

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN STRATEGY OF FAMILY PLANNING THROUGH CREATIVE KIE

(Case Study About the Campaign Family Planning Through Communication, Information, and Education Creative On Population And Family Planning Board (BKKBN) in West Java), Wawan Setiawan, 210320100013 Thesis

West Java is Indonesia's largest province whose population reaches 43 million people in 2010, increased sharply in the past 10 years. This means, at least one in five residents living in West Java Indonesia. To deal with the baby boom, especially in West Java Province, the National Population and Family Planning in West Java province trying to control the birth rate through Creative KIE program in a variety of activities.

Research by the method of this case study aims to determine how the public relations strategy BKKBN West Java IEC campaign for family planning through creative, by involving the community in various activities on the theme of family planning. Community participation in IEC activities Creative has the ultimate goal of understanding and public attitudes about the importance of family planning and increased pesrta KB.

Data collection techniques in-depth interviews conducted with resource persons comprising of policy makers and operational at the Office of BKKBN West Java which are competent in the handling of Advocacy and Creative KIE, observation and secondary data.

The results showed, that the Creative KIE activities conducted in all districts / cities in West Java, with various activities and displays the appropriate local cultural traits and abilities. Creative KIE allows all districts / cities create more freedom and creativity is growing from the bottom. As a result of family planning campaign through this Creative KIE West Java showed achievement by reaching the rank 2 as Indonesia in family planning programs.

Conclusions in this study is that the program can be used as a Creative KIE family planning campaign strategy with the participation of society at large.

ABSTRAK

STRATEGI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS KELUARGA BERENCANA MELALUI KIE KREATIF

**(Studi Kasus Tentang Kampanye Keluarga Berencana Melalui Komunikasi,
Informasi dan Edukasi (KIE) Kreatif Di Badan Kependudukan Dan
Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Propinsi Jawa Barat),
Wawan Setiawan, 210320100013, Tesis**

Jawa Barat merupakan propinsi terbesar di Indonesia yang penduduknya mencapai 43 juta orang tahun 2010, meningkat tajam dalam kurun waktu 10 tahun terakhir. Ini berarti, setidaknya satu dari lima orang penduduk Indonesia tinggal di Jawa Barat. Untuk menghadapi *baby booming* khususnya di Propinsi Jawa Barat, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional propinsi Jawa Barat berusaha mengendalikan angka kelahiran melalui program KIE Kreatif dalam berbagai kegiatan.

Penelitian dengan metode studi kasus ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi public relations BKKBN Jawa Barat mengkampanyekan keluarga berencana melalui KIE Kreatif, dengan mengikutsertakan masyarakat dalam berbagai kegiatan yang bertema keluarga berencana. Adanya partisipasi masyarakat dalam kegiatan KIE Kreatif ini mempunyai tujuan akhir adanya pemahaman dan sikap masyarakat akan pentingnya keluarga berencana dan meningkatnya peserta KB.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap nara sumber yang terdiri dari para pengambil kebijakan dan operasional di Kantor BKKBN Jawa Barat yang berwenang dalam penanganan Advokasi dan KIE Kreatif, observasi dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa kegiatan KIE Kreatif dilaksanakan di seluruh Kabupaten/kota di Jawa Barat, dengan berbagai kegiatan serta menampilkan ciri dan budaya setempat sesuai kemampuannya. KIE Kreatif ini memungkinkan semua kabupaten/kota berkreasi lebih bebas dan sifat kreativitas ini tumbuh dari bawah. Sebagai hasil dari kampanye keluarga berencana melalui KIE Kreatif ini Jawa Barat menunjukkan prestasi dengan mencapai rangking 2 se Indonesia dalam program keluarga berencana.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa program KIE Kreatif dapat digunakan sebagai strategi kampanye keluarga berencana dengan melibatkan partisipasi masyarakat secara luas.