

## **Analisis Implementasi Kebijakan Promosi Program Pembangunan Keluarga, Kependudukan dan Keluarga Berencana (Bangga Kencana) Melalui Media Online Terhadap Pengetahuan Remaja di Kota Banda Aceh**

**Efiyanti (1), Sri Indarti (2), Lina Warlina (3)**

(1) Program Magister Ilmu Administrasi, Konsentrasi Administrasi Publik, Universitas Terbuka, Indonesia

(2) Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia

(3) Universitas Terbuka, Indonesia

Email Korespondensi: [efiyantimnur@gmail.com](mailto:efiyantimnur@gmail.com)

**Abstrak:** Program Pembangunan Keluarga Kependudukan dan Keluarga Berencana (Bangga Kencana) adalah program Pemerintah yang diamanatkan melalui UU nomor 52 tahun 2009 tentang Kependudukan dan Pembangunan Keluarga. BKKBN Aceh melakukan promosi Bangga Kencana, namun, sampai saat ini pemahaman masyarakat terutama pengetahuan remaja terhadap program Bangga Kencana dirasa masih sangat kurang. Penelitian ini berfokus pada implementasi kebijakan promosi program Bangga Kencana melalui media online pada remaja. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Van Meter and Horn, tentang faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan informan remaja SMA dan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk indikator ukuran dasar dan tujuan kebijakan promosi berperan melakukan komunikasi yang dibutuhkan publik dalam merubah mindset kawula muda dalam merencanakan masa depannya (pendidikan, pekerjaan dan kehidupan rumah tangga) meningkatkan kepedulian dan pemahaman remaja tentang isu-isu kependudukan, pendewasaan usia perkawinan, kesehatan reproduksi. Sumber kebijakan promosi online program ini dilakukan oleh 7 orang tenaga pokok dan dibantu oleh 82 pegawai BKKBN. Faktor sosial dan politik mempengaruhi program Bangga Kencana. Secara sosial remaja yang hampir semuanya memiliki HP, mendukung memberikan peluang implementasi Bangga Kencana secara online. Sisi lain, pemahaman remaja pada Bangga Kencana masih terbatas, sehingga minat dan akses remaja pada Bangga Kencana belum maksimal. Kondisi politik mendukung promosi Bangga Kencana. Kondisi lingkungan sosial, ekonomi, dan politik sangat mempengaruhi, apabila kondisi tidak kondusif dapat menimbulkan masalah dari kegagalan kinerja implementasi kebijakan perlu adanya partisipasi dari berbagai pihak, baik pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan didukung oleh sikap para pelaksana sesuai dengan SOP pelaksanaan yang berlaku karena standar nya suatu kebijakan diukur sejauh mana perencanaan hingga keterlibatan berbagai pihak yang kompeten dari awal perumusan kebijakan itu hingga pada tahap evaluasi kebijakan.

**Kata kunci;** Banda Aceh, BKKBN Aceh, Bangga Kencana

**Abstract:** The Family Population and Family Planning Development Program (Bangga Kencana) is a government program mandated through Law number 52 of 2009 concerning Population and Family Development. The Aceh BKKBN has promoted the Proud Kencana program, however, until now the public's understanding, especially the youth's knowledge of the Proud Kencana program, is still lacking. This study focuses on the implementation of the policy of promoting the Proud Kencana program through online media for adolescents. The theory used in this research is the theory of Van Meter and Horn, about the factors that influence policy implementation. This research is a qualitative research, with high school youth and college students as informants. The results of the study indicate that the indicators of basic measures and the objectives of promotion policies play a role in communicating what the public needs in changing the mindset of young people in planning their future (education, work and married life) increasing awareness and understanding of adolescents about population issues, maturing age at marriage, reproduction health. The source of this program's online promotion policy is carried out by 7 main staff and assisted by 82 BKKBN employees. Social and political factors influence the Proud Kencana program. Socially, almost all of them have cellphones, they support providing opportunities for the implementation of Proud Kencana online. On the other hand, the understanding of teenagers in Bangga Kencana is still limited, so that the interest and access of teenagers in Bangga Kencana is not maximized. Political conditions support the promotion of Proud Kencana Social,



*economic, and political environmental conditions greatly affect, if conditions are not conducive it can cause problems from the failure of policy implementation performance. The implementer is in accordance with the applicable implementation SOP because the standard of a policy is measured by the extent of planning to the involvement of various competent parties from the beginning of policy formulation to the policy evaluation stage.*

**Keywords:** Banda Aceh, BKKBN Aceh, Proud To be Golden.

**Informasi Artikel:** Disubmit: 2022-05-26; Direvisi 2022-06-16; Disetujui: 2022-06-30

## PENDAHULUAN

Program Pembangunan Keluarga Kependudukan dan Keluarga Berencana (Bangga Kencana) sebagai program dasar pembangunan yang berbasis keluarga menjadikan keluarga sebagai sasaran utama. Keluarga merupakan unit terkecil dalam masyarakat yang dibentuk berdasarkan atas perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan hidup yang layak, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki hubungan yang serasi, selaras dan seimbang antar anggota dan antara keluarga dengan masyarakat dan lingkungannya. Salah satu syarat yang harus dikembangkan dalam keluarga untuk menjadi bahagia dan sejahtera adalah setiap keluarga harus mampu menghayati, memiliki dan berperan dalam delapan fungsi keluarga agar menjadi keluarga berkualitas (Fachrisa et al., 2020). Program Bangga Kencana di tingkat Kabupaten/Kota memang menjadi kewenangan daerah bahkan menjadi urusan wajib sesuai dengan amanat UU No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Oleh sebab itu, daerah memiliki keleluasaan untuk mengembangkan program Bangga Kencana ini agar lebih berhasil dan bermanfaat bagi orang banyak. Keberhasilan program Bangga Kencana ini dapat dilihat dari 3 aspek: pertama, dari aspek pengendalian kuantitas penduduk, kedua, dari aspek peningkatan kualitas penduduk yang dalam hal ini diukur dengan peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarganya. Ketiga, peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarga dapat ditelusur melalui berbagai indikator yang merupakan pencerminan dari pelaksanaan 8 fungsi keluarga sebagaimana tercantum dalam Peraturan Pemerintah No 87 Tahun 2014 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, Keluarga Berencana dan Sistem Informasi Keluarga. Dalam PP tersebut disebutkan bahwa 8 fungsi keluarga meliputi: (1) fungsi keagamaan, (2) fungsi sosial budaya, (3) fungsi cinta kasih, (4) fungsi perlindungan, (5) fungsi reproduksi, (6) fungsi sosialisasi dan pendidikan, (7) fungsi ekonomi dan (8) fungsi pembinaan lingkungan.

