

**KOMUNIKASI PERSUASIF DUTA GENRE PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENSOSIALISAKAN PENDEWASAAN USIA
PERKAWINAN(PUP) PADA REMAJA DI PROVINSI LAMPUNG**

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD RENALDI NOVERDIAN



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

KOMUNIKASI PERSUASIF DUTA GENRE PROVINSI LAMPUNG DALAM MENSOSIALISASIKAN PENDEWASAAN USIA PERKAWINAN (PUP) PADA REMAJA DI PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Muhammad Renaldi Noverdian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis komunikasi persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung pada program Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) pada remaja di Provinsi Lampung. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan efektifitas komunikasi persuasif dan mendeskripsikan teknik komunikasi persuasif yang digunakan Duta GenRe Provinsi Lampung. Penelitian dilakukan di Kantor Perwakilan BKKBN Provinsi Lampung. Pengambilan data ini dilakukan pada bulan April—Mei 2022. Informan penelitian ini terdiri dari 6 orang informan utama dan 3 informan pendukung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Duta GenRe pada program Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) melalui efektivitas komunikasi persuasive dan teknik komunikasi persuasif. (1) Karakteristik sumber atau menetapkan komunikator yakni kredibilitas, daya tarik dan keahlian. Karakteristik pesan berdasarkan aspek ekonomi, pendidikan, kependudukan, psikologi, kesehatan dan Karakteristik audiens yakni remaja di segmentasi usia yakni berani, beraksi dan berkalobarasi. (2) teknik komunikasi persuasif yang digunakan teknik tataan dan teknik integrasi yang sangat efektif untuk digunakan sosialisasi kepada masyarakat khususnya remaja.

Kata kunci : Duta GenRe, PUP, Komunikasi Persuasif

ABSTRACT

PERSUASIVE COMMUNICATION OF AMBASSADOR GENRE OF LAMPUNG PROVINCE IN SOCIALIZING MARRIAGE AGE ADOLESCENCE (PUP) TO ADOLESCENTS IN LAMPUNG PROVINCE

By

Muhammad Renaldi Noverdian

This study aims to explain and analyze the persuasive communication of GenRe Ambassadors of Lampung Province in the Marriage Age Maturity Program (PUP) for adolescents in Lampung Province. Research using descriptive qualitative method. This study aims to describe the effectiveness of persuasive communication and describe the persuasive communication techniques used by GenRe Ambassadors of Lampung Province. The research was conducted at the Lampung Province BKKBN Representative Office. This data was collected from April to May 2022. The informants for this study consisted of 6 main informants and 3 supporting informants.

The results showed that the persuasive communication carried out by GenRe Ambassadors in the Marriage Age Maturity (PUP) program through the effectiveness of persuasive communication and persuasive communication techniques. (1) Characteristics of the source or set of communicators namely credibility, attractiveness and expertise. Characteristics of messages based on economic, educational, demographic, psychological, health and audience characteristics, namely youth in the age segmentation, namely courage, action and collaboration. (2) persuasive communication techniques that use layout techniques and integration techniques that are very effective for socialization to the public, especially teenagers.

Keywords: *GenRe Ambassadors, PUP, Persuasive Communication*

**KOMUNIKASI PERSUASIF DUTA GENRE PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENSOSIALISASIKAN PENDEWASAAN USIA PERKAWINAN
(PUP) PADA REMAJA DI PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

MUHAMMAD RENALDI NOVERDIAN

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Sosial dan Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi

: **KOMUNIKASI PERSUASIF DUTA GENRE PROVINSI LAMPUNG DALAM MENSOSIALISASIKAN PENDEWASAAN USIA PERKAWINAN (PUP) PADA REMAJA DI PROVINSI LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Muhammad Renaldi Noverdian**

Nomor Pokok Mahasiswa

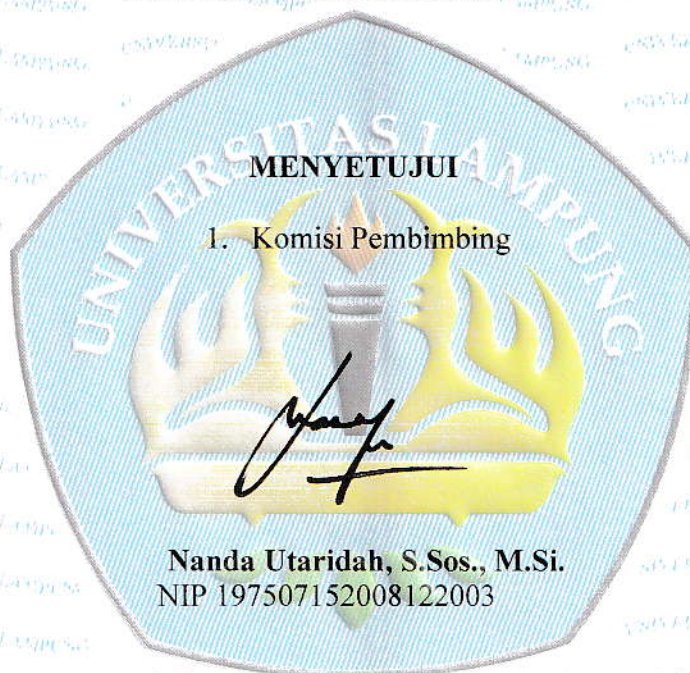
: **1716031084**

Program Studi

: **Ilmu Komunikasi**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si.
NIP 197507152008122003

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

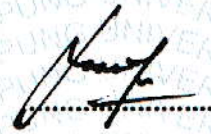
Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP 198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji


Ketua

: **Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama

: **Bangun Suharti, S.Sos., M.I.P.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 Desember 2022

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Renaldi Noverdian

NPM : 1716031084

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl Teuku Umar, Gg Banten No 63, Sidodadi, Kedaton, Bandar
Lampung

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Komunikasi Persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dalam Mensosialisasikan Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) pada Remaja di Provinsi Lampung** adalah benar – benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 15 Desember 2022



Muhammad Renaldi Noverdian
NPM.1716031084

RIWAYAT HIDUP



Segala puji hanya milik Allah SWT, Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, 28 November 1999. Penulis adalah anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Sutono Ahmad Ridwan dan Nely Wulantina Kesumayuda. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SDN 01 Gunung Sakti pada tahun 2011 dan pendidikan menengah pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMPN 2 Menggala. Pendidikan menengah atas di SMAN 2 Menggala diselesaikan pada tahun 2017. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung tahun 2017. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam organisasi dan kegiatan diantaranya, pada GenRe Provinsi Lampung, Saka Dirgantara Lampung dan UKM PIK R Raya Universitas Lampung. Selain itu peneliti juga pernah meraih penghargaan seperti Juara 1 Duta Mahasiswa GenRe Universitas Lampung tahun 2018. Penulis mengabdikan ilmu dan keahlian yang dimiliki kepada masyarakat dengan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten Tulang Bawang selama 40 hari. Penulis juga menerapkan hasil dari bangku kuliah pada Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Perwakilan BKKBN provinsi Lampung bidang sub Umum dan Humas pada periode Oktober hingga November 2020.

MOTTO

*Do Something today that your
future self will thank you for*

(Sean Patrick Flanery)

*Life is Journey to be
experienced, not a problem to
be solved*

(Pooh)

PERSEMBAHAN

Seiring dengan Puja, Puji serta ucapan Syukur kepada Allah SWT, atas segala kelancaran dan kemudahan serta nikmat sehat yang telah diberikan untuk menyelesaikan penelitian/skripsi ini.

Dengan seluruh rasa bangga penulis persembahkan karya ini untuk: Diriku Sendiri.

Kedua orang tuaku, Ayah Sutono Ahmad Ridawan dan Mama Nely Wulantina Kesumayuda.

Karya ini sebagai tanda baktiku, terimakasih atas segala yang kalian berikan, doa, kasih sayang, cinta kasih, pengorbanan, dan keikhlasannya. Ini hanyalah setitik balasan yang tidak bisa dibandingkan dengan berjuta-juta pengorbanan dan kasih sayang kalian yang tidak akan pernah berakhir.

Seluruh teman-temanku.

Terimakasih atas doa, dukungan, canda, tawa yang telah kita lewati bersama

Serta kepada almamaterku, Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillahirrabbi'alamiin, Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi yang Penulis selesaikan berjudul **“Komunikasi Persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dalam Mensosialisasikan Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) pada Remaja di Provinsi Lampung”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik moril maupun material. Oleh karenanya penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat-Nya yang luar biasa serta limpahan karunia dan rizkinya.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung, terimakasih atas kebaikan serta ilmu yang ibu ajarkan selama ini.
4. Bapak Toni Wijaya,S.Sos.,M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, terimakasih atas kebaikan serta keramahan Bapak selama ini.
5. Ibu Nanda Utaridah, S.Sos.,Msi, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan saya ilmu serta arahan dalam proses penyelesaian penelitian ini. Terimakasih atas segala kebaikan hati, keramahan, kesabaran, kemudahan, serta keihlasan yang Ibu berikan selama bimbingan ini.

