelligent opponents (emphasis included in the original).”

Sebuah strategi yang terencana dengan baik mampu menyusun dan mengatur sumber-sumber organisasi dalam hasil yang unik dan mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama berdasarkan pada kemampuan dan kelemahan internal, mengantisipasi perubahan dan tindakan yang dilakukan oleh rival atau lawan.

Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya. PKBI membuat sebuah strategi dalam melakukan usaha advokasi dengan tujuan merubah kebijakan publik. Bila strategi advokasi yang dilakukan

PKBI dijabarkan berdasarkan pada teori komunikasi secara efektif adalah bagaimana mengubah sikap (*how to change the attitude*), mengubah opini (*to change the opinion*), mengubah perilaku (*to change the behavior*), maka manajemen strategi komunikasi PKBI terkait dengan fungsi antara lain:

a. To secure understanding

Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. PKBI berupaya untuk memberikan pengertian kepada pemerintah khususnya dinas pendidikan tentang apa yang menjadi urgensi dari isu pendidikan kesehatan reproduksi bagi remaja sekolah. Hal ini juga dikarenakan PKBI menjadi mediator antara pemerintah selaku pembuat kebijakan dengan komunitas guru.

b. To establish acceptance

PKBI mencari dan menggunakan data atau informasi yang mereka miliki berkenaan dengan issue pendidikan kesehatan reproduksi mulai dari konsep, materi yang akan diberikan kepada remaja sekolah. hal ini dimaksudkan agar antara guru dengan pemerintah memiliki kesamaan pengetahuan mengenai isu kesehatan reproduksi di kalangan remaja sekolah sehingga diharapkan nanti dalam penerapannya tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Selama ini, PKBI melihat pemerintah khususnya dinas pendidikan tidak menaruh perhatian yang khusus terhadap isu pendidikan kesehatan reproduksi. Padahal sekolah tidak hanya menjaditempat untuk pendidikan jalur “formal” tetapi sekolah

juga harus menjadi tempat untuk membentuk pribadi yang sehat dan secara reproduktif dan seksual.

c. To motivate action

Merupakan penggiatan untuk memotivasinya. Disini komunikator berusaha untuk mempengaruhi komunikan. Dengan menggunakan media surat kabar dan elektronik, PKBI melibatkan para guru untuk melakukan kampanye publik.

Sedangkan dalam perencanaan komunikasi, penyusunan strategi komunikasi terdiri dari penetapan mengenai elemen-elemen berikut:

1. *Why*: Dalam usaha advokasi ini, alasan spesifiknya adalah perlunya pendidikan atau saluran informasi mengenai kesehatan reproduksi yang dapat diakses oleh siswa-siswi sekolah. Pada saat ini, ruang sekolah hanya mendukung pengetahuan kesehatan reproduksi pada aspek biologis daripada masalah seks di konteks sosial
2. *What*: merupakan inti pesan, identifikasi dan defenisi semua pesan yang ingin dikomunikasikan. Pesan yang ingin disampaikan oleh PKBI dan tujuan dalam usaha advokasi ini adalah pemenuhan hak-hak kesehatan reproduksi bagi remaja sekolah. Hak-hak kesehatan reproduksi salah satunya adalah pemenuhan hak dalam hal informasi dan pendidikan. Salah satu bentuk konkrit perwujudannya adalah pendidikan kespro dimasukkan ke dalam mulok dan menjadi salah satu mata pelajaran yang diajarkan di sekolah. Pelajaran kespro tidak lagi hanya diberikan setengah-setengah

atau hanya mencakup aspek biologis saja, tetapi juga aspek moral dan sosial.

3. *Who*: merupakan target *audiens* dan identifikasi semua *audiens* yang potensial. Dalam penetapan *target audiens* dalam usaha advokasi ini adalah para guru dan para pengambil kebijakan dalam kasus ini adalah dinas pendidikan. Dewasa ini, PKBI berusaha merangkul para guru untuk menjadi agen perubah yang kemudian akan menyuarakan advokasi kesehatan reproduksi ke tingkat yang lebih tinggi. Para guru dianggap mempunyai kapasitas yang untuk menyuarakan tujuan advokasi kespro ke tataran pemerintahan dan melakukan *lobbying*. Identifikasi khalayak yang tepat sasaran merupakan langkah yang strategis dalam menentukan publik apa sajakah yang berpotensi maupun publik yang tidak terlibat secara aktif dalam isu advokasi kesehatan reproduksi tersebut.
4. *How*: yakni melihat bagaimana mengetahui tujuan akhir komunikasi tercapai, serta alat penyampaian pesan. Bentuk penyampaian pesan oleh PKBI adalah melakukan serangkaian aktivitas advokasi mengenai kesehatan reproduksi yang terdiri 1) studi kasus; 2) Pengorganisasian dan pemberdayaan komunitas; 3) Kampanye publik.