Untuk mempengaruhi perilaku pemilih, terkadang strategi kampanye dilakukan dengan melalui pengumpulan massa atau mendatangi langsung (*face to face*). Dapat pula melalui media seperti baliho, poster, bendera, dan pamflet atau dengan menggunakan media massa, baik cetak, seperti surat kabar, majalah, maupun media elektronik seperti radio, televisi, dan juga media internet. Internet sebagai hasil dari teknologi komunikasi dan informasi, saat ini telah dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia (Irfan et al., 2018). Namun demikian, meskipun menjadi kewenangan daerah, dalam pelaksanaannya, arah program Bangga Kencana tetap dibawah kebijakan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Pusat. Sebagai Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertanggung jawab terhadap keberhasilan program Bangga Kencana secara nasional. Sehingga semua daerah diharapkan dapat saling bersinergi dalam mencapai keberhasilan program Bangga Kencana secara umum.

Undang-undang Nomor 52 Tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga dijelaskan bahwa BKKBN memiliki tugas melaksanakan Pengendalian Penduduk dan menyelenggarakan Keluarga Berencana. Berdasarkan pasal 56 ayat (2) BKKBN memiliki 6 (enam) fungsi diantaranya BKKBN memiliki fungsi dalam perumusan kebijakan nasional. Oleh karenanya BKKBN menyusun Rencana Strategis (Renstra) BKKBN 2020-2024, sebagai panduan bagi Pemerintah Kabupaten/Kota agar tidak salah arah atau kurang mendukung kebijakan nasional dalam pengendalian penduduk dan pembangunan keluarga. Renstra BKKBN Tahun 2020-2024 dimaksudkan sebagai dokumen perencanaan dan acuan penganggaran Program Bangga Kencana yang harus diikuti oleh Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota (Bartini & Mediastuti, 2017).

Program Pembangunan Keluarga Kependudukan dan Keluarga Berencana (Bangga Kencana) adalah program Pemerintah yang diamanatkan melalui UU nomor 52 tahun 2009 tentang Kependudukan dan Pembangunan Keluarga. Badan Kependudukan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) adalah Lembaga Non Departemen yang mempunyai kewajiban menjalankan program Bangga Kencana. Penyampaian program Bangga Kencana kepada masyarakat di tingkat Provinsi sampai seterusnya ke lapangan menjadi tanggung jawab Perwakilan BKKBN Provinsi bersama mitra kerja diantaranya adalah Organisasi Perangkat Daerah Keluarga Berencana (OPDKB) Kabupaten/Kota. Keluarnya UU nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Perwakilan BKKBN Aceh mendapat pengalihan status ASN Penyuluh Keluarga Berencana (PKB) ASN sebanyak 575 orang dan 205 PLKB Relawan. Salah satu tugas PKB/PLKB adalah untuk melaksanakan promosi program dan KIE program Bangga Kencana. Namun sampai saat ini pemahaman masyarakat terhadap program Bangga



This work is licensed under a  
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Kencana dirasa masih sangat kurang, terutama remaja. Kurangnya informasi ini disebabkan beberapa hal diantaranya adalah akibat dari penyerahan kewenangan Program KB kepada pemerintah daerah Kab/ Kota pada tahun 2003, kurangnya kualitas penyuluh lapangan, kurangnya promosi dan lainnya. Masalah lain yang mempengaruhi adalah media informasi yang selama ini digunakan seperti radio, televisi, koran, *leaflet*/brosur, baliho, spanduk dan mural/lukisan dinding yang tidak begitu besar efeknya terhadap pemahaman masyarakat tentang Program Bangga Kencana karena kuantitas dan kualitasnya yang rendah. Persentase remaja umur 10-24 tahun berdasarkan jumlah istilah kependudukan yang diketahui di provinsi Aceh pada tahun 2019, persentase remaja belum kawin usia 10-24 tahun menurut jenis kelamin, dan persentase remaja umur 10-24 tahun yang mengetahui istilah kependudukan menurut provinsi dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1. Persentase Remaja Provinsi Aceh**

**Tabel** persentase remaja umur 10-24 tahun berdasarkan jumlah istilah kependudukan yang diketahui menurut provinsi

Provinsi	Mengetahui sedikitnya 1 istilah kependudukan	Mengetahui sedikitnya 2 istilah kependudukan	Mengetahui sedikitnya 3 istilah kependudukan	Mengetahui sedikitnya 4 istilah kependudukan	Mengetahui sedikitnya 5 istilah kependudukan	Mengetahui sedikitnya 6 istilah kependudukan	Mengetahui sedikitnya 7 istilah kependudukan	Mengetahui sedikitnya 13 istilah kependudukan	Mengetahui semua (14) istilah kependudukan	Tidak mengetahui istilah kependudukan	Jumlah remaja
Aceh	92,0	88,0	84,2	77,1	70,9	63,7	54,5	10,5	5,8	8,0	784

Sumber: SKAP 2019-Remaja, diolah 2022

**Tabel** persentase remaja belum kawin usia 10-24 tahun menurut jenis kelamin, pernah mendengar informasi tentang genre dan provinsi

