

## ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM SOSIALISASI PROGRAM KARTU IDENTITAS ANAK

Layung Paramesti Martha<sup>1\*</sup>, Irma Suci Adiyasa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

<sup>\*</sup>Surel Korespondensi: [layungparamesti@gmail.com](mailto:layungparamesti@gmail.com)

Kronologi Naskah: diterima 22 Maret 2022; direvisi 10 April 2022; diputuskan 15 Mei 2022

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dalam menyosialisasikan program Kartu Identitas Anak (KIA). Penelitian dilaksanakan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor dan wilayah Kecamatan Cibinong. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan dua konsep yaitu strategi komunikasi milik R. Wayne, dkk dalam Effendy dan hambatan strategi komunikasi milik Ruslan. Sumber dan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari penelitian ini adalah dengan mewawancarai informan kunci dan informan, observasi lapangan, dokumentasi serta kegiatan kepastakaan terkait data penunjang penelitian. Adapun teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan teori dari Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik triangulasi metode, yaitu kepada Kepala Seksi Sistem Informasi Administrasi Kependudukan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Bogor. Hasil penelitian ini diketahui bahwa langkah strategi komunikasi yang diterapkan memperhatikan semua komponen di dalam komunikasi. Meski begitu, hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi Program Kartu Identitas Anak masih termasuk ke dalam Program Dukcapil Gerakan Indonesia Sadar Administrasi Kependudukan sehingga untuk Program Kartu Identitas Anak sendiri saat ini sosialisasi yang ditekankan melalui media online dan pelayanan turun langsung ke masyarakat. Proses pencapaian strategi komunikasi dapat dikatakan baik walaupun masih belum merata secara keseluruhan di wilayah Kabupaten Bogor karena masih ditemukan masyarakat yang tidak mengetahui sosialisasi yang dijalankan dan sadar pentingnya program Kartu Identitas Anak.

**Kata Kunci:** kartu identitas anak; komunikasi; sosialisasi; strategi.

### Abstract

*This study aims to analyse how the communication strategy is applied in socializing the Child Identity Card program. The study was conducted at the Population and Civil Registry Office of Bogor Regency and Cibinong District Region. This research method uses a qualitative descriptive study using two concepts, namely the communication strategy concept of R. Wayne, et al in Effendy and communication strategy barriers Ruslan. The results of this study note that the communication strategy step adopted pays attention to all components in communication. Even so, the results of the study showed that the socialization of the Children's Identity Card program was still included in the Dukcapil program of the Indonesian Movement to be Aware of Population Administration so that for the child's own identity card program currently the emphasis was on online media and the service went directly to the community. The process of achieving a communication strategy can be said to be good even though it is still not evenly distributed as a whole in the district of Bogor because there are still people who do not know the socialization carried out and are aware of the importance of the Child Identity Card program.*

**Keywords:** child identity card; communication; socialization; strategy.

## Pendahuluan

Negara Republik Indonesia berupaya memberikan perlindungan dan pemenuhan hak konstitusional untuk setiap warga negara melalui salah satu cara dengan identitas kependudukan. Memberikan pelayanan publik dalam urusan administrasi kependudukan di setiap daerah maka Pemerintah mendirikan sebuah Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Sehubungan dengan tugas Dinas Kependudukan, pada tahun 2016, Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) mencanangkan program pembuatan Kartu Identitas Anak atau disebut KIA yang diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 2016. Beragam alasan mengenai manfaat KIA dikemukakan oleh Kemendagri. Pertama, untuk meningkatkan pendataan, perlindungan, dan pelayanan publik kepada anak. Selain itu, KIA mendukung upaya perlindungan dan pemenuhan hak konstitusional anak. KIA memiliki kegunaan seperti pemenuhan keimigrasian, pelayanan kesehatan di puskesmas atau rumah sakit, keperluan klaim santunan kematian, dan pencegahan perdagangan anak adalah beberapa hal yang melibatkan penyertaan KIA (Kirnandita, 2017).