6. Ibu Bangun Suharti, S.Sos.,M.IP, selaku Dosen Pembahas. Terimakasih banyak atas masukan, bantuan, kebaikan, serta saran yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Seluruh staff, dosen, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis.
8. Kedua orang tua tercinta, Ayah Tono dan Mama Nely yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, dukungan, perhatian serta semangat kepada Penulis dengan tidak pernah lelah mendidik Penulis untuk mencari ilmu, belajar, ibadah, dan berdo'a. *I love you till the end of time*
9. Kakak dan Adik tersayang, Ses Uwi, Kiyai Ibi, dan Abel. yang telah memotivasi dan kasih sayang selama ini.
10. *My Support System*, Sahabat terbaik sepanjang masa, Salwa, Gege, Femi, Ria, dan Rohim. Terimakasih selalu menemani dalam kehebohan, ketulusan, kekosongan, kegabutan, kehinaan selama ini. *The best Friends i ever have.*
11. Sahabat sahabat tersayang Gg Bantenku Adi, Ilham, Enjel, Bela, Ferdi, Tegar, Wika, Feri, Upi dan Ucup. Terimakasih banyak atas semua dukungan, waktu dan kenangan yang sudah kita lewati bersama di *Penthouse* kita. *Love u guys*
12. *Brothers and Sisters* smandagala Sela, Nara, Salsa, Shania, Wulan, Merisa, Dina, Dila, Uuk, Zulfa, Tri, Mya, Iqbal, Wahyuda, Reva, Daniel, Aldianza, Frengki, Wahyu, Ahmad, Edo, Rafi, Olan dan Robi. Terimakasih telah menjadi sahabat yang baik dan memberikan dukugan satu sama lain.
13. Temen-temanku ILKOM 17, Rin, Bombom, Raka, Dhandi, Niko, Amel, Gesy, Indah, Ayu, Ojan, Kelvin. Terimakasih untuk dukungan dan motivasi selama ini.
14. Temen-Temen GenReku, Kiki, Adit, Ario, Caca, Ari, Tebe, Nanad, Anita, Yuda, Medi, Dendi, Irvan, Novi, Jodi, Rosa, Mawar, Kak Zein, Kak Gus, Kak Aldi, Kak Imam, Kak Tiara, Kak Wowo, Kak Elsa dan Kak Septi. Terimakasih untuk buat kalian semua. *Nice to meet you guys*
15. Almamater tercinta dan seluruh pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyusun Skripsi ini.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Akhir kata besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung 15 Desember 2022
Penulis,

M Renaldi Noverdian

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iii
---------------------------	------------

DAFTAR GAMBAR	iv
----------------------------	-----------

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Berpikir	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Komunikasi Persuasif	14
2.2.1 Pengertian Komunikasi Persuasif.....	14
2.2.2 Prinsip-prinsip Komunikasi Persuasif	18
2.2.3 Efek Komunikasi Persuasif	19
2.2.4 Perencanaan Komunikasi Persuasif	21
2.2.5 Pentahapan Komunikasi Persuasif	22
2.3 Tinjauan Sosialisasi	24
2.3.1 Pengertian Sosialisasi	24
2.3.2 Tahapan Dalam Sosialisasi	24
2.3.3 Tujuan dan Manfaat Sosialisasi	25
2.4 Tinjauan Perkawinan	26
2.4.1 Pengertian Perkawinan	26
2.4.2 Tujuan Perkawinan	27
2.5 Tinjauan Pendewasaan Usia Perkawinan	28
2.5.1 Usia Minimal Perkawinan	28
2.5.2 Tujuan Pendewasaan Usia Perkawinan	29

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Fokus Penelitian	30
3.3 Informan Penelitian	31
3.4 Sumber Data	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Teknik Analisis Data	34

3.7 Teknik Keabsaan Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Objek Penelitian	37
4.2 Profil Informan	43
4.3 Efektivitas Komunikasi Persuasif	44
4.4 Teknik Komunikasi Persuasif	61
4.5 Pembahasan	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1 Identitas Informan Utama	43
Tabel 4.2 Identitas Informan Pendukung	43\
Tabel 4.3 Karakteristik Duta GenRe	51
Tabel 4.4 Kegiatan Duta GenRe Putra Provinsi Lampung 2022	51
Tabel 4.5 Kegiatan Duta GenRe Putri Provinsi Lampung 2022	52
Tabel 4.6 Kegiatan Duta GenRe Putra Provinsi Lampung 2022	52
Tabel 4.7 Kegiatan Duta GenRe Putri Provinsi Lampung 2022	53
Tabel 4.8 Karakteristik Pesan PUP	59
Tabel 4.9 Data Lokus Pro PN PKBR BKKBN Provinsi Lampung	61
Tabel 4.10 Ringkasan Uraian Komunikasi Persuasif.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3 Kerangka Pikir.....	11
Gambar 4.1 Logo BKKBN	37
Gambar 4.2 Struktur BKKBN Lampung	39
Gambar 4.3 Pamflet Pemilihan Duta GenRe Provinsi Lampung	42
Gambar 4.4 Timeline Pemilihan Duta GenRe Provinsi Lampung	42
Gambar 4.5 Pakaian Dinas Harian (PDH) Duta GenRe	46
Gambar 4.6 Pakaian Formal Duta GenRe	47
Gambar 4.7 Pembekalan <i>Public Speaking</i>	49
Gambar 4.8 Alur Mekanisme Sosialisasi PUP	62
Gambar 4.9 Berita Pernikahan Dini	65
Gambar 4.10 Metode Diskusi Peserta Sosialisasi	67
Gambar 4.11 GenRe <i>Educamp Chapter 3</i>	67
Gambar 4.12 <i>GenRe Goes To School</i>	68
Gambar 4.13 Leaflet Program PUP	71
Gambar 4.14 Konten PUP di Sosial Media	72
Gambar 4.15 Video Berencana Itu Keren	72
Gambar 4.16 Reward Duta GenRe Lampung	73
Gambar 4.17 Kegiatan PUP di Sosial Media.....	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 `Latar Belakang

Remaja memanglah rumit karena secara historis dalam lingkungan masyarakat dan akademisi maka remaja selalu dikaitkan dengan pemberontakan dan kenakalan (Lerner, 2005). Remaja dapat dikatakan rumit karena masih belum menemukan identitas didalam dirinya karena ia baru saja mengalami peralihan dari anak-anak menuju dewasa sehingga menimbulkan kebingungan yang akan menyebabkan remaja melakukan tindakan apapun yang juga dapat berakhir dengan tindakan yang salah atau yang biasa disebut dengan kenakalan remaja.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 ada enam jenis kenakalan remaja saat ini yaitu tawuran, mengonsumsi minuman keras, penyalahgunaan Napza, melakukan tindakan kriminal, kejahatan siber, melakukan seks pranikah. Masalah seks pranikah merupakan salah satu faktor utama terjadinya pernikahan dini pada remaja dan hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Anjarwati (2017) yang mengungkapkan bahwa meningkatnya pernikahan dini sebagian besar disebabkan oleh kehamilan yang tidak diinginkan oleh seks pranikah dimana hal tersebut mengarah pada meningkatnya tingkat perceraian.

Berdasarkan data UNFPA, sebanyak 33.000 anak perempuan di bawah usia 18 tahun akan dipaksa menikah di seluruh dunia yang biasanya dengan laki-laki yang jauh lebih tua. Di Indonesia sendiri, satu dari sembilan anak perempuan berusia 20-24 tahun sudah menikah sebelum mencapai usia 18 tahun. Saat ini, ada 1,2 juta kasus perkawinan anak yang menempatkan Indonesia di urutan ke-8 di dunia dari segi angka perkawinan anak secara global.

Berbagai kebijakan dan program penanggulangan pernikahan dini telah dilakukan namun, masalah ini masih banyak terjadi. Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik juga mencatat rata-rata perempuan berstatus kawin di Indonesia sebelum umur 18 tahun menurut provinsi tahun 2019 mencapai 10.82%. Dan di Provinsi Lampung sendiri angka pernikahan di usia anak mencapai 12,1% atau 1 dari 9 anak menikah di usia anak. Artinya angka pernikahan usia anak di Lampung melebihi rata-rata nasional. Usia kawin pertama yang tergolong masih terlalu muda tersebut beresiko secara kesehatan reproduksi, secara mental sosial dan juga secara ekonomi, karena tidak jarang belum mapan (BPS,2012:25).

Data profil kesehatan Indonesia (Kemenkes, 2018) menunjukkan bahwa angka kematian ibu pada tahun 2015 adalah 305 per 100.000 kelahiran hidup. Sedangkan target MDGs yang harus dicapai yaitu sebesar 102 per 100.000 kelahiran hidup pada tahun 2015. Berbagai upaya Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) dilakukan untuk mengatasi perbedaan yang sangat besar antara AKI dan AKB di Negara maju dan di Negara berkembang seperti Indonesia. (BKKBN et al. 2013). Salah satu resiko kematian ibu adalah kehamilan usia muda akibat pernikahan dini.

Angka kematian anak yang tinggi pada wanita yang melahirkan di umur yang sangat muda kemungkinan berhubungan dengan faktor biologis yang mengakibatkan terjadinya komplikasi selama kehamilan dan saat persalinan. Jarak kelahiran yang panjang (diatas 4 tahun) beresiko lebih rendah mengalami kematian (21 per 1.000) dibandingkan jarak kelahiran yang pendek (2 tahun) sebanyak 68 per 1.000 kelahiran. Berat badan bayi saat dilahirkan merupakan faktor penting untuk kelangsungan hidup si bayi. Dari hasil survey, dapat dikatakan bahwa bayi yang dilahirkan dengan berat badan sangat kecil mempunyai resiko 5 kali untuk mengalami kematian dibandingkan dengan bayi yang lahir dengan berat badan bayi rata rata atau besar (WHO & Unicef, 2004).

Menurut hasil penelitian (Kumaidi dan Amperaningsih 2015). Ada beberapa Dampak negatif dari pernikahan dini di Indonesia. Dampak tersebut adalah 56% remaja perempuan mengalami Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) meskipun tidak terlalu sering. Remaja tidak mampu mencapai pendidikan yang lebih tinggi karena hanya 5,6% remaja dengan pernikahan dini yang masih melanjutkan sekolah setelah kawin, serta risiko kematian ibu dan bayi sebesar 30%. Penelitian lain juga menyebutkan bahwa pernikahan usia dini berkaitan dengan kemiskinan dan mengakibatkan berkurangnya akses pendidikan pada perempuan (Delprato et al., 2015)

Kondisi yang fatal dan mengancam jiwa akan dialami oleh 14,2 juta anak perempuan di seluruh dunia yang menjadi pengantin anak setiap tahunnya selama periode 2011-2015. Perkawinan usia anak menyebabkan kehamilan dan persalinan dini, yang berhubungan dengan angka kematian yang tinggi dan keadaan tidak normal bagi ibu karena tubuh anak perempuan belum sepenuhnya matang untuk melahirkan. Anak perempuan usia 10-14 tahun memiliki risiko lima kali lebih besar untuk meninggal dalam kasus kehamilan dan persalinan daripada perempuan usia 20-24 tahun, dan secara global kematian yang disebabkan oleh kehamilan merupakan penyebab utama kematian anak perempuan usia 15- 19 tahun (BPS & Unicef, 2016).

Melihat dari kasus kasus yang terjadi tentu memerlukan metode komunikasi khusus yang tepat agar masyarakat mendapatkan edukasi yang tepat dan penanggulangan masalah pernikahan dini dapat tercapai. Pemerintah melalui BKKBN merupakan singkatan dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional yang bergerak pada bidang kependudukan dan perencanaan keluarga berencana yang bertanggung jawab langsung kepada presiden melalui intruksi Presiden No. 26 Tahun 1968. BKKBN merupakan program non-pemerintah yang memiliki program yang terfokus pada pengembangan kualitas penduduk, meningkatkan kualitas mutu sumber daya manusia dan kesehatan serta pada kesejahteraan sosial dan bertujuan menciptakan keluarga kecil, sehat, bahagia, sejahtera.