Sebuah strategi tidaklah cukup hanya sebuah rencana belaka, namun strategi haruslah sampai pada penerapannya, sebagaimana yang diungkapkan oleh Quinn:

“Defining strategies or plan is not sufficient, we also need a definition that encompasses the resulting behavior” (1991:13)

Sebuah strategi untuk dapat diterapkan justru harus memenuhi criteria fleksibilitas, dimana dengan adanya fleksibilitas ini justru akan memberikan ruang gerak kepada perilaku strategi untuk dapat mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk mencapai tujuan komunikasi yakni mengubah perilaku komunikan. Peneliti berusaha menjabarkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh PKBI pada usaha advokasi pendidikan kesehatan reproduksi kemudian menghubungkannya dengan proses perumusan strategi komunikasi dalam sebuah lembaga. Menurut Quinn dan Arifin Anwar dalam bukunya strategi komunikasi (Arifin, 1984:10), yaitu:

1. Mengidentifikasi kondisi khalayak yang meliputi nilai dan norma yang berlaku, derajat intelektual masyarakat dan juga analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman).

Usaha advokasi ini tidak hanya melibatkan PKBI sebagai sebuah lembaga yang memfasilitasi, tetapi juga para guru untuk ikut mengambil bagian. PKBI memberikan keleluasaan kepada para guru untuk bergerak dan melakukan perubahan ke pihak yang memiliki

status yang lebih tinggi dalam hal ini dinas pendidikan dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan.

Sedangkan pemetaan SWOT dapat dilihat dari tabel di bawah ini:



Tabel 4. 4 Tabel SWOT

<p>Strength (Kekuatan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - PKBI melalui Forum Guru, usaha advokasi yang dilakukan melibatkan para guru, sehingga sekolah-sekolah mulai menjalankan pendidikan kesehatan reproduksi. - PKBI dapat memfasilitasi para guru dalam memberikan materi kesehatan reproduksi kepada remaja sekolah. fasilitas yang diberikan dapat menunjang metode pembelajaran di sekolah sehingga lebih maksimal dan efektif.
<p>Weakness (Kelemahan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asumsi kepadatan jam kurikulum di sekolah. karena kurikulum pendidikan yang telah diatur, maka pendidikan kesehatan reproduksi hanya bisa diberikan sebagai materi sampingan, sehingga tidak bisa maksimal. - Keterbatasan Sumber Daya Pengajar. Tidak semua guru yang tergabung dalam Forum Guru memiliki pengetahuan yang memadai pendidikan kesehatan reproduksi sehingga perlu diberikan pengayaan. Selain itu, di sekolah, tidak banyak guru yang mau dan mampu memberikan materi diluar kapasitas mengajarnya. - Materi dan metode. Materi dan metode mengenai pendidikan kesehatan reproduksi tidak bervariasi sehingga cenderung tidak menarik bagi remaja sekolah.
<p>Opportunity (Kesempatan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - PKBI mengorganisasikan <i>peer educator</i> atau pendidik sebaya di sekolah-sekolah dan melakukan <i>lobby</i> dengan sekolah-sekolah untuk membangun dukungan terhadap advokasi pendidikan kespro masuk muatan lokal dan advokasi kebijakan penanggulangan dan pencegahan HIV/AIDS. - PKBI melakukan pertemuan dengan forum yang memiliki level kekuasaan yang lebih tinggi seperti dinas pendidikan dan forum-forum pertemuan lain yang memiliki latar belakang kepentingan yang sama. - PKBI melibatkan Forum Guru sebagai sebuah peluang untuk membuka akses ke system sekolah. tidak hanya di tataran sekolah, tetapi forum guru memiliki kesempatan yang lebih banyak untuk melakukan <i>lobbying</i> ke pemertintah.
<p>Threat (Ancaman)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Masih kurangnya perhatian yang serius dari pemerintah untuk melihat masalah pendidikan kesehatan reproduksi lebih jauh. Selama ini, pendidikan kesehatan reproduksi diberikan ke remaja sekolah diluar jam pelajaran wajib.