Kartu Identitas Anak diterbitkan dalam dua versi yang tertuang pada Permendagri Nomor 2 Tahun 2016 tentang Kartu Identitas Anak yaitu untuk anak usia 0-5 tahun dan anak usia 5-17 tahun. Perlu diketahui, KIA merupakan identitas resmi yang memiliki kekuatan secara hukum bagi anak yang diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 2016). Seorang Anak yang memiliki KIA artinya anak akan memiliki identitas resmi kependudukan bagi yang berusia di bawah 17 tahun dan belum menikah. Orang tua dapat mengajukan permohonan penerbitan

KIA bagi anaknya dalam rangka pendataan, perlindungan dan pelayanan publik untuk mewujudkan hak terbaik bagi anak itu sendiri. ([www.indonesia.go.id](http://www.indonesia.go.id))

Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah yang baru menjalankan program Kartu Identitas Anak atau (KIA) pada tahun 2018. Pelaksanaan program Kartu Identitas Anak yang dikeluarkan oleh Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 2016 tidak terlepas dari beragam permasalahan yang dihadapi oleh wilayah Kabupaten Bogor.

Pelaksanaan program Kartu Identitas Anak yang dikeluarkan oleh Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 2016 tidak terlepas dari beragam permasalahan yang dihadapi oleh wilayah Kabupaten Bogor. Mengingat jumlah populasi anak di wilayah Kabupaten Bogor untuk kategori usia 0-14 tahun sebanyak 1.376.262 jiwa (BPS Kabupaten Bogor, 2021).

**Tabel 1.1** Penerbitan Kartu Identitas Anak Kabupaten Bogor

Bulan	Tahun		Ket.
	2018	2019	
Januari	14.853		
Februari	22.414		
Maret	22.105		
April	20.305		
Mei	15.653		
Juni	7.332		
Juli	11.427		
Agustus	9.044		
September	7.459		
Oktober	9.438		
November	6.853		
Desember	2.520		
Total	10.893	149.382	160.275

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor

Permasalahan lain penurunan dalam penerbitan KIA setiap bulannya yang sebelumnya antusias masyarakat dalam mengurus KIA saat penetapan Peraturan Kementerian Dalam Negeri

Nomor 2 Tahun 2016 meningkat pada tahun 2018. Berikut ini jumlah tabel penerbitan Kartu Identitas Anak dalam Periode Bulan mulai tahun 2018 sampai akhir tahun 2019.

Melalui data Pelaporan Pencetakan Kartu Identitas Anak Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor tahun 2019