Melalui BKKBN dengan program utama yakni Bangga Kencana (Pembangunan Keluarga, Kependudukan, dan Keluarga Berencana) komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan sosial suatu proses penyampaian program dan pesan dari pemerintah kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberitahu, mengemukakan kebijakan, mengubah pandangan, atau mengubah sikap seseorang yang dilakukan baik langsung maupun tidak langsung, yang dilakukan terus menerus dari tahun ketahun dengan secara pribadi maupun kelompok.

Keterkaitan remaja dengan BKKBN sendiri karena BKKBN memandang remaja melalui 2 perspektif, pertama remaja sebagai subjek pembangunan negara maka harus dipersiapkan dengan matang agar menjadi remaja yang berkualitas, kedua remaja sebagai calon orang tua jadi harus dipersiapkan dalam merencanakan masa depannya agar nantinya membentuk keluarga yang berkualitas.

BKKBN dalam menjalankan fungsinya menanggulangi permasalahan remaja dan kependudukan memiliki sebuah program yang dibuat pada tahun 2010 yaitu Generasi Berencana selanjutnya disingkat GenRe. Program GenRe sendiri merupakan strategi BKKBN untuk mengatasi masalah pembangunan manusia khususnya remaja. Program ini berfokus pada pembinaan remaja-remaja Indonesia menjadi remaja visioner yang terhindar dari resiko Triad KRR (Seksualitas, HIV/AIDS, Napza) yang bertujuan mempersiapkan kehidupan berkeluarga bagi remaja agar tercapai tegar remaja sehingga ke depan dapat mewujudkan tegar keluarga demi terwujudnya keluarga kecil, bahagia dan sejahtera.

Dalam pengembangan program generasi berencana BKKBN melaksanakan pendekatan melalui 2 arah program yakni pembentukan Pusat Informasi Konseling Remaja (PIK R) dan Bina Keluarga Remaja (BKR). Pusat informasi Konseling merupakan wadah atau organisasi oleh dan untuk remaja dengan memberikan pemahaman terkait program GenRe dan pelayanan konseling terhadap teman sebaya sedangkan Bina Keluarga Remaja adalah wadah kegiatan keluarga yang memiliki remaja bertujuan untuk

meningkatkan keterampilan orang tua dalam membina tumbuh kembang remaja. Pendekatan terhadap remaja melalui PIK R dan pendekatan terhadap keluarga melalui BKR.

Berdasarkan hal tersebut maka pentingnya komunikasi yang tepat untuk dilakukan PIK R terhadap masyarakat khususnya remaja agar pemahaman tentang program GenRe lebih dapat menyentuh dan lebih dekat dengan remaja sehingga pada tahun 2011 dibentuklah Duta Generasi Berencana (GenRe) binaan dari BKKBN itu sendiri, Duta GenRe merupakan figur motivator bagi teman sebayanya agar mereka dapat menjadi remaja yang penuh perencanaan dan tentunya terhindar dari permasalahan permasalahan remaja. Alasan pembentukan Duta GenRe karena BKKBN menganggap remaja dapat lebih dekat dalam menjalin komunikasi, tempat berbagi cerita, memberikan nasihat dan memberikan solusi terbaik baik dengan sesama remaja dibandingkan dengan orang tuanya dirumah.

Tugas dari Duta GenRe adalah memberikan pemahaman atau sosialisasi terkait program GenRe kepada remaja yang berada dilingkungan masyarakat agar terciptanya generasi yang berencana yang sehat, cerdas, ceria. Dan diharapkan dapat melewati masa transisi remaja yakni perilaku hidup bersih dan sehat, melanjutkan pendidikan, mencari pekerjaan, merencanakan pernikahan, serta terjun kedalam masyarakat. Mekanisme pembentukan Duta GenRe di Provinsi Lampung yakni di adakannya pemilihan Duta GenRe setiap tahunnya dengan memiliki kriteria atau syarat yakni bergabung dalam PIK Remaja, Berusia 16-22 tahun, Belum menikah, dan bersedia mengabdikan menjadi Duta GenRe Selama 1 tahun.

Melalui Duta GenRe yang berlandaskan konsep dan fungsinya untuk membujuk yang bertujuan untuk mengubah sikap dan emosi sesuai dengan isi pesan dan program yang disampaikan melalui penyampaian pesan komunikasi persuasif. Dalam hal ini komunikasi persuasif sangat berguna untuk Duta GenRe dalam menjalin kedekatan dan menjalankan komunikasi kepada masyarakat, karena komunikasi persuasif bertujuan khusus dan terarah untuk mengubah perilaku komunikasi sebagai sasaran komunikasi. Komunikasi

persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk perubahan pada sikap dan tindakan (Mulyana, 2007). Secara umum artinya komunikasi persuasif memiliki tujuan untuk mempengaruhi atau mengubah pandangan, sikap dan perilaku komunikan yang memiliki efek kognitif, afektif dan konatif sesuai harapan yang diinginkan Duta GenRe terhadap masyarakat melalui kegiatan Duta GenRe.

Adapun permasalahan pernikahan dini resiko yang dapat timbul adalah Perceraian, melahirkan bayi prematur, bayi berpotensi stunting, ibu meninggal saat melahirkan, tingkat sosial dan ekonomi yang rendah (BKKBN:2013). Berdasarkan data menurut Badan Pusat Statistik yang dikeluarkan pada tahun 2022 tentang jumlah kasus perceraian di Provinsi Lampung.

Dengan adanya data-data resiko yang timbul ketika melakukan pernikahan yang ada di Provinsi Lampung , resiko yang terjadi dapat dikurangi jika adanya pemahaman tentang Pendewasaan Usia Perkawinan yang di singkat (PUP) dan menunda pernikahan sampai usia yang ideal menurut BKKBN. Dengan adanya kegiatan dari Duta GenRe, program genre yang tepat untuk menanggulangi permasalahan pernikahan dini dan resikonya adalah program Pendewasaan Usia Perkawinan, PUP adalah upaya untuk meningkatkan usia perkawinan pertama saat mencapai usia minimal 21 tahun bagi perempuan dan 25 tahun bagi laki laki. PUP bukan sekedar menunda perkawinan sampai usia tertentu saja, akan tetapi juga mengusahakan agar kehamilan pertama terjadi pada usia yang cukup dewasa.

Tujuan program PUP adalah memberikan pengertian dan kesadaran kepada remaja agar didalam merencanakan keluarga, mereka dapat mempertimbangkan berbagai aspek berkaitan dengan kehidupan berkeluarga, kesiapan fisik, mental, emosional, pendidikan, sosial, ekonomi, serta menentukan jumlah dan jarak kehamilan sebelelum menangsungkan pernikahan maupun setelah melangsungkan pernikahan.

Berdasarkan hasil prariset 18 April 2022 yang peneliti lakukan di BKKBN Provinsi Lampung dan Duta GenRe Provinsi Lampung, peneliti melakukan wawancara terkait peran Duta GenRe Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan program Pendewasaan Usia Perkawinan. Berdasarkan pernyataan Apsari Prameswari, S.Psi Koordinator Bina Ketahanan Remaja, peran Duta GenRe sendiri adalah sebagai *Spoke Person*, merupakan tolak ukur untuk mengetahui apakah program Pendewasaan Usia Perkawinan yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima dengan baik oleh masyarakat terutama remaja.

Dalam melangsungkan tugas tersebut tentunya di butuhkan komunikasi yang baik dan ide-ide kreatif agar informasi yang disampaikan diterima dan dipahami dengan menimbang kasus kenakalan remaja semakin meningkat maka Duta GenRe menggunakan metode komunikasi persuasif merupakan metode yang tepat pada pemberian informasi kepada remaja. Apsari Melati Prameswari S.Psi. Koordinator Bina Ketahanan Remaja menyatakan, setiap tahunnya Duta GenRe meningkatkan kegiatan-kegiatannya dengan lebih inovatif, kreatif, kekinian dan lebih memanfaatkan sosial media yakni *instagram*, *youtube*, dan *whatsapp* dalam penyebaran materi Pendewasaan Usia Perkawinan dengan cakupan yang lebih luas.

Peneliti juga melakukan prariset kepada seorang Duta GenRe Provinsi Lampung tahun 2021 yakni Cindy Novita Maharani, beliau merupakan pemenang ajang pemilihan Duta GenRe Provinsi Lampung pada tahun 2021, Cindy Novita menyatakan hal yang menjadi pendorong bagi Duta GenRe dalam melakukan kegiatan aktif dalam memberikan informasi pada remaja dengan metode komunikasi persuasif, diantaranya :

1. Aktif dalam memberikan informasi dan sosialisasi melalui penyuluhan, seminar, *roadshow*, dialog interaktif di radio dan tv.
2. Menyebarkan informasi menggunakan media cetak dan media sosial dalam penyampaian informasi program GenRe yakni melalui poster, majalah dinding, radio, televisi, website, *instagram*.

3. Mengadakan kegiatan-kegiatan yang menarik minat remaja seperti *educamp* dan perlombaan.

Sebagai salah satu Duta GenRe di Indonesia, Duta GenRe Provinsi Lampung memiliki tugas dan kewajiban sebagai salah satu *role model* bagi sebayanya yang telah aktif sejak 2011 dan berupaya melakukan kegiatan-kegiatan yang positif serta mendidik dalam mencegah perilaku buruk remaja di Provinsi Lampung. Sosialisasi merupakan kegiatan yang setiap tahunnya dilakukan oleh Duta GenRe dalam memberikan pengetahuan mengenai bagaimana cara menjadi remaja yang terencana sampai dengan bagaimana menata masa depan. Kegiatan ini pun dilakukan di seluruh kabupaten/kota di Provinsi Lampung dengan mengundang remaja yang berada di wilayah tersebut.