2. Setelah itu mulai memilih metode dan media yang dapat mengurangi *noise*. Berkaitan dengan metode yang digunakan terdapat dua aspek, yakni menurut cara penyampaian yang terdiri dari *redundancy (repetition)* yaitu pesan yang diulang, sedikit demi sedikit yang menyerupai propaganda. Serta *canalizing*, yaitu memahami keunikan seperti kerangka referensi dan bidang pengalaman dan kemudian menyusun pesan yang sesuai. Sedangkan menurut isi pesan dapat dibagi menjadi pesan informatif untuk memberi penerangan, pesan persuasif dengan cara membujuk, pesan edukatif yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, serta pesan kursif yang bersifat memaksa dan mengintimidasi. Metode komunikasi yang digunakan PKBI dalam kampanye advokasi kesehatan reproduksi lebih bersifat persuasif. Lewat pertemuan dengan forum-forum setempat, PKBI melakukan aksi audiensi dan *lobbying* dengan pemerintah dan melibatkan komunitas-komunitas yang berkepentingan sama.
3. Melakukan implementasi komunikasi. Dalam pelaksanaan komunikasi perlu diperhatikan juga *noise* atau gangguan yang dapat menghambat jalannya proses komunikasi. Seperti kurang adanya koordinasi antar lembaga yang memiliki kepentingan yang sama (BKKBN, Dinas Kesehatan, Dinas Pendidikan dan PKBI). Meskipun lembaga tersebut memiliki kepentingan yang sama yaitu kesehatan reproduksi remaja, dalam implikasinya, lembaga-lembaga tersebut berjalan sendiri-sendiri

tanpa koordinasi antar lembaga. Hal ini dapat memperlambat tujuan advokasi kespro itu sendiri.

4. Setelah komunikasi dilakukan maka dilakukanlah evaluasi dengan menampung umpan balik komunikasi. Evaluasi berfungsi sebagai alat pembelajaran dan dapat untuk kegiatan berikutnya. Evaluasi dilakukan secara formal oleh Pusat Studi Seksualitas PKBI lewat penelitian eksperimentasi pendidikan di dua sekolah intervensi yaitu SMA Piri 1 dan SMA 9 Yogyakarta dan dua sekolah kontrol yaitu SMA 7 dan SMA 8 Yogyakarta. Evaluasi ini dilakukan setiap tiga bulan sekali tergantung dari jadwal kegiatan sekolah. selain evaluasi, PKBI juga melakukan *monitoring* dengan Forum Guru. Mekanisme *monitoring* dilakukan lewat dialog antara Forum Guru dan PKBI DIY.

Dalam memilih media yang akan digunakan sebagai saluran penyampaian pesan, harus ditentukan dulu aspek-aspek yang akan mempengaruhi pemilihan media (Venus , 2007: 90), sebagai berikut:

Tabel 4.1 Seleksi Media Advokasi Kespro

Jangkauan	Para guru, masyarakat umum, pemerintah daerah, dinas pendidikan dan NGO yang terkait.
Tipe Khalayak	<ul style="list-style-type: none">- Para guru: guru-guru dan para kepala sekolah di seluruh wilayah Yogya dan sekitarnya khususnya SMA Negeri dan swasta- Masyarakat umum: dengan berbagai latar belakang pendidikan dan gaya hidup- Pemernitah daerah, dinas pendidikan: kalangan politis, para legislative (pembuat kebijakan).- NGO: pihak-pihak yang memiliki latar belakang kepentingan yang sama .
Ukuran Khalayak	Sangat luas, karena meliputi masyarakat umum, tidak hanya warga Yogyakarta, tetapi juga melibatkan warga di lima kabupaten
Tujuan Komunikasi	Memberikan informasi mengenai perkembangan usaha advokasi kesehatan reproduksi tidak hanya ke forum-forum terkait, tetapi juga ke masyarakat luas, dan sejauh mana advokasi tersebut telah berjalan.
Waktu	Tiga tahun
Keharusan Pembelian Media	Tidak diharuskan untuk membeli

Selain itu, PKBI menggunakan beberapa media dalam proses advokasi yang dilakukan berkenaan dengan advokasi kesehatan reproduksi, karakteristiknya dapat dilihat dari tabel dibawah:

Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Media Kampanye Advokasi Kespro