NAMA KEC	JM. KARTU KIA	PJ. WAJIB KIA	WALAH KIA	MEMILIKI KIA	%
BOJONG	66.254	62.821	87.570	33.793	22,60%
CIJERAMPIL	28.833	31.966	40.617	24.535	22,37%
CIJERUMPAN	27.916	26.493	54.868	3.700	13,81%
CIGUGUR	24.808	22.898	40.807	1.736	10,30%
LABUHAN MEDIANE	14.353	13.964	22.717	1.770	6,47%
LENGGAR	38.412	35.539	54.861	3.886	12,50%
LEWISREJO	18.844	18.019	45.671	3.935	13,90%
KARUH	5.700	5.492	13.212	3.452	33,50%
LAKSMAWATI	8.782	8.419	19.005	1.26	4,40%
PARUNG	34.616	33.828	28.838	2.933	7,87%
SUKARAJA	13.204	12.974	24.039	2.240	8,48%
PARUNG PARANG	13.388	12.823	25.837	2.845	9,86%
BOJONG BESAR	20.400	19.431	35.451	3.911	13,57%
CIJAWAJANG	21.913	19.822	35.413	1.573	4,87%
CIAMPAH	21.284	20.232	41.680	4.503	9,70%
CIJAWAHANG	35.388	33.922	37.140	3.988	9,13%
PANDEGLARA	20.881	19.128	31.240	2.250	6,88%
PONDOK	17.432	16.894	34.538	3.677	9,86%
BOGORA	14.447	13.552	17.478	1.859	9,49%
PARUNG PASIR	21.311	19.576	28.388	2.217	7,67%
BOJONG NEGE	14.992	13.581	17.893	1.891	10,62%
BOGORELO	35.889	34.839	32.879	3.701	9,89%
CIKAR	9.127	8.698	14.248	1.087	9,19%
CIKARANG	14.961	13.711	27.683	2.486	8,97%
CIKULALA	20.404	19.798	34.686	3.262	7,96%
CIKUMPAN	14.371	13.270	27.351	1.501	5,49%
CIKUPAH	40.880	39.649	70.911	6.761	10,37%
CIKUPAJUR	17.250	15.241	23.834	637	3,67%
CIKUPA	20.516	19.009	31.412	3.205	8,60%
CIKUPATI	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%
CIKUPAH	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%
CIKUPATI	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%
CIKUPAH	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%
CIKUPATI	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%
CIKUPAH	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%
CIKUPATI	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%
CIKUPAH	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%
CIKUPATI	17.174	16.050	26.381	2.201	7,97%

Gambar 1. Laporan Pelaksanaan Pencetakan KIA (Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor)

Alasan Kartu Identitas Anak perlu untuk dimiliki oleh seorang anak adalah sebagai tanda pengenal atau bukti diri yang sah, sebagai persyaratan transaksi atau keperluan administratif dalam pelayanan publik, pemenuhan kelengkapan dokumen pelayanan pendidikan, keimigrasian, dan jasa lainnya yang bermanfaat bagi anak, dicanangkan sebagai syarat pendaftaran sekolah tahun 2020, dan untuk mengurus klaim santunan kematian bagi pemegang KIA yang masih berlaku. (*kumparan.com, 2019*)

Banyak manfaat yang didapat jika seorang anak memiliki sebuah Kartu Identitas Anak (KIA) yang dibuat sesuai dengan peraturan Undang-Undang Nomor 9 dan 10 tentang Konvensi Anak yang meliputi 10 hak anak. Salah satu diantara sepuluh hak anak yang telah diwujudkan dalam

sebuah Kartu Identitas Anak (KIA) yaitu hak untuk bermain dan hak untuk mendapatkan rekreasi. Pemerintah Kabupaten melalui Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil bekerjasama dengan pihak ketiga yaitu Taman Safari Indonesia bahwa bagi anak wilayah Kabupaten Bogor yang sudah memiliki Kartu Identitas Anak akan mendapatkan potongan harga 10% tiket masuk ke Taman Safari Indonesia untuk semua kategori usia mulai dari 0-17 tahun. Menunjukkan Kartu Identitas Anak asli ke petugas loket masuk Taman Safari Indonesia dan potongan harga berlaku untuk satu pemegang KIA.



Gambar 2. Unggahan Kampanye Kerjasama dan Persyaratan (Sumber: Instagram disdukcapil\_kabbogor)

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi komunikasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor yang digunakan dalam melakukan sosialisasi program Kartu Identitas Anak, dan menganalisis hambatan strategi komunikasi di dalam sosialisasi program Kartu Identitas Anak.

Konsep teori yang dipakai pada penelitian ini menggunakan konsep teori strategi komunikasi menurut Pace, at all dalam (Effendy, 2017) dan ambatan strategi komunikasi menurut (Ruslan, 2018).

## Metode Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan studi kasus yang bersifat partikularistik dan dilakukan dengan wawancara mendalam (*In-depth Interview*). Menurut (Sukmadinata, 2011), mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Penelitian dilakukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor.