Duta GenRe juga bekerja sama dengan media-media yang ada di Provinsi Lampung untuk memberikan edukasi secara luas karena jika menggunakan media maka harapannya dapat menjangkau remaja yang lebih banyak lagi dan akan semakin banyak remaja yang akan mengerti dan memahami bagaimana menjadi remaja yang terencana. Cindy Novita Maharani menyatakan dengan adanya program-program Duta GenRe pada lingkungan remaja yang melakukan sosialisasi di lingkungan sekolah, perguruan tinggi, pesantren bahkan sampai pelosok desa, mengadakan kegiatan perlombaan yang mengasah kemampuan diri remaja sampai dengan pemberian informasi melalui radio dan televisi dinilai sangat penting dalam membantu memperoleh informasi dan ilmu yang cukup dan benar. Dengan melalui Duta GenRe diharapkan mengembangkan dalam penyiapan kehidupan berkeluarga bagi remaja melalui pemahaman mengenai Pendewasaan Usia Perkawinan sehingga remaja mampu melanjutkan pendidikan dengan sempurna dan terencana, berkarir serta menikah dengan penuh perencanaan.

Berawal dari pemaparan tersebut mengingat besarnya peranan komunikasi dalam pendekatan dan penyebaran informasi terkait Pendewasaan Usia Perkawinan menjadikan komunikasi menjadi aspek penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat khususnya remaja. Dengan demikian penulis berniat melakukan penelitian guna menganalisis bagaimana

komunikasi persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan program pendewasaan usia perkawinan pada remaja di Provinsi Lampung. Peneliti menganggap sangat penting untuk mengetahui tentang Pendewasaan Usia Perkawinan yang nantinya dapat menekan angka pernikahan dini di Provinsi Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya yang akan peneliti angkat adalah

1. Bagaimana perencanaan komunikasi persuasif GenRe Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan program Pendewasaan Usia Perkawinan?
2. Bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan Duta GenRe Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan program Pendewasaan Usia Perkawinan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan Perencanaan komunikasi persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan program Pendewasaan Usia Perkawinan
2. Mendeskripsikan teknik komunikasi persuasif yang digunakan Duta GenRe Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan program Pendewasaan Usia Perkawinan

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan kajian bidang ilmu komunikasi dan semoga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

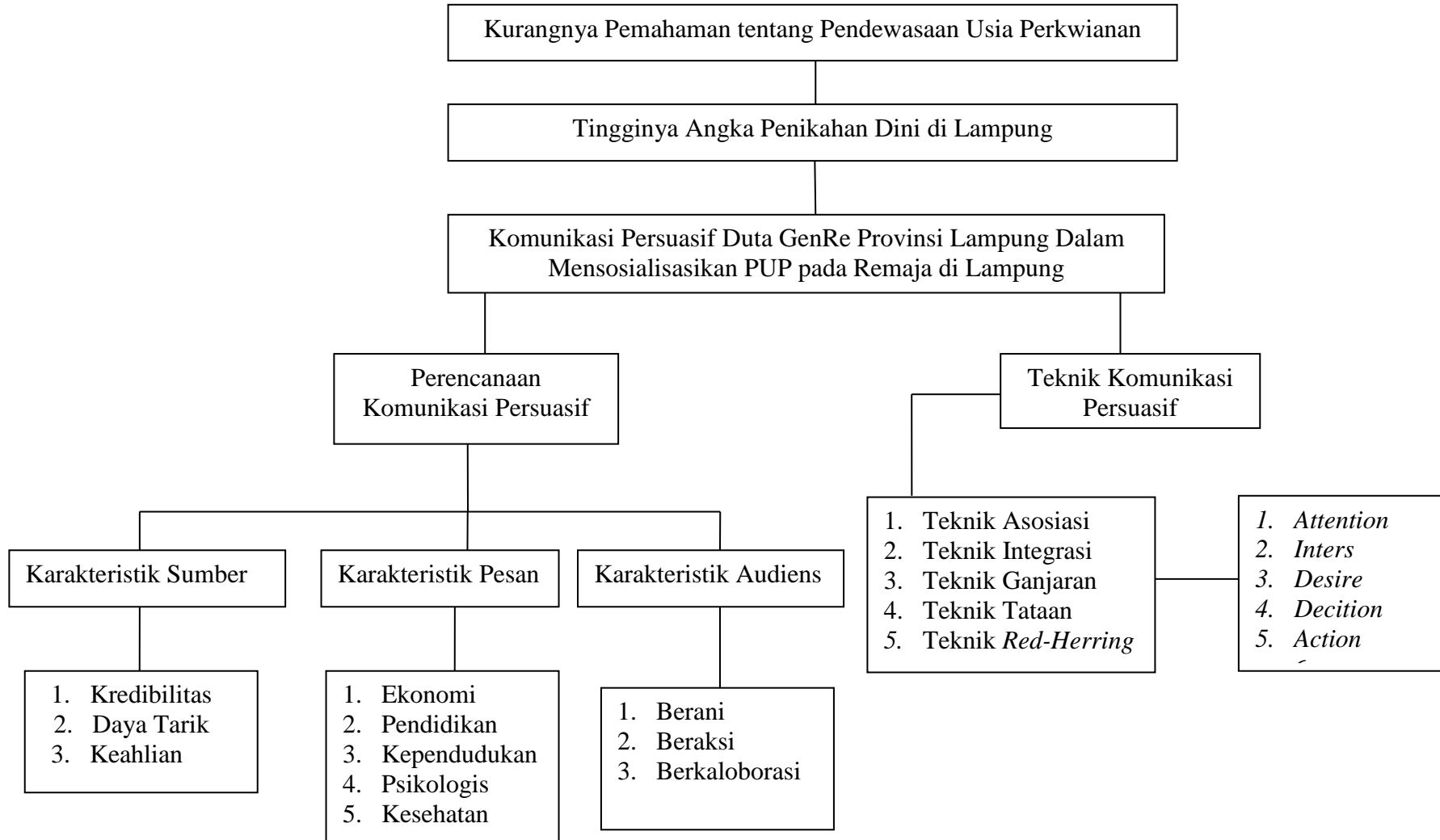
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi Duta Genre Provinsi Lampung dan memberikan pemahaman tentang Program Genre yaitu Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) bagi remaja

1.5 Kerangka Pikir

Komunikasi yang dilakukan Duta GenRe dengan menggunakan metode persuasif terhadap remaja di Provinsi Lampung. Kerangka pemikiran merupakan landasan dalam penjelasan teori yang digunakan dalam penelitian ini dan dihubungkan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti meneliti perencanaan komunikasi persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dilihat dari aspek karakteristik sumber yakni Duta GenRe Provinsi Lampung sebagai Komunikator, karakteristik pesan dari PUP sendiri yang dilihat dari aspek yang mempengaruhi kehidupan berkeluarga di masyarakat yakni ekonomi, pendidikan, kependudukan, psikologis, kesehatan dan karakteristik audiens yakni remaja yang dibagi dengan segmentasi usia.

Peneliti juga akan menggunakan teori Onong ughjana Efendy menjelaskan terdapat 5 teknik komunikasi yang dapat dilakukan Duta Genre Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan Pendewasaan Usia Perkawinan pada remaja di Provinsi Lampung. Teknik-teknik tersebut yakni Teknik Asosiasi, Teknik Integrasi, Teknik Ganjaran, Teknik Tataan, Teknik *Red-Herring*. Berhasilnya komunikasi persuasif yang dilakukan Duta GenRe diperlukan juga formula terhadap remaja di Provinsi Lampung dapat dijadikan landasan pelaksanaan yang disebut AIDDA yakni: *Attention* (Perhatian), *Inters* (Minat), *Desire* (Hasrat), *Decition* (Keputusan), *Action* (Kegiatan).

Gambar 1.1 Kerangka Pikir



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu karena memiliki unsur penting dalam melakukan sebuah penelitian. Dengan adanya penelitian terdahulu, maka peneliti dapat menjadikan penelitian terdahulu sebagai referensi dalam tahapan pengerjaan penelitian dan dapat memperkaya bahan kajian pada penelitian. Kegunaannya sebagai perbandingan dengan penelitian berikutnya sehingga dapat menghindari terjadinya kesalahan. Berikut adalah penelitian terdahulu yang dijadikan bahan referensi yang menunjang penulis agar melakukan penelitian terkait dengan penelitian ini:

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Perbedaan Penelitian	Kontribusi peneliti
1	Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Sosialisasi Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 Di Lingkungan Warga Palmerah Jakarta Barat.	Amalliah, Ria Yunita, Univeristas Bina Sarana Informatika (2020)	Perbedaan penelitian yang dilakukan Amalliah berfokus pada sosialisasi Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 Di Lingkungan Warga Palmerah Jakarta Barat, sedangkan peneliti berfokus pada sosialisasi Pendewasaan Usia Perkawinan pada remaja di Provinsi Lampung.	Memberikan masukan kepada penulis untuk mendapatkan informasi terkait sytrategi the meaning dan formula AIDDA untuk mendapatkan hasil komunikasi yang efektif
	Judul	Peneliti	Perbedaan Penelitian	Kontribusi Peneliti
2	Komunikasi Persuasif	Ira Irpandila,	Penelitian ini fokus pada sosialisasi rokok	Memberikan masuka pada

	Muhammadiyah Tobacco Control Center Yogyakarta Dalam Mensosialisasikan Bahaya Rokok Pada Remaja Di Kabupaten Bantul	Universitas Ahmad Dahlan (2019)	pada remaja di Kabupaten Bantul sedangkan peneliti berfokus pada sosialisasi Pendewasaan Usia Perkawinan pada remaja yang dilakukan oleh Duta GenRe Provinsi Lampung.	penulis tentang teori komunikasi persuasif yang dipakai agar dijadikan referensi
	Judul	Peneliti	Perbedaan Penelitian	Kontribusi Peneliti
3	Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor Dalam Penyuluhan Penyakit Kaki Gajah	Satya Candrasari, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis (2019)	Dalam judul penelitian ini, yang diteliti adalah Strategi komunikasi Dinas Kesehatan berupa penyuluhan mengenai penyakit gajah yang berbeda dengan judul yang akan diteliti oleh peneliti	Memberikan masukan kepada penulis mendapatkan informasi Dinas Kesehatan berupa penyuluhan penyakit kaki gajah

(Sumber : Olahan Peneliti)

Penelitian Pertama dilakukan oleh Amalliah (2020) dengan judul “ Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Sosialisasi Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 Di Lingkungan Warga Palmerah Jakarta Barat”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif Deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode strategi *The Meaning* dan formula AIDDA dan mendapatkan hasil yang efektif. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan Amalliah berfokus pada sosialisasi Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 Di Lingkungan Warga Palmerah Jakarta Barat, sedangkan peneliti berfokus pada sosialisasi Pendewasaan Usia Perkawinan pada remaja di Provinsi Lampung.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ira Irpandila (2019) dengan judul “Komunikasi Persuasif Muhammadiyah Tobacco Control Center Yogyakarta Dalam Mensosialisasikan Bahaya Rokok Pada Remaja Di Kabupaten Bantul”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini peneliti menggunakan metode Harold Laswell tetapi mendapatkan hasil yang kurang efektif. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan Ira

Irpandila Penelitian ini fokus pada sosialisasi rokok pada remaja di Kabupaten Bantul sedangkan peneliti berfokus pada sosialisasi Pendewasaan Usia Perkawinan pada remaja yang dilakukan oleh Duta GenRe Provinsi Lampung.