Provinsi	Laki-laki			Jumlah remaja	Perempuan			Jumlah remaja	Laki-laki dan perempuan			Jumlah remaja
	Pernah mendengar/melihat/membaca informasi berkaitan genre				Pernah mendengar/melihat/membaca informasi berkaitan genre				Pernah mendengar/melihat/membaca informasi berkaitan genre			
	Ya, pernah	Tidak	Jumlah		Ya, pernah	Tidak	Jumlah		Ya, pernah	Tidak	Jumlah	
Aceh	6,51	93,49	100	397	12,13	87,87	100	387	9,28	90,72	100	84

Sumber: SKAP 2019-Remaja, diolah 2022

**Tabel** persentase remaja umur 10-24 tahun yang mengetahui istilah kependudukan menurut provinsi

Provinsi	Istilah kependudukan														Jumlah remaja	
	Ledakan penduduk	Migrasi	Transmigrasi	Urbanisasi	Kelahiran fertilitas	Kemati an metalitas	Kesakit an metalitas	Penga nguran	Ketenag akerjaan	Kerusak an lingkungan	kemisk iman	Krisis energi	Krisis moral	demigr asi		Tidak pernah satupun
Aceh	36,9	68,3	64,7	54,1	26,6	25,6	24,3	73,6	76,9	69,9	82,9	41,8	34,5	8,8	8,0	784

Sumber: SKAP 2019-Remaja, diolah 2022

Tabel 1. menunjukkan remaja yang berumur 10-24 tahun memiliki persentase yang berbeda-beda, pada posisi pertama menunjukkan angka 784 yang mengetahui istilah 1 sampai dengan istilah 14 mengenai kependudukan. Selanjutnya ada juga remaja umur 10-24 tahun yang dilihat jenis kelaminnya ada sebanyak 84, maka dapat dijelaskan bahwa kategori remaja itu berkisaran pada umur 10-24 tahun. Tercapainya langkah strategis BKKBN pada program Bangga Kencana tentunya harus disosialisasikan tidak hanya sebatas kepada orang dewasa dan orang tua melainkan juga melibatkan remaja. Karena remaja juga harus diberikan pemahaman pengetahuan tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga, keluarga berencana dan sistem informasi keluarga secara dini. Karena hal ini bisa mewujudkan keluarga untuk menjadi bahagia dan sejahtera dan keluarga berkualitas. Selama ini program Bangga Kencana melakukan sosialisasi maupun promosi hanya sifatnya terbatas pada beberapa kalangan saja, karena terbatasnya para penyuluh dilapangan, sehingga tidak semua program bisa terakses secara luas.

Program Bangga Kencana merupakan bagian dari kebijakan publik yang memberikan dampak maupun manfaat bagi kepentingan umum maupun publik yang berkaitan pengendalian kuantitas penduduk, peningkatan kualitas penduduk, dan peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarga. Secara kontekstual persoalan kependudukan merupakan persoalan negara, daerah maupun persoalan publik. Dapat dikatakan kependudukan merupakan persoalan publik, karena kependudukan merupakan persoalan orang banyak (Susanti, 2015) BKKBN Aceh melakukan sosialisasi Bangga Kencana yang tujuan masyarakat supaya faham apa program BKKBN yang menyangkut Bangga Kencana bukan hanya yang dipahaminya untuk pengendalian penduduk masih terfokus pada program KB, masyarakat masih banyak yang berasumsi yaitu tentang kontrasepsi dan jumlah anak. Padahal program Bangga Kencana menyangkut tidak saja tentang kontrasepsi tetapi juga masalah kependudukan dan pembangunan keluarga.

Bicara soal pembangunan keluarga, ada beberapa program yaitu program Bina Keluarga Balita (BKB), Bina Keluarga Lansia (BKL), Bina Keluarga Remaja (BKR) melalui program Generasi Berencana (GenRe). Program-program inilah yang akan mengokohkan keluarga menjadi keluarga berkualitas dan tangguh. Jelasnya lagi mulai dari perencanaan untuk berumah tangga, memiliki anak, perkembangan dan pertumbuhan anak dari mulai masi dalam kandungan hingga tumbuh menjadi remaja dengan mengedepankan pendidikan agama dalam keluarga. Secara tidak langsung pemahaman Bangga Kencana perlu juga disosialisasikan maupun promosi kepada tingkat remaja yang berpendidikan. Tujuannya supaya remaja tidak tabu lagi mengenai pengendalian penduduk bukan hanya dipahami masalah bagaimana menggunakan KB dan fungsinya. Melainkan siswa diberi pahaman



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

yang benar mengenai program Bangga Kencana selain pengendalian penduduk ada juga yang berkaitan dengan pembangunan. Artinya penguatan Sumber Daya Manusia juga yang dilakukan.

Selama program Bangga Kencana yang dijalankan di Kota Banda masih jauh dari harapan, karena masih kurangnya promosi melalui media online. Pada dasarnya media online sekarang adalah salah satu strategi penting dalam penyampaian program kebijakan publik, misalnya di Kota Banda Aceh pada umumnya remaja sangat melek dunia informasi dan teknologi, tentunya kebijakan Perwakilan BKKBN Aceh menggunakan strategi untuk memberikan pengetahuan tersebut melalui media online. Sebagai penunjang program bisa disosialisasikan melalui promosi, tidak lagi hanya melalui penyuluhan yang membutuhkan banyak tenaga, membutuhkan waktu anggaran yang banyak.

Kehadiran media online pada saat ini sebenarnya bisa membantu lembaga BKKBN dalam mempromosikan berbagai program Bangga Kencana yang semua berkaitan tentang data maupun informasi mudah diakses oleh Remaja Di Kota Banda Aceh melalui di media online. Seiring berkembangnya teknologi dan informasi yang menuntut sebuah lembaga melek pada teknologi dan informasi yang dapat membantu berbagai program. Strategi kebijakan public yang dilakukan melalui media online yang dilaksanakan oleh Perwakilan BKKBN Aceh mengenai program Bangga Kencana tentunya sangat efektif dan memberi pengaruh bagi remaja, karena pada umumnya remaja di Indonesia khususnya daerah Kota Banda Aceh banyak menggunakan layanan internet (Fachrisa et al., 2020).