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari informan kunci yaitu Kepala Seksi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan dari Disdukcapil Kabupaten Bogor. Sumber data lainnya berasal dari informan biasa yaitu salah satu Kepala Seksi Pemerintahan Kelurahan dan Orang tua sebagai masyarakat yang menerima manfaat KIA. Pengambilan data primer dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci (*key informant*) dan informan biasa. Pemilihan informan kunci dan informan biasa dilakukan secara *Purposive Sampling*.

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh melalui media perantara. Memperoleh data sekunder dengan cara mengumpulkan data dari pihak Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dan Kecamatan Cibinong melalui studi kepustakaan baik berupa dokumentasi, arsip-arsip tertulis, artikel maupun internet. Selain dari itu, portal berita *online* menjadi salah satu data sekunder yang

menjadikan awal penelitian ini dilakukan serta pengamatan media sosial instansi menjadi data pendukung dalam penelitian ini.

Adapun untuk memperoleh data pada penelitian ini, berikut teknik atau cara pengumpulan data yang dilakukan peneliti antara lain: (1) Wawancara, (2) Observasi, dan (3) Studi Kepustakaan.

Teknik analisis data penelitian ini merujuk pada Milles dan Huberman *dalam* (Sugiyono, 2016), mereka mengemukakan bahwa pada aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam melakukan analisis data yaitu; reduksi data, penyajian data, dan penarikan dan pengujian kesimpulan.

Ketiga jenis aktivitas dalam analisis data dan kegiatan dalam pengumpulan data merupakan proses putaran waktu dan bersifat interaktif, dimana peneliti harus siap berjalan di antara empat hal tersebut selama proses pengumpulan data, kemudian bergerak putar balik dalam kegiatan reduksi, penyajian, dan verifikasi/penarikan kesimpulan selama sisa waktu penelitian.

## Hasil dan Pembahasan Sosialisasi Program Kartu Identitas Anak

Program Kartu Identitas Anak termasuk sosialisasi di dalam program Dukcapil yaitu Gerakan Indonesia Sadar Adminduk yang disebut GISA. GISA merupakan sebuah gerakan untuk membangun ekosistem pemerintahan yang sadar akan pentingnya administrasi kependudukan. Kesadaran tersebut ditunjukkan dengan empat hal, yakni kesadaran akan pentingnya dokumen kependudukan, pentingnya pemanfaatan data kependudukan, pentingnya pemutakhiran data kependudukan, dan pentingnya pelayanan administrasi kependudukan yang membahagiakan rakyat. Administrasi Kependudukan dalam GISA ini meliputi: Akta Kematian, Akta Perkawinan, Akta Perceraian, Pengakuan Anak, Pengesahan Anak, Kartu Identitas Anak (KIA), Akta Kelahiran, Pindah-Keluar, Perubahan Data, Akta hilang dan Perbaikan Data.

Pelaksanaan sosialisasi dilakukan secara turunan dari pihak Disdukcapil dengan digabung beberapa kegiatan seperti diadakan pertama sosialisasi tatap muka dengan memberikan sebuah pemahaman terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan mengadakan pelayanan dan pembuatan langsung yang satu paket dengan dokumen kependudukan di setiap kecamatan maupun desa, dan melalui media komunikasi seperti, banner, poster, iklan dan siaran langsung di radio, serta media sosial *online* seperti Instagram dan Twitter.

Semua pelaksanaan sosialisasi sangat berpengaruh dalam proses pemerataan informasi untuk semua masyarakat. Diantara semua kegiatan sosialisasi yang lebih ditekankan yaitu kegiatan pelayanan langsung dan sosialisasi melalui media komunikasi seperti siaran radio dan media sosial

yang saat ini lebih mudah dijangkau dan diakses oleh masyarakat.

## Langkah Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program KIA

Mengutip dari (Effendy, 2017), akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut, diantaranya; mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator.