Penelitian ini dilakukan oleh Satya Candrasari (2019) dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor Dalam Penyuluhan Penyakit Gajah”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menghasilkan strategi yang digunakan dalam penyuluhan ini berupa pemberdayaan masyarakat, bina suasana, advokasi serta kemitraan dinilai tidak efektif karena kurangnya antusiasme masyarakat dan penggunaan media promosi. Adapun perbedaan penelitian yang diteliti adalah Strategi komunikasi Dinas Kesehatan berupa penyuluhan mengenai penyakit gajah yang berbeda dengan judul yang akan diteliti oleh peneliti yaitu strategi komunikasi persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dalam Mensosialisasikan Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP).

2.2. Komunikasi Persuasif

2.2.1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang mempunyai tujuan khusus dan terarah untuk mengubah perilaku komunikan sebagai sasaran komunikasi. Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk perubahan pada sikap dan tindakan (Mulyana, 2007 dalam Hendri, 2019). Definisi lainnya diungkapkan oleh Bettinghaus (2019) merupakan proses komunikasi atau kegiatan yang bersifat membujuk yang bertujuan untuk mengubah sikap dan emosi sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator yang terstruktur dan terencana.

Dari pengertian-pengertian diatas, maka komunikasi persuasif merupakan kegiatan yang dilakukan dengan pendekatan secara rasional maupun emosional. Persuasi yang dilakukan secara rasional berkaitan dengan pengetahuan yang ada pada seseorang dengan cara memberikan atau menyediakan berbagai informasi yang terkait sedangkan pendekatan

persuasi secara emosional mencakup aspek afeksi atau berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang yang dapat mengangkat aspek simpati dan empati seseorang.

Komunikasi persuasi idealnya dilakukan dengan tindakan yang halus dan mengandung sifat-sifat manusiawi sedangkan jauh berbeda dengan koersi yang cenderung lebih memaksa yang berupa perintah intruksi bahkan dapat sebuah ancaman yang bertujuan untuk mengubah pola perilaku dan sikap komunikasi. Dalam melakukan sebuah tindakan mempengaruhi dalam mengubah pola sikap dan perilaku, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan komunikasi persuasif, (Herdiyana Maulana 2020) yakni :

1. Kebutuhan
2. Keinginan (*wants dan desire*)
3. Dorongan dasar (*drive*)
4. Motivasi (*motivation*)

Definisi lainnya diungkapkan oleh (Suryana, 2014) sebagai berikut :

1. Persuader

Persuader adalah seseorang atau penyampai pesan yang selanjutnya disebut dengan komunikator dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi dengan memiliki tujuan dalam mengubah perilaku dan membujuk yang dilakukan dengan verbal maupun non verbal.

2. Persuadee

Persuadee adalah seseorang yang menjadi sasaran dalam penyampaian sebuah pesan atau yang disebut dengan komunikasi baik dilakukan dengan verbal maupun non verbal.

3. Persepsi Definisi

Dari persepsi adalah proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi. Persepsi juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala, proses belajar dan pengetahuan seseorang.

4. Pesan Persuasif

Pesan persuasif yang dipandang sebagai usaha sadar dalam mengubah pikiran dan tindakan dengan cara memanipulasi motif yang diarahkan pada tujuan yang telah dibuat atau ditetapkan (Littlejohn, 2005)

5. Saluran Persuasif

Saluran yang dapat diartikan sebagai alat atau sarana yang digunakan oleh komunikator atau persuader dalam menyampaikan pesan kepada komunikan.

6. Umpan Balik dan Efek

Umpan balik yang diartikan sebagai jawaban dan reaksi yang didapatkan dari komunikan atau isi pesan dari komunikan. Efek merupakan proses berubahnya perilaku, tindakan dan sikap dari komunikan sebagai respon dari pesan yang disampaikan oleh komunikator (Sastropotro, 2014).

Dalam penyampaian pesan kepada komunikan, adanya perencanaan komunikasi persuasif yang harus diperhatikan komunikator sebagai penyampai pesan agar dapat terjadinya efektifitas komunikasi persuasif, (Muhammad Febriansyah, 2021) yakni :

1. Karakteristik Sumber (Komunikator) Terdapat 3 (tiga) karakteristik sumber atau komunikator yang dapat berhasil dalam mempengaruhi komunikan :

1. Kredibilitas

Teori Kredibilitas Sumber (source credibility theory) adalah teori yang dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelley. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan lebih mudah dipersuasi jika sumber-sumber persuasinya cukup kredibel. Semakin kredibelnya sumber/ komunikator maka akan semakin mudah mempengaruhi cara pandang audiens/ komunikan. Seringkali seseorang akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya (Rakhmad, 2012). Dengan kata lain kredibilitas seseorang

mempunyai peranan yang penting dalam mempersuasi audiens untuk menentukan pandangannya.

Kredibilitas dari komunikator dapat menimbulkan kepercayaan komunikan atas komunikator yang juga komunikasi harus memenuhi dua faktor yakni keahlian (*expertise*) yang diartikan sebagai wawasan yang dimiliki oleh komunikator dan keterandalan (*trustworthiness*) yang memiliki makna sebagai niat yang dimiliki oleh komunikator tidak untuk kepentingan pribadi.

2. Daya tarik (*likability*)

Komunikator harus melakukan beberapa upaya seperti penampilan fisik yang menarik, pribadi yang menyenangkan, disukai atau memiliki kesamaan dengan audiens yang akan menarik komunikan.

3. Kekuasaan

Kekuasaan diartikan sebagai komunikator memiliki pengaruh besar terhadap komunikan secara personal yang akan langsung dapat memberikan ganjaran atau hukuman kepada komunikan yang tidak melakukan sesuai dengan kehendak.

2. Karakteristik Pesan

Karakteristik pesan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses persuasi karena jika pesan yang disampaikan komunikator memiliki kesamaan pandangan dengan komunikan maka pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima. Namun juga berlaku sebaliknya, jika pesan yang disampaikan tidak memiliki kesamaan pandangan dengan komunikan maka komunikan akan lebih sulit menerima apalagi untuk mengubah pola perilaku dan sikap.

3. Karakteristik Audiens

Tingkat intelegensi yang mempengaruhi dalam menerima sebuah pesan, maka jika tingkat intelegensi tinggi maka akan lebih mudah dalam menerima dan lebih baik dalam memahami isi pesan yang kompleks namun ada kemungkinan untuk tidak bersedia dalam menerima pengaruh pesan tersebut (Brigham,1991). Berlaku sebaliknya, seseorang dengan intelegensi yang cukup rendah akan terlihat lebih sulit dalam menerima dan memahami isi pesan tetapi akan lebih mudah dalam mempengaruhi. Selain faktor intelegensi, faktor dari usia juga dapat mempengaruhi dalam proses menerima pesan.

2.2.2 Prinsip-Prinsip Persuasif

Seperti yang dijelaskan Littlejohn dan Jasubeh (1987) yang dikutip oleh Devito bahwa, keberhasilan dalam mengukuhkan atau mengubah sikap atau kepercayaan dan dalam mengajak pendengar untuk berbuat sesuatu akan bergantung pada pemanfaatan prinsip-prinsip persuasif. Empat prinsip persuasive yang utama adalah :

1. Prinsip Pemaparan Selektif

Para pendengar (seluruh khalayak) mengikuti “hukum pemaparan selektif” hukum ini setidaknya memiliki dua bagian.

- a. Pendengar akan selalu aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan, dan perilaku mereka.
- b. Pendengar akan selalu aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai, dan perilaku mereka sekarang.

2. Prinsip Partisipasi Khalayak

Persuasi akan sangat berhasil bila khalayak berpartisipasi secara aktif dalam presentasi. Implikasinya, persuasi adalah proses transaksional. Proses ini melibatkan baik pembicara maupun pendengar.

3. Prinsip Inokulasi

Persis seperti menyuntikan sejumlah kecil kuman dalam tubuh yang akan membuat tubuh mampu membangun sistem kekebalan, menyajikan kontra-argumen dan kemudian menjelaskan kelemahannya akan memungkinkan khalayakengebalkan diri mereka sendiri terhadap kemungkinan serangan atas nilai dan kepercayaan mereka.

4. Prinsip Besaran Perubahan

Makin besar dan makin penting perubahan yang ingin dihasilkan atas diri khalayak, makin sukar tugasnya. Manusia berubah secara berangsur. Persuasi, karenanya, paling efektif bila diarahkan untuk melakukan perubahan kecil dan dilakukan untuk periode waktu yang cukup lama.

2.2.3 Efek Komunikasi Persuasif

Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri *persuade* sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku. Macam macam efek komunikasi persuasif :

a. Efek Kognitif

Efek ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dimengerti oleh komunikan tentang isi pesan yang diterimanya. Pemahaman tersebut didahului kegiatan berfikir tentang pesan.

b. Efek Afektif

Efek ini merupakan pengaruh berupa perubahan sikap komunikan setelah menerima pesan. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjangnya yaitu perhatian, pengertian

dan penerimaan. Pada tahap atau aspek ini pula komunikan dengan pengertian dan pemikirnya terhadap pesan yang diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan. Dalam komunikasi persuasif, efek ini dapat diketahui melalui sikap yang diberikan komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

c. Efek Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk yang berkenaan dengan pola tingkah laku komunikan dalam merealisasikan pesan yang diterima dalam kehidupan sehari-hari, efek ini dapat diterima dan dilaksanakan oleh komunikan. Namun jika dalam komunikasinya tersebut belum mampu diterima oleh komunikan maka komunikasi tersebut dinyatakan belum berhasil. Dengan kata lain dalam proses komunikasi yang dilakukan mengalami hambatan-hambatan.