Promosi program Bangga Kencana pada tingkat Kabupaten/Kota memang menjadi kewenangan daerah bahkan menjadi urusan wajib sesuai dengan amanat UU No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Keberhasilan program Bangga Kencana ini dapat dilihat dari 3 aspek: pertama, dari aspek pengendalian kuantitas penduduk, kedua, dari aspek peningkatan kualitas penduduk yang dalam hal ini diukur dengan peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarganya. Ketiga, peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarga (Utami, 2015). Untuk tercapainya keberhasilan program Bangga Kencana tersebut harus dilakukan dengan promosi karena banyak kalangan yang belum tahu mengenai program Bangga Kencana, terutama kalangan remaja. Langkah strategis yang dilakukan untuk tercapainya target Perwakilan BKKBN Aceh harus melibatkan juga para remaja yang ada di Banda Aceh, karena remaja juga selama ini mereka sangat kurang sekali informasi mengenai program Bangga Kencana yang langsung didapatkan dari para petugas. Adanya layanan internet melalui media online tentunya memberikan pengetahuan kepada remaja Banda Aceh mengenai program Bangga Kencana dengan cara mudah dan cepat. Tujuan penelitian ini ingin menganalisis mengenai implementasi kebijakan promosi pada program bangga kencana di Kota Banda Aceh.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dalam desain penelitian. Adapun desain penelitian yang dimaksud adalah data didapatkan berdasarkan informasi lapangan berupa *case study* (studi kasus) (Sandra, 2013). Adapun lokasi penelitian dilakukan di beberapa lokasi yang ada di Kota Banda Aceh. Untuk mendapatkan informasi penelitian peneliti melakukan teknik purposive sampling dari jumlah populasi yang ditentukan. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini adalah 20 orang yang sudah ditentukan dan dijadikan sebagai sumber data primer. Hal tersebut dilakukan karena penelitian ini bersifat kualitatif, maka mutu data yang dibutuhkan bukan jumlah data. Untuk itu dengan 20 orang informan dirasa sudah mampu memberikan jawaban hasil penelitian secara maksimal. Selain itu juga, alasan peneliti mengambil informan dari kalangan remaja karena selama ini yang banyak menggunakan layanan internet berupa facebook, WA, Instagram dan media online pada umumnya mereka atau sering disebut dengan generasi milenial. Hal ini sangat memiliki korelasi dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan yang berjudul Analisis Implementasi Kebijakan Promosi Program Bangga Kencana Melalui Media Online Terhadap Pengetahuan Remaja di Kota Banda Aceh. Tentunya instrumen ini digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi maupun *focus group discussion*. Adapun teknik observasi dalam penelitian untuk bertemu langsung dengan objek penelitian, karena penelitian kualitatif tidak terlepas dari data primer yang sumbernya dilapangan. Teknik analisis data analisis penelitian ini sudah mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan (Ramadanti, 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Program Bangga Kencana Melalui Media Online terhadap Remaja di Kota Banda Aceh

Kinerja implementasi kebijakan dapat diukur tingkat keberhasilannya dari ukuran dan tujuan kebijakan yang bersifat realistis dengan sosiokultur yang ada pada level pelaksanaan kebijakan. Ketika ukuran dan sasaran kebijakan terlalu ideal (utopis), maka akan sulit direalisasikan pengukuran kinerja implementasi kebijakan, yang lebih menekankan pada standar dan sasaran yang harus dicapai oleh para pelaksana kebijakan. Pada dasarnya kinerja kebijakan merupakan penilaian atas tingkat ketercapaian standar dan sasaran tersebut. Menurut Van Meter dan Van Horn (dalam Winarno, 2008: 146-147) pelaksana bahwa kinerja kebijakan dipengaruhi oleh beberapa



This work is licensed under a  
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

variabel-variabel yaitu: (1). Ukuran-ukuran dasar dan tujuan-tujuan kebijakan, (2). Sumber-sumber kebijakan, (3). Karakteristik badan-badan pelaksana, (4). Kondisi-kondisi ekonomi, sosial dan politik, (5). Sikap para pelaksana, (6). Komunikasi antar organisasi terkait dengan kegiatan-kegiatan pelaksana.

Program Kependudukan Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga (Bangga Kencana) di tingkat Kabupaten/Kota memang menjadi kewenangan daerah bahkan menjadi urusan wajib sesuai dengan amanat PP No 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah dan UU No 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Oleh sebab itu, daerah memiliki keleluasaan untuk mengembangkan program Bangga Kencana ini agar lebih berhasil dan bermanfaat bagi orang banyak. Keberhasilan program Bangga Kencana ini dapat dilihat dari 2 aspek: pertama, dari aspek pengendalian kuantitas penduduk. Kedua, dari aspek peningkatan kualitas penduduk yang dalam hal ini diukur dengan peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarganya. Peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarga dapat ditelusuri melalui berbagai indikator yang merupakan pencerminan dari pelaksanaan 8 fungsi keluarga sebagaimana tercantum dalam Peraturan Pemerintah No 87 Tahun 2014 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, Keluarga Berencana dan Sistem Informasi Keluarga. Dalam PP tersebut disebutkan bahwa 8 fungsi keluarga meliputi: (1) fungsi keagamaan, (2) fungsi social budaya, (3) fungsi cinta kasih, (4) fungsi perlindungan, (5) fungsi reproduksi, (6) fungsi sosialisasi dan pendidikan, (7) fungsi ekonomi dan (8) fungsi pembinaan lingkungan. Namun demikian, meskipun menjadi kewenangan daerah, dalam pelaksanaannya, arah program Bangga Kencana tetap harus mengacu pada kebijakan BKKBN Pusat sebagai Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertanggung jawab terhadap keberhasilan program Bangga Kencana secara nasional. Sehingga semua daerah diharapkan dapat saling bersinergi dalam mencapai keberhasilan program Bangga Kencana secara umum.