Komponen pertama dalam mengenali sasaran komunikasi dengan menilai dan memahami terhadap status dan aspek latar belakang masyarakat Kabupaten Bogor, komponen kedua untuk pemilihan media komunikasi menggunakan media platform *online*, massa, dan cetak seperti dalam media *online* Instagram dan Twitter, lalu media massa seperti siaran langsung sosialisasi dokumen kependudukan di stasiun radio, dan terakhir media cetak dengan Banner, X-banner, dan Poster. Komponen ketiga dalam pengkajian tujuan pesan komunikasi dengan memperhatikan arah pesan yang akan disampaikan dengan beragam teknik seperti teknik menyampaikan informasi dengan presentasi, teknik dalam mempersuasif dengan berdiskusi atau rapat, dan teknik melakukan instruksi melakukan perintah terkait kendala apapun diarahkan untuk proses penyelesaiannya. Komponen keempat pentingnya peranan komunikator dengan memperhatikan setiap komunikator memahami akan *product knowledge* atau kapabilitas dari sumber pesan terhadap pesan yang akan disampaikan serta daya tarik komunikator.

Seluruh langkah strategi komunikasi yang dilakukan memberikan proses yang terstruktur sehingga hasil yang didapatkan menjadi

tercapai dengan baik walaupun diantara semua langkah yang sudah ditempuh tidak pernah terlepas dari hambatan yang terjadi setiap langkah strategi.

### **Hambatan Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program KIA**

Mengutip dari Ruslan (2018), menyebutkan empat jenis hambatan yang dapat mengganggu strategi komunikasi yaitu; hambatan dalam proses penyampaian, hambatan secara fisik, hambatan semantik, dan hambatan psiko-sosial.

Jenis hambatan pertama dalam proses penyampaian yang biasa terjadi adalah adanya pengulangan pesan yang dilakukan berulang-ulang. Kedua, hambatan secara fisik dapat terjadi karena situasi dan kondisi dari komunikasi tidak fokus saat sosialisasi berlangsung. Ketiga, hambatan semantik karena perbedaan Bahasa di setiap daerah yang sangat relatif sehingga saat proses sosialisasi sedang berlangsung terjadi perbedaan dalam penggunaan Bahasa di setiap daerah. Keempat, hambatan psiko-sosial ini terjadi karena beragam perbedaan latar belakang budaya dan adat yang dipegang sehingga memunculkan minat yang berbeda dan pemahaman yang beragam.

Semua rangkaian hambatan dalam strategi komunikasi memang dapat terjadi karena tidak pernah terlepas dari kondisi masyarakat yang beragam. Sehingga keadaan tersebut menjadikan sebuah usaha perbaikan secara terus-menerus di dalam seluruh rangkaian proses dalam strategi komunikasi untuk kegiatan sosialisasi maupun yang lainnya.

### **Analisis Strategi Komunikasi Disdukcapil dalam Sosialisasi Program KIA**

Pengertian strategi komunikasi sebagai sebuah rancangan yang disusun untuk mengubah tingkah laku manusia

melalui pengiriman ide-ide baru dalam skala yang lebih besar (Cangara, 2013). Langkah strategi komunikasi yang sudah dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor dalam melakukan sosialisasi tergambar dengan jelas, Sehingga rancangan tersebut memberikan kemudahan ketika akan melaksanakan proses komunikasi yang efektif. Membuat komunikasi lebih terarah dan tujuan dari komunikasi tersebut bisa dicapai dengan lebih mudah. Menurut R Wayne Pace, Barent D, dan M. Dallas *dalam* (Effendy, 2017) terdapat tiga tujuan dalam strategi komunikasi yaitu: (1) *to secure understanding*, (2) *to establish acceptance*, (3) *to motivate action*.