Media	Alasan Positif Penggunaan	Alasan Negatif Penggunaan
<i>Press release</i>	Menggunakan media massa untuk memberitakan dan memberikan informasi mengenai advokasi kesehatan reproduksi , dapat menjangkau khalayak yang lebih luas	Tidak semua pembaca mediacetak akan membaca kolom atau rubric ini
Film	Penyampaian pesan secara visual akan lebih menarik perhatian	Tidak dipublikasikan secara luas
Pelatihan dan diskusi	Menjangkau sasaran yang luas, dapat menyampaikan pesan secara lisan, tulisan dan menampilkan visualisasi	Memakan waktu yang lama
Radio	Dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, informasi yang diberikan beragam, pendengar dapat berinteraktif dengan narasumber	Tidak ada tampilan secara visual, sehingga kurang menarik minat khalayak

Bila dikaitkan dalam bauran komunikasi dapat ditarik unsur pokok yang berpijak ‘paradigmatik komunikasi’ yang terkenal dan ditampilkan oleh Harold D. Laswell yang berbunyi *who says what in which channel to whom with what effect*. Komponen-komponen komunikasi tersebut di atas bila dihubungkan dengan usaha advokasi yang dilakukan PKBI dalam advokasi pendidikan kespro masuk kurikulum sekolah, yakni sebagai berikut:

1) Who says (komunikator)

Pelaku kampanye harus mampu menjelaskan dan menyampaikan suatu kegiatan atau aktivitas dan program kerja kepada publiknya, sekaligus ia bertindak sebagai mediator untuk mewakili lembaga atau organisasi terhadap publik atau sebaliknya. Dalam penelitian ini, PKBI melalui Forum Guru berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan kepada pemerintah terkait mengenai kebijakan untuk memasukkan pendidikan kesehatan reproduksi ke dalam Muatan Lokal atau kurikulum sekolah.

Divisi Pendampingan Remaja Sekolah dibawah PKBI Yogyakarta bersama dengan Forum Guru diantara lain yang terdiri dari Drs Edi Krusmanto, Drs Anis Farikhatin dan guru-guru dari perwakilan lima kabupaten di wilayah Yogyakarta menjadi komunikator dalam usaha advokasi ini.

2) Says What (pesan)

Merupakan sesuatu yang perlu disampaikan kepada penerima melalui teknik berkampanye yang berupa ide, gagasan, informasi, aktivitas, atau kegiatan tertentu yang dipublikasikan atau dipromosikan untuk diketahui, dipahami, dan dimengerti yang sekaligus diterima oleh publiknya.

Pesan yang ingin disampaikan oleh PKBI adalah adanya pendidikan kesehatan reproduksi untuk masuk muatan lokal atau kurikulum sekolah. Selain itu, PKBI juga memberikan pengayaan kepada para guru tentang materi kespro dan workshop modul yang diberikan oleh PKBI.

3) In which Channel (media)

Merupakan saran atau alat untuk menyampaikan pesan atau sebagai mediator antara komunikator dengan komunikannya. Media yang digunakan oleh PKBI untuk menyampaikan pesannya diantaranya melalui surat kabar, radio, televisi, *press release*.

Selain menggunakan media-media tertentu dalam menyampaikan pesannya, PKBI juga menyampaikan pesannya melalui pertemuan seperti workshop, koordinasi, dan forum pengayaan bulanan.

a. Workshop modul

Dalam memberikan materi, PKBI memfasilitasi para guru yang dirangkul dalam sebuah modul. Modul ini bertujuan

untuk memberikan materi yang lebih terarah dan mudah untuk dipahami oleh remaja sekolah.

Modul yang diberikan dibedakan berdasarkan kelas dan semester. Materi kespro pada modul diberikan di kelas X (Kelas 1 SMA) pada semester 1, dan semester 2, dan kelas XI (Kelas 2 SMA) pada semester 1.