Djen Amar menjelaskan bahwa faktor-faktor penghambat dan merugikan dalam komunikasi sehingga penyampaian pesannya terganggu baik komunikator maupun komunikan, yaitu:

- a. Faktor Motivasi. Motivasi seseorang atau suatu kelompok dapat mempengaruhi opini. Kepentingan seseorang atau kelompok akan mendorong orang atau kelompok itu untuk bertaubat dan bersikap sesuai dengan kebutuhannya. Komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasi akan mendapatkan kesulitan-kesulitan.
- b. Faktor Prasangka atau Prejudice. Bila seseorang telah dihindangi perasaan prasangka dan bersikap curiga terhadap orang lain sehingga terjadi penilaian yang tidak objektif. Ini akan mempersulit komunikasi untuk mencapai hasil yang diinginkannya.
- c. Faktor Semantik. Adanya kata-kata yang mempunyai arti tidak sama antara komunikator dan komunikan akan mengkaburkan makna komunikasi itu sendiri dan menimbulkan salah pengertian.

- d. Faktor Kegaduhan. Suara gaduh ini dapat dibuat dengan sengaja. Kegaduhan yang disengaja dengan tujuan mengganggu proses komunikasi. Kegaduhan yang tidak disengaja yaitu adanya gangguan yang terjadi secara tiba-tiba dari suatu kondisi atau benda lain jatuh dengan sendirinya.

2.2.4 Perencanaan Komunikasi Persuasif

Agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen poses komunikasi sebagaimana diutarakannya di muka, seperti : Komunikator, pesan, media dan komunikan. Apabila semua komponen tersebut sudah ditetapkan, maka tahapan selanjutnya adalah menata pesan.

Onong uchjana Efendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi* menjelaskan terdapat 5 teknik komunikasi persuasif yang dapat dipilih. Teknik-teknik tersebut adalah :

- a. Teknik Asosiasi
Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara mengumpamakannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.
- b. Teknik Integrasi
Teknik integrasi adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan.
- c. Teknik Ganjaran
Teknik ganjaran adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan.
- d. Teknik Tataan
Teknik tataan adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa. Sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.

e. Teknik *Red-Herring*

Teknik *Red-Herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkan sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak.

2.2.6 Pentahapan Komunikast Persuasif

Berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Dalam komunikasi ada sebuah formula yang dapat dijadikan landasan pelaksanaan yang disebut AIDDA formula ini dikemukakan oleh Onong Uchjana Efendy yakni:

- a. *Attention* (Perhatian) yang dimaksud disini adalah khalayak dapat memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator secara sengaja, karena ia berkeinginan untuk mendengarkannya.
- b. *Inters* (Minat) : Pada tahap ini kita berusaha agar khalayak menyetujui gagasan yang kita kemukakan atau memahami pokok yang kita sampaikan.
- c. *Desire* (Hasrat) : Pada tahap ini, dalam diri khalayak timbul keinginan untuk melakukan perubahan dan berusaha untuk merealisasikannya.
- d. *Decition* (Keputusan) : Pada tahap ini, khalayak dapat menentukan tindakan yang akan diambilnya.
- e. *Action* (Kegiatan) : ialah merumuskan tahapan visualisai dalam bentuk sikap dan keyakinan tertentu, atau tindakan yang nyata.

Dalam menarik perhatian, minat, hasrat, keputusan, dan kegiatan. Duta GenRe Provinsi Lampung melaksanakan kegiatan mengikuti model remaja saat ini. Raymond S. Ross menganjurkan sistem penyusunan pesan sebagai berikut:

1. Perhatian: Timbulkan perhatian sehingga khalayak memiliki perasaan yang sama tentang masalah yang dihadapi.
2. Kebutuhan: bangkitkan minat dan terangkan perlunya masalah tersebut dengan menghubungkannya pada kebutuhan pribadi dan daya tarik motif.
3. Rencana: jelaskan pemecahan masalah tersebut dengan melihat pengamalan masa lalu, pengetahuan dan kepribadian khalayak.
4. Keberatan: kemukakan keberatan-keberatan, kontra argumentasi atau pemecahan lainnya.
5. Penegasan Kembali: bila arah tindakan yang diusulkan telah terbukti dengan baik, tegaskan kembali pesan tersebut dengan ikhtisar, tinjauan singkat, kata-kata pengingat dan visualisasi.
6. Tindakan: tunjukkan secara jelas tindakan yang harus mereka lakukan.

Komunikasi persuasif dimulai dengan upaya membangkitkan perhatian Masyarakat. upaya ini dilakukan tidak hanya bicara dengan kata-kata yang merangsang, tetapi juga dengan penampilan ketika mengahadapi khalayak. Wilbur Schram Mengemukakan “Persuasif menghendaki efek yang baik, maka dalam pendekatan apa yang disebut dengan – procedure atau proses attention to attention to action, artinya tindakan-tindakan persuasif akan dapat menghasilkan hasil yang memuaskan jika komunikator berusaha membangkitkan perhatian (Attention) komunikasi terlebih dahulu dengan usaha-usaha komunikator. Jika perhatian komunikator telah berhasil didapatkan, maka komunikator baru dapat berusaha menggerakkan komunikan untuk berbuat (Action) sesuai dengan harapan komunikator”.

Berdasarkan formula AIDDA itu, peneliti dapat menjelaskan bahwa komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Apabila perhatian sudah berhasil terbangkitkan, menyusul upaya menumbuhkan minat Upaya ini dilakukan dengan mengutarakan hal-hal yang menyangkut kepentingan komunikan. Tahap berikutnya adalah memunculkan hasrat pada komunikan dengan ajakan bujukan atau rayuan

komunikator Sehingga pada tahap berikutnya komunikasi mengambil Keputusan untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan.

2.3. Tinjauan Sosialisasi

2.3.1. Pengertian Sosialisasi

Definisi mengenai sosialisasi banyak diungkapkan oleh ahli. Salah satu ahli yang mengungkapkan definisi sosialisasi adalah David A Goslin (2013) mengungkapkan bahwa sosialisasi merupakan kegiatan dan proses belajar seseorang dalam mendapatkan pengetahuan, keterampilan, nilai dan norma yang akan ia bawa sebagai anggota dalam kelompok masyarakat. Pengertian sosialisasi lainnya diungkapkan oleh Maclever, (2013) merupakan proses dalam mempelajari norma, nilai, serta peran yang akan memungkinkan untuk berpartisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial. Berdasarkan definisi-definisi yang diungkapkan oleh beberapa ahli, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sosialisasi merupakan tahap interaksi seseorang yang dilakukan sejak lahir didalam lingkungan masyarakat berdasarkan norma dan nilai yang berlaku.

2.3.2. Tahapan Dalam Sosialisasi

Di dalam proses sosialisasi, seseorang akan lebih mudah dalam proses interaksi dan memahami kondisi dan situasi sekitar hingga dapat mengambil keputusan dalam bertindak dengan tepat. Untuk dapat melakukan adaptasi tersebut maka seseorang akan melakukan beberapa tahap sosialisasi yang diungkapkan oleh (Lawang, 2013), yakni:

1. Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer merupakan tahap penting bagi perkembangan kehidupan setiap manusia karena pada tahap sosialisasi primer dilakukan pada masih anak-anak yang merupakan tahap awal dalam menjadi anggota masyarakat. Pada tahap ini yang menentukan bagaimana seseorang akan berinteraksi dan juga akan mendapatkan pembelajaran mengenai budaya keluarga, aturan, agama dan lain-lain

yang akan dibawa oleh sang anak kepada lingkungan masyarakat yang lebih luas.

2. Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder merupakan tahapan lanjutan bagi seseorang dalam pembelajaran adaptasi karena pada tahap ini seseorang akan mengenali lingkungan diluar lingkungan keluarga yang memiliki perbedaan-perbedaan baik dalam agama, aturan, dan penerapan nilai yang akan membuat paksa dalam menerima dan membuat sang anak menentukan sikap yang akan ia ambil di dalam kehidupan bermasyarakat.

2.3.3. Tujuan dan Manfaat Sosialisasi

Dalam hidup bermasyarakat, penting bagi seseorang untuk mengenali dan memahami bagaimana cara sosialisasi yang baik agar dapat hidup dengan aman serta tentram. Oleh sebab itu, terdapat tujuan dari sosialisasi yang diungkapkan oleh Sastraprateja (2011) bahwa sosialisasi bertujuan sebagai proses sosial yakni dalam mendidik masyarakat dalam mengenal, memahami dan menghargai norma dan nilai yang berlaku agar pola pikir yang ada di masyarakat dapat berubah sehingga kebiasaan-kebiasaan buruk dan menyimpang juga dapat berubah sehingga dapat mengetahui cara-cara yang benar. Selain itu, dengan adanya sosialisasi maka setiap orang akan memahami peran dan status yang dimiliki dan dapat dijalankan dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat. Dengan begitu, maka nilai dan norma serta kepercayaan yang dipegang oleh setiap orang akan dijaga oleh setiap anggota masyarakat.

Selain memiliki tujuan, sosialisasi juga memiliki manfaat yang didapatkan oleh setiap anggota masyarakat sebagai individu yang mana berfungsi untuk pedoman dan acuan dalam proses belajar mengenal dan dapat menyesuaikan dengan keadaan pada lingkungan baik nilai, norma dan struktursosial yang terdapat pada lingkungan tersebut. Dan juga, memiliki manfaat bagi masyarakat yakni sebagai alat di dalam penyebaran, melestarikan dan mewariskan nilai, norma serta kepercayaan yang terdapat di dalam masyarakat.

2.4. Tinjauan Perkawinan

2.4.1. Pengertian Perkawinan

Perkawinan adalah perjanjian yang dilakukan oleh dua orang dengan ikrar di dalam ijab dan qabul yang menghadap kepada penghulu dan disaksikan oleh dua orang saksi serta wali dari mempelai wanita atau isteri. Definisi lainnya diungkapkan oleh (KHI) mengungkapkan bahwa perkawinan menurut hukum islam merupakan pernikahan yakni akad yang terbilang sangat kuat dalam wujud untuk mentaati perintah Allah.

Definisi dari perkawinan di dalam perundang-undangan terdapat UU Nomor 1 Tahun 1974 menyatakan bahwa perkawinan adalah ikatan lahir batin antara seorang laki-laki sebagai suami dan seorang wanita sebagai isteri yang memiliki tujuan untuk membentuk keluarga (rumah tangga) yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Perkawinan bukan hanya tentang menyatunya dua insan tetapi perkawinan merupakan wujud erat hubungan dengan agama sehingga perkawinan bukan hanya tentang hubungan lahir tetapi juga berhubungan dengan batin.