Pertama, Disdukcapil mengamankan dan memastikan (*to secure understanding*) bahwa masyarakat sudah mengerti pesan yang telah diterimanya dengan melihat adanya sebuah tanya jawab sesuai dengan pemahaman masing-masing artinya masyarakat sudah mencapai tahap mengenali adanya sebuah program KIA dengan beragam pemahaman baik pengertian dari program KIA, persyaratan KIA, fungsi KIA, manfaat KIA, dan proses mengurus KIA. Walaupun setiap masyarakat dengan karakteristik yang berbeda dalam memahami dan memberikan jawaban yang beragam dapat dipastikan makna pesan semua aspek dari program KIA sama rata.

Kedua, proses setelah membangun dan memastikan pengertian kepada masyarakat dengan sosialisasi berkali-kali, tujuan dari *to establish acceptance* menentukan cara untuk membangun penerimaan yang sudah diterima agar lebih di pahami dengan baik serta meminimalisir adanya salah pengertian, Disdukcapil melakukan pengulangan pesan melalui sosialisasi dan menyampaikan pesan tersebut ke dalam media komunikasi

seperti media sosial dan media cetak. Biasanya di dalam sebuah kantor desa atau kecamatan bahkan di setiap rumah ketua RT diberikan sebuah poster atau X-banner terkait materi-materi seperti persyaratan dalam membuat salah satu dokumen kependudukan. Kemudian melalui media sosial selalu dipublikasi tentang kegiatan dan materi salah satu dokumen kependudukan. Beragam upaya yang telah dilakukan memang tetap ada saja masyarakat yang masih belum mengetahui hal tersebut dan berdasarkan narasumber yang peneliti teliti bahwa mereka mengetahui dari *word of mouth* atau mulut ke mulut yang berawal dari lingkungan RT setempat, lembaga masyarakat, sampai sanak saudara. Namun, dengan semua pihak yang berperan sangat membantu dalam proses membangun penerimaan atas pengertian program KIA yang diterima sebelumnya.

Ketiga, setelah tujuan memastikan dan membangun penerimaan terhadap program KIA sudah mulai tercapai, tidak lupa Disdukcapil melakukan penggiatan atau juga *to motivate action* sebuah penggiatan dengan mendorong tindakan dengan melakukan sosialisasi dalam pelayanan seperti kegiatan jemput bola, penyampaian pesan di dalam media komunikasi seperti media sosial Instagram dan Twitter serta media elektronik yaitu siaran di Radio, dan dipetakannya sebuah UPT (Unit Pelayanan Teknis) dalam tujuh wilayah domisili yang memudahkan masyarakat dalam mengurus dan membuat salah satunya Kartu Identitas Anak.



**Gambar 4.** Kegiatan Jemput Bola salah satu di Kecamatan (Sumber: Instagram disdukcapil\_kabbogor)



**Gambar 5.** Informasi UPT untuk pelayanan adminduk (Sumber: Instagram disdukcapil kabbogor)



**Gambar 6.** Sosialisasi dokumen kependudukan melalui Siaran Radio (Sumber: Instagram disdukcapil\_kabbogor)

Sejalan dengan penggiatan dalam mendorong tindakan, upaya yang sudah dilaksanakan masih terdapat beberapa narasumber yang peneliti teliti

tidak mengetahui kegiatan tersebut. Keadaan tersebut terjadi karena faktor individu serta situasi dan kondisi. Banyak juga yang ditemui bahwa tidak mengerti dengan penggunaan media sosial Instagram dan Twitter bagi orang tua yang usianya lebih tua dibandingkan dengan para orang tua yang usianya lebih muda. Kemudian satu kondisi yang tidak mengetahui kegiatan lainnya seperti siaran di Radio, kegiatan jemput bola dan pelayanan langsung karena faktor kesibukan masing-masing orang tua dengan beragam keadaan seperti bekerja, mengurus rumah dan anak, dan berniaga.