#### 1. Ukuran-ukuran dasar dan tujuan-tujuan kebijakan

Untuk mengukur kinerja implementasi kebijakan tentunya menegaskan standar dan sasaran tertentu yang harus dicapai oleh para pelaksana kebijakan, kinerja kebijakan pada dasarnya merupakan penilaian atas tingkat ketercapaian standar dan sasaran tersebut. Standar dan sasaran kebijakan sudah sangat tepat di mana sasaran promosi Bangga Kencana ini ditujukan untuk anak muda melalui media online dengan tujuan untuk perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga, keluarga berencana dan sistem informasi keluarga secara dini. Hal tersebut diungkapkan oleh informan yang telah di wawancara. “Karena hal ini bisa mewujudkan keluarga untuk menjadi bahagia dan sejahtera dan keluarga berkualitas. Hanya saja pelaksana kebijakan kurang memaksimalkan Media Online sebagai objek promosi program Bangga Kencana dan juga dalam hal mempromosikan program ini yang mendapatkan kebijakan tersebut kurang menyeluruh tidak sampai 50%.” (H).

Sasaran utama dari program Pembangunan Keluarga Kependudukan Keluarga Berencana (Bangga Kencana) adalah keluarga. Program ini merupakan program dasar pembangunan yang berbasis keluarga menjadikan keluarga sebagai sasaran utama dalam mengembangkan program ini, namun apakah promosi Program Bangga Kencana melalui media online kepada remaja telah terimplementasikan. Dari tanggapan tersebut bahwa belum banyak yang mengetahui terkait program Bangga Kencana, program tersebut dipromosikan belum secara maksimal hanya satu atau dua remaja saja yang mengetahui terkait Bangga Kencana para remaja disekitaran Kota Banda Aceh masih awam terkait program yang di kembangkan oleh BKKBN ini (Syahrani & Hutripa, 2017). Dengan demikian bahwa dapat disimpulkan masih tidak konsistennya BKKBN dalam melakukan promosi program itu. BKKBN belum intens dalam mempromosikan program ini yang dinilai akan sangat bermanfaat bagi remaja di zaman sekarang, Namun narasumber juga melihat di media televisi terdapat program yang hampir sama dengan Bangga Kencana. Hanya saja program tersebut bukan di tayangkan atau bertempat di Kota Banda Aceh. Manfaat dari program tersebut sangat luar biasa jika di tayangkan di televisi lokal agar remaja sekarang bisa melihat bukan hanya remaja saja tapi bisa dilihat oleh orang dewasa juga. Program Bangga Kencana sudah terimplementasikan kepada kalangan remaja di Kota Banda Aceh. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan salah satu remaja sebagai berikut. “Mungkin, dikalangan saya belum memahami tentang Bangga Kencana, kalau bisa lebih sering dilakukan sosialisasi kepada kami sebagai remaja, tapi ada juga yang sudah memahami mungkin mereka pernah membaca mengikuti kegiatan tersebut. Jadi kalau menurut saya program ini bagus tapi untuk dapat kami bias pahami harus adanya pembekalan kepada kami, mungkin yang sudah memahami itu mereka paham tentang program tersebut” (CUQ). “Sudah” (EF).

Program Bangga Kencana ini agar dapat terimplementasi dengan baik dikalangan remaja Kota Banda Aceh harus adanya kegiatan pembekalan kepada mereka dan ini menjadi tanggungjawab pemerintah memberikan pendidikan kepada remaja yang baru berumur berkisaran 10-24 tahun tersebut dan remaja Kota Banda Aceh juga ingin mengetahui program Bangga Kencana ini. Program Bangga Kencana memiliki tujuan sebagai upaya untuk mengendalikan laju pertumbuhan penduduk, seiring dengan perkembangan zaman program ini dirancang untuk merubah *mindset* kawula muda dalam merencanakan masa depannya mulai dari pendidikan, pekerjaan dan kehidupan rumah tangga, Oleh karena itu program ini cocok untuk menyasar kaum milineal karena dengan program ini diharapkan dapat meningkatkan kepedulian dan pemahaman remaja tentang isu-isu kependudukan, pendewasaan usia perkawinan, kesehatan reproduksi dan sebagainya. Karena dari survey yang dilakukan



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

penyebab dari perceraian karena kurangnya edukasi sebelum pernikahan yang menyebabkan banyaknya kekerasan dan perceraian yang bisa menyebabkan rusaknya mental maupun fisik kaum milineal.

### **Sumber-Sumber Kebijakan**

Keberhasilan implementasi kebijakan sangat tergantung dari kemampuan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Manusia merupakan sumber daya terpenting dalam menentukan keberhasilan atau implementasi kebijakan oleh karena itu jika sumber daya manusianya kurang maka keberhasilan sebuah program perlu diperhitungkan kembali. Karena hal tersebut perlu peningkatan sumber daya manusia demi mewujudkan sebuah keberhasilan program namun dalam hal ini bukan hanya sumber daya manusia saja tetapi juga sumber daya kebijakan tidak kalah pentingnya dengan komunikasi. “Sumber kebijakan bagian dari jumlah sumber daya yang diperlukan, untuk saat ini tenaga yang mengelola program Bangsa Kencana ada 82 orang Aparatur Sipil Negara (ASN) kemudian dalam hal penyuluhan Keluarga Berencana (KB) ada 504 orang dan itu ditempatkan di 23 Kabupaten/Kota di seluruh Provinsi Aceh. Yang mengelola khusus promosi ada 7 orang terdiri dari 1 orang sebagai sub koordinator dengan latar belakang pendidikan non komunikasi, kemudian 3 orang sebagai staf dengan latar belakang pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), selanjutnya 3 orang lagi sebagai tenaga kontrak dengan latar belakang pendidikan non ilmu komunikasi. Untuk peralatan seperti komputer juga masih kurang, seharusnya itu menjadi salah faktor pendukung agar bisa lebih efektif maka infrastruktur harus lebih diutamakan, kedepan adanya penambahan beberapa komputer demi menunjang terlaksana program Bangsa Kencana.” (Wawancara dengan Subkoor Bidang Adpin BKKBN Aceh)