- 1) Modul Kespro Kelas X semester 1 (10 – 12 Juli 2007, di Kagama UGM)
- 2) Modul Kespro Kelas X semester 2 (30 Januari, 2008 di PKBI DIY)
- 3) Modul Kespro Kelas XI semester 1 (9 Juli 2008 di PKBI DIY)

b. Forum pengayaan bulanan

Selain memberikan workshop, PKBI juga memberikan pengayaan kepada para guru mengenai materi kesehatan reproduksi. Karena latar belakang guru yang tergabung di Forum Guru berbeda-beda maka perlu diberikan materi dan metode pembelajaran yang efektif. Pengayaan tersebut dibedakan per materi dan disampaikan oleh para ahli di bidangnya dan fasilitator PKBI. Lewat forum pengayaan ini, para guru juga dapat saling berbagi mengenai metode

yang efektif dalam menyampaikan pendidikan kesehatan reproduksi. PKBI disini bertindak sebagai fasilitator.

c. Koordinasi

Koordinasi dilakukan setiap bulan bersamaan dengan forum pengayaan bulanan. Yang dibahas dalam koordinasi ini antara lain:

- Kesiapan sekolah dalam melaksanakan pendidikan kesehatan reproduksi
- Kebutuhan akan peralatan dan media pendidikan kesehatan reproduksi
- Merencanakan langkah advokasi pendidikan baik di tingkat sekolah maupun di tingkat kabupaten kota/propinsi.

Banyak alat sebagai media untuk keperluan kampanye dan berkomunikasi, yang dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Media umum, seperti surat menyurat, telepon, faks, dan telegraf. PKBI menggunakan fasilitas internet untuk memberikan informasi tentang aktivitas advokasi kesehatan reproduksi kepada khalayak luas. Mulai dari advokasi kesehatan reproduksi itu sendiri dan juga *lobbying* kepada pemerintah yang terkait.
- b. Media massa, seperti media cetak, surat kabar, majalah, tabloid, *bulletin*, dan media elektronik yaitu televisi, radio,

dan film. PKBI telah menggunakan berbagai media yang disebutkan di atas.

4) To whom (Komunikan)

Yakni publik yang menjadi sasaran dalam berkomunikasi secara langsung atau tidak. Secara langsung atau tatap muka diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Komunikasi kelompok (*group communication*), yaitu sama dengan komunikasi interpersonal, tetapi dalam keterlibatan komunikan yang besar. PKBI melakukan komunikasi dengan komunitas guru sehubungan dengan pemberian informasi, pelatihan dan pendidikan mengenai materi pendidikan kesehatan reproduksi.

b. Komunikasi media massa (*mass media communication*), yaitu komunikasi yang melalui media massa sebagai mediatornya. Dalam pemberitaan mengenai advokasi kesehatan reproduksi, media massa yang digunakan seperti di surat kabar dan media internet. Di dalamnya tak hanya PKBI yang menuliskan pemberitaan mengenai usaha advokasi ini tetapi juga berbagai pihak yang terkait dengan masalah ini untuk menuliskan pemberitaan opini mereka.

5) With What Effect (efek atau dampak)

Merupakan respon atau reaksi setelah proses komunikasi tersebut berlangsung yang bisa menimbulkan umpan balik (*feedback*) berbentuk positif atau sebaliknya negatif.

PKBI mengharapkan adanya respon tidak hanya dari sekolah tetapi juga dari pemerintah daerah, sampai ke tingkat pusat. Pada akhirnya jika tujuan dari advokasi pendidikan kesehatan reproduksi ini dapat dimasukkan dan diterapkan ke dalam muatan lokal atau kurikulum sekolah, maka remaja sekolah mempunyai pengetahuan yang memadai mengenai kesehatan reproduksi. Memang pendidikan kesehatan reproduksi tidak bisa menyelesaikan masalah secara instan, tetapi diharapkan dapat mengurangi perilaku seks yang tidak aman di kalangan remaja.

Dalam aktivitas komunikasi, dalam hal ini advokasi yang dilakukan PKBI mengenai perubahan kebijakan, tidak terlepas dari komunikasi yang bersifat membujuk (*persuasif*) dan mendidik (*edukatif*), yaitu berupaya untuk mengubah perilaku, sikap, tindakan, tanggapan, persepsi, hingga membentuk opini publik yang positif dan mendukung.

Proses advokasi melalui komunikasi tersebut, antara lain merupakan penyebaran informasi, pengetahuan, gagasan atau ide untuk membangun atau menciptakan kesadaran dan pengertian melalui teknik komunikasi untuk membujuk dan mempengaruhi. Persuasi sendiri merupakan bagian proses komunikasi internal, dunia komunikasi sendiri mengenal persuasi sebagai teknik

komunikasi yang bertujuan agar komunikan bersedia menerima isi/pesan sedemikian rupa sehingga melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah lakunya akan tetapi dalam perubahan tersebut seolah-olah atas kehendak komunikan sendiri (Sunarjo dan Djoenasih S Sunarjo, 1995: 31)