Tujuan terhadap kegiatan dalam mendorong dengan melihat pada gambar diatas bahwa hasilnya memberikan dampak dan respon positif bagi masyarakat dan baik untuk dilakukan mengingat Kabupaten Bogor yang sangat luas. Walaupun hal-hal *miss* informasi seperti yang terjadi di masyarakat tidak dapat dihindari untuk terjadi, itu karena wajar dengan beragam faktor dan kondisi dari setiap masyarakat. Akan tetapi Disdukcapil akan selalu berusaha demi suksesnya salah satu program GISA yaitu program Kartu Identitas Anak.

### **Analisis Hambatan Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program KIA**

Hambatan atau kendala bisa ditemukan di dalam sebuah strategi manapun. Hambatan yang terjadi terkadang memberikan sebuah kesalahpahaman berupa komunikasi maupun informasi. Sebab, semua terjadi karena tidak tercapainya pesan dengan baik karena perbedaan simbol atau Bahasa antara apa yang digunakan dengan apa yang diterima.

Pada analisis hambatan strategi komunikasi dalam sosialisasi ini, ditemukan sebuah hambatan strategi komunikasi yang telah dilakukan dalam

masing-masing proses pencapaian strategi komunikasi yaitu;

Pertama, hambatan di dalam *to secure understanding* yang ditemukan adalah pada kendala kemampuan pada aspek pendidikan dan aspek budaya yang berbeda sehingga ada kecenderungan dalam proses menerima pesan yang diterima oleh masyarakat. Peneliti melihat masih terdapat masyarakat yang tidak mengerti sepenuhnya fungsi dan manfaat KIA secara praktis serta ketertarikan untuk mencari informasi tambahan. Peneliti menganalisa juga bahwa memang daya tangkap dan kemampuan setiap orang berbeda-beda itu akan mempengaruhi bagaimana proses pesan tersebut dapat diterima dengan baik.

Kedua, hambatan di dalam *to establish acceptance* pada kendala ini masih memiliki kolerasi dengan hambatan yang pertama *to secure understanding*. Kendala yang ditemukan adalah beragam kemampuan daya tangkap masyarakat yang berbeda-beda pada situasi dan kondisi tertentu. Seperti yang ditemukan peneliti masih terdapat masyarakat yang gagap teknologi yang tidak mengerti penggunaan media sosial salah satunya Instagram dan Twitter. Kondisi tersebut memberikan kendala untuk mereka yang sebenarnya di dalamnya tersebut banyak muatan informasi dari pihak Disdukcapil berikan melalui media sosial. Namun demikian peneliti menganalisis masyarakat pengguna Instagram pun masih banyak yang terdapat tidak mengerti terkait suatu hal dan berulang kali berkomentar. Sebab itulah kendala yang memang tidak pernah lepas dari beragam pola pikir dan daya tangkap masyarakat menjadi hambatan yang dijumpai dalam proses sosialisasi.

Ketiga, hambatan di dalam *to motivate action* dimana pada tahap ini masih adanya masyarakat yang malas untuk membaca dengan teliti. Tetapi



tidak semua masyarakat malas dalam hal literasi karena peneliti mengamati dan menemukan saat proses turun lapangan dan melalui media sosial bahwa masyarakat tidak bisa hanya diberikan sebuah informasi yang isi pesannya hanya berbentuk persyaratan dan kebijakan. Masyarakat sepertinya menginginkan sebuah informasi yang isi pesannya juga memuat pengertian tentang manfaat dan fungsi secara teoritis dan sederhana salah satunya tentang Kartu Identitas Anak. Keadaan yang ditemukan masyarakat tidak mencari informasi kembali dengan informasi yang sudah mereka dapatkan, demikian begitu masih terdapat masyarakat yang mencari kembali informasi tambahan melalui masyarakat lain yang sudah berpengalaman sebelumnya. Semua kendala tersebut berakibat ada sebuah kecenderungan pandangan dan pemahaman yang terjadi di masyarakat dan Disdukcapil.