Dengan hal tersebut dapat dikatakan masih sangat membutuhkan tenaga dengan Sumber Daya Manusia yang mumpuni sesuai latar belakang pendidikan, keahlian dan kinerja yang baik. Sumber daya kebijakan ini harus juga tersedia dalam rangka untuk memperlancar administrasi implementasi suatu kebijakan. Sumber daya ini terdiri atas dana atau insentif lain yang dapat memperlancar pelaksanaan suatu kebijakan. Terkait promosi program Bangsa Kencana sumber daya manusia pembuat program ini sangat baik, bukan hanya sumber daya manusianya tetapi juga sumber daya kebijakan sangat baik secara finansial. Setiap program pasti membutuhkan anggaran, hanya saja BKKBN masih kurang memanfaatkan sumber daya dengan baik. Apalagi jika melakukan promosi melalui media online tidak terlalu banyak memakan anggaran serta sangat mudah dikelola. Karena tujuan mempromosikan program ini melalui media online bukan hanya dapat dirasakan oleh anak muda saja tetapi semua kalangan.

Mempromosikan sebuah program menggunakan media sosial dinilai sungguh efektif pada saat ini karena dilihat dari perkembangan sekarang penggunaan media sosial menjadi seperti kebutuhan masyarakat karena di era globalisasi sekarang ini, teknologi informasi berperan sangat penting. Dengan menguasai teknologi dan informasi, kita akan menjadi pemenang dalam persaingan global. Dari pendapat salah satu narasumber tersebut bisa dijelaskan bahwa media sosial sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, forum, dan dunia virtual. Media online sendiri dapat memiliki fungsi yang positif atau negatif, tergantung penggunaannya. Oleh karena itu dengan mempromosikan program Bangsa Kencana dengan terstruktur dan mudah dipahami dapat menjadi sumber atau informasi positif untuk pengguna media online bagi remaja. Jika mempromosikannya dengan terstruktur maka minat dari para remaja untuk membuka akun tersebut akan meningkat serta meningkatkan pengetahuan untuk para remaja. Dengan menggunakan media online dianggap menjadi salah satu cara yang paling ampuh untuk mempromosikan sebuah program (KhalidaUlfa & Safirussalim, 2021). Karena dengan menggunakan media online bisa menjangkau lebih banyak orang, praktis dan cepat dalam menyebarkan informasi, dan bisa melihat karakteristik dan mengukur target yang akan jadi objek promosi. Untuk meningkatkan pemahaman remaja tentang kesehatan reproduksi dilakukan promosi dengan cara melalui media online agar dapat mengoptimalkan promosi konseling kesehatan dan hak-hak reproduksi kepada remaja. Dengan seringnya dilakukan promosi bukan hanya dengan sosialisasi tetapi juga dengan bentuk promosi di media online dapat meningkatkan edukasi dan informasi program-program apa saja yang sedang dilaksanakan oleh BKKBN.

Lembaga BKKBN Aceh pernah melakukan sosialisasi dan promosi program Bangsa Kencana di kalangan remaja Kota Banda Aceh,. Harapannya dari BKKBN Aceh bisa terus melihat secara langsung dalam proses pemantauan ke lapangan dengan memberikan program per triwulan atau per enam bulan untuk melihat langsung hasil dari program yang telah di sosialisasikan kepada para remaja. Media online sebagai mitra kerja BKKBN memiliki peran strategis dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan remaja terhadap program Bangsa Kencana. Program ini dapat menurunkan angka kelahiran yang berlebihan serta angka kematian ibu menjadi rendah serta dapat menjadi program andalan yang bisa digunakan untuk kaum milineal dikedepannya. Program Bangsa Kencana menyangkut tidak saja tentang kontrasepsi tetapi juga masalah kependudukan dan pembangunan keluarga. Pada program ini bersisi sub-sub program lainnya khusus untuk remaja, yaitu program Bina Keluarga Remaja (BKR) dan program Generasi Berencana (GenRe). Program-program inilah yang akan mengokohkan keluarga menjadi keluarga berkualitas dan tangguh.



### **Karakteristik Badan-Badan Pelaksana**

Badan-badan pelaksana melibatkan dari tingkat Kedeputian Advokasi, Penggerakan dan Informasi (ADPIN) untuk level nasional sedangkan pada level provinsi dipegang oleh Koordinator Bidang Adpin, maka keterlibatan pihak agen pelaksana sangat dipengaruhi oleh organisasi formal maupun organisasi informal dalam pengimplementasian kebijakan, terkait dengan pelaksanaan program Bangga Kencana tentu bukan keterlibatan pihak dari BKKBN saja namun pihak eksternal BKKBN turut terlibat. Sasaran program ini di proyeksikan ke ranah remaja dan menggunakan akses media online sebagai sarana sosialisasi, pihak yang menjadi mitra terkait program juga harus memiliki *job description* pelaksanaan sehingga goals atau tujuan dari kebijakan tersebut dapat di jalankan dengan baik. Sesuai dengan SOP pelaksanaan yang berlaku. Standar suatu kebijakan di ukur sejauh mana perencanaan hingga keterlibatan berbagai pihak yang berkompeten dari awal perumusan kebijakan itu hingga pada tahap evaluasi kebijakan. “Dalam penanganan tersebut ada beberapa bidang-bidang khusus yang dipercaya seperti promosi bidang advokasi, pergerakan dan informasi serta subbidang Advokasi dan KIE. Selanjutnya untuk melaksanakan kegiatan program Bangga Bencana masih kurang disebabkan oleh latarbelakang pendidikan yang tidak sesuai, terutama pada penugasan promosi khususnya pada promosi online. Kondisi BKKBN Aceh yang menjadi perhatian khusus adalah pada Sumber Daya Manusia (SDM) masih mengalami kekurangan terutama yang berlatar belakang pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan, dan untuk saat ini masih banyak yang tidak sesuai dengan latarbelakang pendidikan dalam bidang promosi.”