Perkawinan bukan hanya tentang hubungan lahir dan batin kedua belah pihak tetapi juga memerlukan kesiapan yang matang yang juga berhubungan dengan usia seseorang yang ingin melakukan perkawinan. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 yang terdapat pada Pasal 7 ayat (1) menyatakan bahwa perkawinan hanya diizinkan apabila jika pria sudah mencapai umur 19 tahun dan wanita sudah mencapai 16 tahun, adanya pergantian undang undang tentang batas minimal perkawinan di indonesia pada tahun 2019 yakni 19 tahun untuk pria dan wanita. Selain itu, menurut BKKBN usia idel menikal bagi laki-laki pada usia 25 tahun dan wanita pada usia 21 tahun yang bertujuan untuk menekan angka pernikahan dini, hamil diluar nikah, dan permasalahan yang berkaitan dengan kesehatan, pendidikan, ekonomi dan sosial.

Berdasarkan definisi-definisi mengenai perkawinan yang diungkapkan oleh berbagai instansi formal negara Indonesia dapat ditarik kesimpulan, bahwa perkawinan merupakan hubungan lahir dan batin laki-laki dan perempuan yang dilakukan dengan sah. Perkawinaan yang dilakukan oleh pasangan laki laki dan perempuan dengan mempertimbangkan kesiapan-kesiapan agar dapat membina keluarga dan membangun rumah tangga yang aman, nyaman, dan tentram.

2.4.2. Tujuan Perkawinan

Tujuan perkawinan juga terdapat pada pasal 1 dalam Undang- Undang Nomor 1 Tahun 1974 menyatakan bahwa tujuan dari perkawinan sebagai sepasang suami istri merupakan untuk membentuk keluarga atau rumah tangga yang kekal dan bahagia berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Selain itu, tujuan dari perkawinan juga diatur dalam pasal 3 dalam KHI yang mengungkapkan bahwa perkawinan bertujuan untuk mewujudkan rumah tangga yang sakinah, mawaddah warahmah. Dalam mewujudkan tujuan, untuk itu perlunya kerjasama antara suami dan istri dengan saling membantu dan saling melengkapi agar dapat mengembangkan dan mencapai kesejahteraan spiritual dan material. Selanjutnya, tujuan dari perkawinan juga dinyatakan oleh (Soemiyati, 1986) , yakni :

1. Untuk memperoleh keturunan yang sah.
2. Memenuhi tuntutan hajat kemanusiaan.
3. Menjaga manusia dari kejahatan dan kerusakan.
4. Membentuk serta mengatur rumah tangga yang menjadi basis pertama dalam masyarakat yang besar diatas dasar cinta dan kasih sayang.
5. Mewujudkan aktivitas dalam berusaha untuk mencari rezeki yang halal dalam pemenuhan kebutuhan rumah tangga dan memperbesar rasa tanggung jawab.

2.5. Tinjauan Pendewasaan Usia Perkawinan

2.5.1. Usia Minimal Perkawinan

Fenomena nikah muda di Indonesia sangat memprihatinkan karena laki-laki maupun perempuan tidak memperhatikan dan mempertimbangkan usia dan kesiapan sebelum menikah dalam mencegah resiko yang akan didapatkan jika menikah sebelum batas usia minimal menikah. Diketahui bahwa batas usia minimal laki-laki dan perempuan dalam melakukan perkawinan yang dikeluarkan oleh berbagai instansi hukum terkait tidak sama. Usia batas minimal tersebut dikeluarkan sebagai usia yang telah dianggap matang dan siap dalam melakukan perkawinan dan dalam hal ini seseorang dapat dikatakan siap apabila telah dewasa dalam usia karena mengingat perkawinan adalah perbuatan hukum dan hal yang berkaitan dengan hukum tentunya adalah orang dewasa.

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pada Pasal 330 yang berbunyi “Yang belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap 21 (dua puluh satu) tahun dan tidak kawin sebelumnya. Menurut Kompilasi Hukum Islam pada Pasal 98 ayat (1) menyatakan bahwa “Batas umur anak yang mampu berdiri sendiri adalah 21 tahun, sepanjang anak tersebut tidak bercacat fisik maupun mental atau belum pernah melangsungkan perkawinan.

Dengan adanya uraian diatas mengenai usia dewasa yang dinyatakan dengan tegas bahwa usia dewasa minimal pada usia 21 tahun yang dianggap usia yang telah cakap pada hukum. Namun, dapat dilihat bahwa pada Undang-Undang Perkawinan Nomor 1 Tahun 1974 yang menyebutkan batas usia minimal seseorang melakukan perkawinan pada usia 19 tahun sedangkan pada usia dewasa yang disebutkan oleh Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pada Pasal 330 menyebutkan bahwa usia dewasa dinyatakan pada 21 tahun baik bagi laki-laki maupun perempuan.

2.5.2. Tujuan Pendewasaan Usia Perkawinan

Pendewasaan Usia Perkawinan adalah upaya yang dilakukan dalam meningkatkan usia pada perkawinan pertama agar saat terjadi kehamilan pertama bagi perempuan tidak terjadi pada perempuan yang masih anak-anak dan belum dewasa.

Tujuan dari Program Pendewasaan Usia Perkawinan ini memberikan pengertian dan kesadaran kepada remaja agar dalam merencanakan keluarga, serta mempertimbangkan berbagai aspek yang berkaitan dengan kehidupan berkeluarga (BKKBN,2013) antara lain:

1. Aspek Kependudukan
2. Aspek Pendidikan
3. Aspek Ekonomi
4. Aspek Psikologi
5. Aspek Kesehatan

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif lebih ditujukan untuk mencapai pemahaman mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus dari pada mendeskripsikan bagian permukaan sari sampel besar pada sebuah populasi (Herdiansyah, 2012:7) dengan metode riset lapangan (field research). Oleh karena itu data-data dalam penelitian ini dikumpulkan berdasarkan hasil wawancara dan observasi secara langsung dan tidak langsung. Observasi secara langsung dilakukan dengan mewajibkan penulis agar dapat terjun langsung ke lapangan sehingga dapat menggali informasi dan data yang ditemukan dilapangan secara langsung dan lebih objektif. Sedangkan observasi tidak langsung dilakukan dengan menggali informasi akun instagram BKKBN Lampung, GenRe Lampung, dan arsip Duta GenRe Provinsi Lampung.

3.2. Fokus Penelitian

Fokus peneliti dalam penelitian ini yaitu menganalisis Komunikasi Persuasif Duta Genre Provinsi Lampung dalam Mensosialisasikan Pendewasaan Usia Perkawinan Pada Remaja Di Provinsi Lampung yang berfokus pada pemahaman program PUP. Peneliti akan menganalisis berdasarkan landasan tinjauan pustaka di bab 2. Terkait perencanaan komunikasi persuasif agar efektif yang dilakukan Duta GenRe Provinsi Lampung dalam menentukan karakteristik sumber yakni Duta GenRe dan BKKBN sebagai komunikator yang di lihat dari aspek kredibilitas, daya tarik, dan keahlian. Karakteristik pesan yaitu Program Pendewasaan Usia Perkawinan berdasarkan aspek yang

berdampak pada kehidupan berkuarga yakni aspek ekonomi, pendidikan, kependudukan, psikologis, kesehatan, dan Karakteristik audiens yakni remaja yang berada di Provinsi Lampung yang dibagi menjadi segementasi usia, yakni berani, beraksi, berkolaborasi.

Peneliti juga menganalisis teknik komunikasi manakah berdasarkan 5 teknik komunikasi persuasif yang dikemukakan Onong uchjana Efendy yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, teknik red-herring yang digunakan Duta GenRe Provinsi Lampung dan yang paling efektif untuk digunakan dengan melihat pula keberhasilan teori AIDDA di setiap teknik komunikasi persuasif.

3.3. Informan Penelitian

Informan menurut Moleong ialah orang-orang yang ada pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran, atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya (Moleong 2004: 248)

Informan dalam penelitian merupakan informan yang juga memiliki hubungan dan keterkaitan dan memiliki peran yang penting dalam permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini sehingga pada proses wawancara mendalam yang akan dilakukan maka akan mendapatkan informasi yang dibutuhkan yang terkait permasalahan pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti membagi informan terpilih menjadi dua, yakni :

1. Informan utama, yakni orang yang memiliki pengetahuan dan memiliki peran yang dapat memberikan informasi-informasi pokok yang diperlukan terkait permasalahan penelitian.
2. Informan pendukung, yakni orang yang memiliki pengetahuan tambahan untuk peneliti berdasarkan permasalahan pada penelitian.

Dari penjelasan diatas, maka peneliti dapat menentukan informan dengan menggunakan teknik sampling purposif yang merupakan teknik penentuan informan dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2008).

Informan-informan yang terdapat pada penelitian ini merupakan individu yang dapat mewakili dalam memberikan informasi terkait strategi komunikasi persuasif Duta GenRe dalam mensosialisasikan PUP pada remaja di Provinsi Lampung. Maka dari itu, di dalam penelitian ini terdapat beberapa informan, yakni :

1. Informan utama, berjumlah enam orang :
 - a. Kepala Perwakilan BKKBN Provinsi Lampung
 - b. Sub Koordinator Bina Ketahanan Remaja BKKBN Provinsi Lampung
 - c. Duta GenRe Putra Provinsi Lampung 2021
 - d. Duta GenRe Putri Provinsi Lampung 2021
 - e. Duta GenRe Putra Provinsi Lampung 2022
 - f. Duta GenRe Putri Provinsi Lampung 2022
2. Informan Pendukung berjumlah satu orang yakni :
 - a. Peserta Sosialisasi Pendewasaan Usia Perkawinan

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memilih Kepala Perwakilan BKKBN Provinsi Lampung dan Sub Koordinator Bina Ketahanan Remaja karena mereka yang membuat kebijakan dan program Pendewasaan Usia Perkawinan. Tugas dari Sub Koordinator itu sendiri menjadi mengkoordinir dan membina Duta GenRe Provinsi Lampung karena Duta GenRe yang membantu jalannya program kerja yang mereka buat.

Duta GenRe 2021 merupakan tahun banyaknya diadakannya sosialisasi langsung kepada masyarakat khususnya remaja dan merupakan angkatan yang juga memiliki pengalaman sosialisasi menggunakan media yang terbilang cukup sering dan juga masuk dalam kategori fokus penelitian. Duta GenRe 2022 merupakan Duta GenRe yang baru terpilih dan memiliki kewajiban

selama 1 tahun kedepan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat dan membawa nama Provinsi Lampung ketingkat nasional.