### **Triangulasi**

Triangulasi metode menurut Denkin *dalam* (Rahardjo, 2012), mengatakan triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan triangulasi metode dengan pengecekan silang antara *key informant* dan informan dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor dan Dinas Kependudukan dan Pencatatan

Sipil Kota Bogor dengan pemilihan informan yang memang mengetahui agar mencapai titik jenuh. Hasilnya ditemukan bahwa mulai dari langkah strategi komunikasi yang diperhatikan sama, hanya penekanan pada setiap komponen berbeda dan hambatan strategi komunikasi yang ditemukan memiliki perbedaan sedikit dimana perbedaan luas geografis wilayah masing-masing, jenis kerjasama, dan penggunaan aplikasi yang membedakan dalam pemerataan program KIA.

Kemudian, analisis strategi komunikasi dalam sosialisasi yang terdapat diantara Kabupaten Bogor dengan Kota Bogor mendekati sama hanya terdapat perbedaan pada penggunaan teknis dan penekanan. Lalu, analisis hambatan strategi komunikasi dalam sosialisasi ada perbedaan yaitu faktor-faktor pendukung internal dan eksternal atas masing-masing masyarakat maupun pelaksana. Demikian dengan dilakukannya triangulasi dapat memberikan sebuah pandangan dan realita yang terkadang proses dan kendala masih dapat terjadi serupa maupun berbeda.

### **Simpulan dan Saran**

Hasil yang didapatkan bahwa langkah strategi komunikasi sudah cukup baik namun hasil dalam proses strategi komunikasi masih belum maksimal karena terdapat masyarakat yang sepenuhnya belum beralih ke dalam media komunikasi baru dan memang sepertinya dalam penyebaran informasi lebih baik dijelaskan kembali manfaat dan tujuan atas suatu dokumen kependudukan salah satunya tentang program Kartu Identitas Anak. Hal tersebut terjadi di dalam pencapaian *to secure understanding* dan *to establish acceptance*. Sedangkan untuk hambatan strategi komunikasi dalam sosialisasi program Kartu Identitas Anak memuat beragam aspek mulai

dari latar belakang masyarakat, perbedaan simbol/bahasa antara apa yang digunakan dengan yang diterima dan beragam kebudayaan dan kebiasaan yang dianut sehingga membuat kecenderungan yang terjadi antara Disdukcapil dan masyarakat.

Pengulangan pesan di dalam media sosial dan di dalam media cetak diberikan keterangan seperti manfaat dan tujuan KIA secara ringkas dan sederhana sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 2016 tentang Kartu Identitas Anak. Pentingnya pendataan, perlindungan, dan hak konstitusional bagi setiap anak harus dimanfaatkan dan diterapkan dengan baik sesuai aturan dan pelayanan publik yang mendukung manfaat tersebut.

Pemerintah harus menyediakan sarana prasarana yang memudahkan dalam pelaksanaan Kartu Identitas Anak agar masyarakat semakin sadar bahwasannya Kartu Identitas Anak ini penting bagi si Anak dengan memberikan pelayanan publik yang baik dan memudahkan sehingga masyarakat akan semakin sadar dan tertib dalam mengurus dan membuat dokumen Administrasi Kependudukan salah satunya Kartu Identitas Anak.

## Referensi

- BPS Kabupaten Bogor. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Bogor (Jiwa), 2020-2021*.  
<https://bogorkab.bps.go.id/indicator/12/115/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-bogor.html>
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O.U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Kirandita, P. (2017). *Menimbang Untung dan Urgensi Kartu Identitas Anak*. Tirto.Id.  
<https://tirto.id/menimbang-untung-dan-urgensi-kartu-identitas-anak-csiV>  
<https://kumparan.com/kumparanmom/5-alasan-kenapa-anak-anda-perlu-punya-kia-1rQcAiHXMKr>
- Rahardjo, M. (2012). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. disampaikan pada mata kuliah Metodologi Penelitian, Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ruslan, R. (2018). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Satori, D.K & Aan. (2011).. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.