Program Pembangunan Keluarga Kependudukan dan Keluarga Berencana (Bangga Kencana) adalah sebuah program yang dilaksanakan dalam upaya mengendalikan laju pertumbuhan penduduk dan menciptakan keluarga yang berkualitas. Program ini tidak hanya dapat menurunkan jumlah rata-rata anak yang lahir dari wanita usia subur *atau total fertility rate*, namun juga untuk mempersiapkan generasi muda untuk merencanakan kehidupan berumah tangga. Promosi program Bangga Kencana yang dilakukan melalui media online ini tentunya perlu. Karena jika program ini mendapat dukungan dari lembaga atau instansi Pemerintahan maka Program Bangga Kencana akan berjalan dengan mudah sebab program ini butuh dorongan dari lembaga lain contoh seperti perguruan tinggi dan sekolah sekolah di Kota Banda Aceh yang memang program ini ditunjukkan oleh millineal.

Proses promosi program Bangga Kencana ini sebenarnya untuk kalangan remaja sangat gampang untuk dilakukan sosialisasi secara langsung melalui media online, tetapi ada juga yang malas melihatnya, karena cenderung lebih memantau kepada media-media online yang berhubungan dengan selera remaja itu sendiri. Terlepas dari hal yang telah dijelaskan tentu saja program ini tetap membutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Melalui media sosial lembaga-lembaga lain yang akan turut mendukung program Bangga Kencana juga akan lebih mudah untuk membangun kerja sama. Apalagi mengingat saat ini masyarakat terutama generasi muda lebih sering menggunakan media sosial dalam mendapatkan pengetahuan dari program ini, sehingga program tersebut dapat terlaksana dengan efektif dan efisien. Pelaksanaan program Bangga Kencana perlu adanya partisipasi dari berbagai pihak, baik dari pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan mitra kerja di semua wilayah sesuai tugas dan fungsi masing-masing. Kerjasama lintas sektor ini sangat penting dilakukan guna membekali penguatan pelaksanaan program tentang pentingnya Bangga Kencana dalam peningkatan kesejahteraan keluarga.

### **Kondisi-Kondisi Sosial, Ekonomi, dan Politik**

Hal terakhir yang perlu dipertimbangkan untuk menilai kinerja implementasi adalah sejauh mana lingkungan eksternal terhadap keberhasilan kebijakan publik. Kondisi lingkungan sosial, ekonomi, dan politik sangat mempengaruhi, apabila kondisi tidak kondusif dapat menimbulkan masalah dari kegagalan kinerja implementasi kebijakan. Program Bangga Kencana dapat terimplementasi dengan baik apabila kondisi lingkungan eksternal di Banda Aceh kondusif. Sosial, ekonomi, dan politik sangat berpengaruh terhadap proses promosi Bangga Kencana. Karena jika tingkat sosial masyarakat tidak terlalu mementingkan ada nya program dari pemerintah atau kebijakan dari pemerintah , maka tidak mudah berjalan program tersebut. Oleh karena itu sangat cocok melakukan promosi melalui media online karena pengguna sosial media bukan hanya dari kalangan sosial atas saja tetapi hampir seluruh tingkat perekonomian di masyarakat.

Dilihat dari segi perekonomian program ini sangat membantu masyarakat program Bangga Kencana bermanfaat untuk: (1). Mengurangi kebutuhan rumah tangga, (2). Meningkatkan pendapatan/ekonomi keluarga. Semakin banyaknya anggota keluarga maka akan meningkat juga pengeluaran karena tujuan dari Program Bangga Kencana ini Pengelolaan Kependudukan. Sasarannya adalah penduduk, tujuan pengendalian kuantitas dan peningkatan kualitas penduduk. Kegiatan dari Program Bangga Kencana terkait dengan pengelolaan kependudukan antara lain sosialisasi dampak kependudukan, pendidikan kependudukan, dan penyusunan grand design pengendalian kuantitas dan kualitas penduduk. Upaya pengendalian penduduk khususnya dalam pengaturan kelahiran yang dilaksanakan di Indonesia adalah dengan menggunakan alat kontrasepsi.)

Dari sisi sosial program juga ada dampaknya demi meningkatkan kesejahteraan keluarga dilihat dari sisi sosial efek dari program ini (1). Meningkatkan kesempatan bermasyarakat. (2). Meningkatkan peran ibu dalam pengambilan keputusan keluarga. (3). Pendewasaan Usia Perkawinan (PUP). Sasaran remaja belum menikah.



This work is licensed under a  
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Tujuan remaja menikah di usia ideal Perempuan 20-30 tahun, Laki-laki minimal 25 tahun (4). Pengaturan kelahiran. Sasaran Pasangan Usia Subur (PUS) (5). Pembinaan Ketahanan Keluarga. (6). Peningkatan Kesejahteraan Keluarga. Sasaran seluruh keluarga. Tujuan meningkatnya kesejahteraan keluarga, ukurannya dapat melaksanakan 8 fungsi keluarga. Kegiatan dari program Bangsa Kencana terkait dengan Peningkatan Kesejahteraan Keluarga adalah Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Akseptor (UPPKA). Program Bangsa Kencana yang diharapkan dapat dilakukan secara mandiri oleh masyarakat dengan peran tokoh formal dan tokoh non formal adalah menyampaikan program 4T yaitu terlalu muda menikah, terlalu sering melahirkan, terlalu tua untuk melahirkan dan terlalu banyak anak. 4T tersebut kalau bisa ditekan maka akan menurunkan angka kelahiran sehingga kualitas keluarga akan meningkat sehingga menjadi keluarga yang sejahtera sesuai dengan amanah UU No. 52 tahun 2009 tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga.

### **Komunikasi Antar Organisasi Terkait dan Kegiatan-Kegiatan Pelaksanaan.**

Kebijakan yang akan di jalankan pasti akan menimbulkan penerimaan bahkan adanya penolakan di lingkungan masyarakat. Hal ini di nilai wajar karena kebijakan itu di lakukan tidak semua masyarakat akan ikut andil atau berpartisipasi untuk menyukseskan kebijakan yang di keluarkan pemerintah. Mengenai program Bangsa Kencana, khususnya program bagi remaja yang dilakukan pihak BKKBN masih tergolong kebijakan yang baru di masyarakat, terlebih objek yang disasar ialah para remaja. Bagi mereka sendiri program ini masih minim informasi, juga koordinasi yang masih belum merata pada pihak penyelenggara program.