3.4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu data primer dan data sekunder masing masing penjelasan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti langsung saat observasi lapangan, dengan wawancara langsung kepada beberapa informan di Duta GenRe yang bertujuan guna mengetahui penerapan strategi komunikasi persuasif dalam sosialisasi mengenai PUP kepada remaja di Provinsi Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah diperoleh peneliti dalam bentuk jadi untuk menguatkan data primer berupa publikasi , literatur, dan internet sebagai pendukung penelitian ini.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan tiga metode, yakni :

1. Teknik Wawancara

Metode wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*systematic interview*) pengumpulan data berbentuk pengajuan pertanyaan secara lisan dengan narasumber berkaitan pada strategis proses komunikasi yang dilakukan kepada masyarakat khususnya remaja. Dalam penelitian ini, penelitian melakukan kegiatan wawancara secara mendalam yang dilakukan dengan beberapa informan yang memiliki kriteria yang sesuai dan melalui pertimbangan di dalam penelitian Duta GenRe. Wawancara mendalam dilakukan dengan bertatap muka secara langsung yang dilakukan dengan bertanya secara langsung menggunakan tape *recorder* yang digunakan sebagai alat yang dapat membantu dalam

merekam kegiatan dan juga dapat dilakukan dengan teks atau pesan dan telepon.

2. Teknik Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data yang tidak hanya diukur melalui sikap dari responden tetapi juga dapat berupa fenomena yang terjadi. Teknik ini dilakukan agar dapat mempelajari perilaku manusia. Peneliti melakukan metode observasi non partisipan dalam pengumpulan data melalui pengamatan subyek penelitian yang dalam hal ini adalah Duta GenRe dalam mensosialisasikan PUP pada remaja di Provinsi Lampung.

3. Teknik Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan beberapa dokumen dalam memperoleh informasi tambahan yang dapat berupa buku, surat kabar, notulensi rapat, agenda serta dokumen-dokumen lainnya yang dapat berhubungan dengan objek penelitian yakni strategi komunikasi persuasif oleh Duta GenRe.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Singarimbun (1989), adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Mengartikan analisis data sebagai kegiatan mengelompokkan, membuat suatu ukuran, memanipulasi, serta mengangkat data sehingga mudah untuk dibaca.

Setelah semua data diolah, data kemudian disusun sedemikian rupa sehingga memudahkan analisisnya. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dan data dianalisa melalui alur serta dilakukan bersamaan dengan jalannya penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif ada tiga tahapan (Moleong, 2005), yaitu :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan penelitian, lalu data dikelompokkan sesuai masalah sehingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan dievaluasi/diverifikasi.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Setelah data dikumpulkan maka data disajikan. Penyajian data dibuat untuk memberikan deskripsi mengenai data yang telah dikumpulkan dan memudahkan untuk pengambilan keputusan. *Display data* atau penyajian data yang lazim digunakan pada langkah ini adalah dalam bentuk teks naratif.

3. Verifikasi

Pada penelitian kualitatif, peneliti berusaha menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperoleh dari lapangan, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur dari fenomena dan proposisi, atau dengan kata lain verifikasi data dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian dilakukan. Selama melakukan penelitian, peneliti mencari pola, perbedaan, dan persamaan, yang selanjutnya akan ditarik kesimpulan dan penjelasan atas objek peneliti yang dianalisis.

3.7. Teknik Keabsahan Data

.Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan derajat kepercayaan (*credibility*) sebagai teknik keabsahan data. Derajat Kepercayaan (*credibility*) berfungsi dalam mencapai tujuan penelitian atau pencapaian dan mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh penerili. Kriteria derajat kepercayaan menurut Moleong yaitu:

a. Triangulasi

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya

peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan teknik pengumpulan data dan sumber data (Sugiyono, 2016). Triangulasi data peneliti menggunakan berbagai jenis sumber data dan bukti dari situasi yang berbeda. Ada sub sumber, teknik dan waktu.

- 1) Sumber, data-data dikumpulkan dari informan orang yang berbeda melakukan aktivitas yang sama.
- 2) Teknik, mengecek dan dikumpulkan dengan teknik berbeda misalnya dengan wawancara lalu dicek dengan observasi atau dokumentasi.
- 3) Waktu, data data dikumpulkan pada waktu yang berbeda.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan secara mendalam mengenai “Komunikasi Persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dalam Mensosialisasikan Program Pendewasaan Usia Perkawinan pada Remaja di Provinsi Lampung”, dapat disimpulkan bahwa :

1. Perencanaan komunikasi persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dalam menyosialisasikan program Pendewasaan Usia Perkawinan meliputi karakteristik sumber yakni menetapkan komunikator berdasarkan aspek kredibilitas, daya tarik dan keahlian. Dalam penyampaian pesan PUP komunikator berlandaskan Karakteristik pesan yang dipertimbangkan dalam beberapa aspek yang mempengaruhi dalam berkehidupan berkeluarga sesuai dengan tujuan program PUP yakni ekonomi, pendidikan, kependudukan, psikologi, kesehatan dan Karakteristik audiens atau sasaran dari program PUP yakni remaja yang dibagi dalam beberapa segmentasi usia yakni berani, beraksi dan berkalobarasi dengan pemanfaatan Peran PIK R dan BKR dalam pelaksanaan sosialisasi secara langsung.
2. Duta GenRe Provinsi Lampung menggunakan teknik komunikasi persuasif berupa teknik komunikasi persuasif tersebut antara lain teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-herring* dalam menyosialisasikan program Pendewasaan Usia Perkawinan. Berdasarkan teori AIDDA yang dilakukan teknik tataan dan teknik integrasi efektif untuk dilakukan kepada masyarakat khususnya remaja.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data yang diperoleh pada penelitian mengenai strategi komunikasi persuasif Duta GenRe Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan program Pendewasaan Usia Perkawinan kepada remaja di Provinsi Lampung, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Kepada BKKBN Lampung dapat menjangkau masyarakat lebih luas lagi bukan hanya remaja yang ada di sekolah maupun universitas saja, tetapi di pelosok Provinsi Lampung agar target yang diharapkan dapat terwujud.
2. Kepada Duta GenRe dalam melakukan sosialisasi harus adanya pengawasan sikap dan tindakan bukan hanya kognitif saja, dan lebih ditingkatkan lagi sosialisasi di sosial media karena akan menjadi sarana yang tepat, perbanyak konten infografis yang menarik secara visual untuk dibaca dan konten kreatif yang dapat menarik pengikut untuk memberi *feedback* berupa komentar sehingga timbul kedekatan. Kemudian, memperbanyak fitur Instagram *story* dalam memberi informasi setiap harinya
3. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian yang sama diharapkan dapat lebih mengembangkan variabelnya tidak hanya teknik komunikasi persuasif PUP saja, namun bisa terkait efektifitasnya, evaluasi, dan lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N. N., & Nasionalita, K. (2018). Pengaruh Sosialisasi Terhadap Pengetahuan Pelajar Mengenai HOAX. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5.
- Aini, N. (2016). Strategi Komunikasi Satlantas Polres Penjam Paser Utara Dalam Mensosialisasikan Tertib Lalu Lintas Untuk Menekan Tingkat Kecelakaan Tahun 2015. *Jurnal Komunikasi*, 08-22.
- Badan Pusat Statistik (2012). *Angka Kelahiran Pada Perempuan Umur 15-19*
- Bappenas (2013). *Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035*, dipetik 29 April
- Candrasari, S., & Naning, S. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor Dalam Penyuluhan Penyakit Kaki Gajah. *Kalbisocio (Jurnal Bisnis dan Komunikasi)*, 15-20.
- Christiani, Astried Eka dkk "Peran Komunikasi Persuasif Human Resources Development Hotel Best Western Premier Solo Baru Dalam Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia", *Transformasi*, 01, no. 34 (2014).
- Dheandra, C. B. (2020). *Proses Komunikasi Persuasif Forum Komunikasi Winongo Asri Mengenai Manajemen Sampah dan Ruang Terbuka Hijau Melalui Pelatihan Kepada Warga Desa Kricak*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Diastu, K. (2013). *Teknik Komunikasi Persuasif untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas X Program Keahlian Administrasi Perkantoran di SMK Muhammadiyah 2 Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Hanana, A., Elian, N., & Marta, R. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 34-46.
- Hasugian, J. (2005). Analisis Sitiran terhadap Disertasi Program Doktor (S3) Ilmu Kedokteran Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera

Utara. *Pustaka*,1-11.

Merdeka.com.(2013,September19).5 *Kisah Tragis Pacaran Anak SMA Yang Kebablasan*.Dipetik May 20 ,2021,dari MERDEKA.COM:
<https://www.merdeka.com/peristiwa/5-kisah-tragis-pacaran-anak-sma->

Natalia,I.W.(2016).Strategi Komunikasi Perwakilan BKKBN Provinsi Jawa Timur dalam Mensosialisasikan Pemahaman Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP) Kepada Remaja Menuju Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera. *Jurnal Jejaring Administrasi Publik*,8.

Novi Wahyu.P.(2018).*Komunikasi Persuasif Dalam Kesehatan Lingkungan di Desa Rejeni Krembung Sidoarjo*.Skripsi.Surabaya: IAIN Sunan Ampel

Nurca yani.P.L.(2016).*Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang* Palembang:UIN Raden Fatah

Nurhayani,N.(2016).*Pengaruh Penerapan Komunikasi Persuasif Terhadap Kinerja Pegawaidi Kantor Dinas Kependudukan Catatan Sipil Kota Makassar* (Doct oraldissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003).

Rangkuti,Freddy.(2005).*Analisis SWOT:Teknik Membedah Kasus*.Jakarta: PT.Gramedia

Tahu Menurut Provinsi, dipetik 03 Maret 2021 dari BPS : yang-kebablasan.html?page=3

Zaenuri, ahmad “*Teknik Komunikasi Persuasif dalam Pengajaran*”, JALIE : Journal of Applied Linguistics and Islamic Education, 01, no. 01 (2017).

<https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Transformasi/article/download/2740/2451>) *Indonesia 20-10-2035.pdf* 2021

<http://ejournal.inkafa.ac.id/index.php/jalie-inkafa/article/viewFile/83/59>.

<http://ejournal.inkafa.ac.id/index.php/jalie-inkafa/article/viewFile/83/59>

https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data/0000/data/1353/sdgs

https://www.bappenas.go.id/files/5413/9148/4109/Proyeksi_Penduduk_5/1