Upaya ini dilakukan semata-mata untuk menunjukkan eksistensi bahwasanya pihak BKKBN bisa membuat program yang berbasis media online. Namun pencapaian di lapangan sering terjadi kendala baik itu kendala teknis hingga faktor input atau output dari implementasi dari kebijakan tersebut. Di zaman 4.0 saat ini kecanggihan teknologi merupakan daya tarik yang sangat luar biasa bagi semua orang dalam bertukar dan mengupdate informasi secara cepat, mudah dan terjangkau (Ulfa et al., 2021). Oleh karena itu media online adalah salah satu alternatif bagi lembaga pemerintahan sekarang untuk memperkenalkan sebuah program baru yang mereka rancang dengan ada nya sosial media BKKBN bisa dengan mudah dijangkau oleh masyarakat terkhususnya remaja pada saat sekarang ini. Pada saat ini penggunaan sosial media lebih banyak dari pada penggunaan surat kabar seperti koran, karena sosial media lebih mudah dan terjangkau serta tidak membosankan untuk digunakan. Strategi untuk menjalankan program Bangsa Kencana ini adalah dengan cara aktif di media sosial dan turut menggandeng beberapa pihak yang saat ini sedang menjadi *icon trend*, seperti konten creator, selebgram youtuber dan sebagainya. Sehingga akan lebih mudah untuk menarik minat dan mempromosikan program tersebut sehingga akan lebih cepat tersebar kepada para remaja. Hal ini kemudian menjadi salah satu alasan bahwasannya BKKBN perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak agar program ini dapat terlaksanakan dengan baik dan efektif.

Pada saat ini, *public figure* menjadi tokoh yang paling mudah untuk dapat menyampaikan informasi dan mensosialisasikan program ini untuk dapat tersampaikan kepada masyarakat. Pada zaman digital ini, masyarakat lebih mengenal konten creator dibanding dengan pihak yang bersangkutan yang dalam hal ini adalah BKKBN. Apabila BKKBN bersinergi dengan berbagai konten creator maka akan lebih mudah dalam melaksanakan program Bangsa Kencana tersebut. Lalu bagaimana keterlibatan wartawan untuk menjalankan program Bangsa Kencana yang di promosikan media online terhadap pengetahuan remaja Kota Banda Aceh.

Program Bangsa Kencana bukan hanya difokuskan kepada generasi muda, namun juga diperuntukan kepada seluruh elemen masyarakat dan orang dewasa sehingga membutuhkan keterlibatan dari pihak lain untuk dapat membantu mempromosikan program Bangsa Kencana agar lebih efisien. MASP kepada penulis menyampaikan bahwa “Menurut saya sangat baik apabila program ini di promosikan melalui media massa juga sehingga informasi ini tidak hanya tersebar di kalangan remaja tetapi juga di kalangan orang dewasa. peran media massa akan sangat membantu dalam proses mempromosikan menyebarkan informasi-informasi yang berkenaan dengan program ini kerjasama dengan media massa juga tidak kalah pentingnya dalam mempromosikan program ini, mengingat media massa adalah salah satu rujukan terpercaya dalam penyebaran informasi.”Mempromosikan sebuah program melalui media sosial tentunya juga masih perlu kerjasama dengan media massa. Hal ini dikarenakan program Bangsa Kencana juga perlu disampaikan kepada masyarakat luas bukan hanya pada remaja saja. Media massa kemudian dianggap mampu lebih cepat menyampaikan informasi karena pada umumnya orang dewasa mengakses informasi melalui media massa, seperti Televisi, Koran, majalah dan lain sebagainya.

Memiliki keterlibatan wartawan untuk menjalankan program Bangsa Kencana yang dipromosikan media online terhadap pengetahuan remaja Kota Banda Aceh

*“Iya, sangat efektif dengan media ini lebih gampang diakses dan menjadi referensi untuk semua pihak bagaimana pentingnya program Bangsa Kencana ini, maka sangat diperlukan adanya wartawan untuk bantu sosialisasikan” (SNS).*

Media massa sampai saat ini juga menjadi salah satu penyebar berita yang akurat ditengah masyarakat



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

sehingga dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan tepat. Kerjasama yang dilakukan BKKBN dengan media masa dapat mempercepat terlaksananya program Bangga Kencana yang bukan hanya dipromosikan melalui media sosial namun juga perlu mendapatkan dukungan dari media massa guna mempercepat target pencapaian program Bangga Kencana dengan prinsip mewujudkan keluarga kecil bahagia sejahtera dengan melaksanakan delapan fungsi keluarga. Penerapan fungsi keluarga ini membantu keluarga lebih bahagia dan sejahtera, terbebas dari kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan.

Keberhasilan Program Bangga Kencana dapat dilihat dari beberapa aspek. Peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarga dapat ditelusuri melalui berbagai indikator yang merupakan pencerminan dari pelaksanaan delapan fungsi keluarga dalam hal ini diukur dengan peningkatan ketahanan dan kesejahteraan keluarga. Oleh karena itu program ini memang sangat cocok diperkenalkan kepada remaja-remaja agar dapat mewujudkan keluarga sejahtera. Jika berkeluarga nanti bukan hanyateruntuk remaja wanita saja tetapi juga kepada remaja lelaki agar kedepannya mereka bersamaan paham terhadap potogram ini.

## KESIMPULAN

Kinerja implementasi kebijakan tentunya menegaskan standar dan sasaran tertentu yang harus dicapai oleh para pelaksana kebijakan, kinerja kebijakan pada dasarnya merupakan penilaian atas tingkat ketercapaian standar dan sasaran tersebut. Standar dan sasaran kebijakan sudah sangat tepat di mana sasaran promosi Bangga Kencana ini ditujukan untuk anak muda melalui media online dengan tujuan untuk perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga, keluarga berencana dan sistem informasi keluarga secara dini. Strategi Implementasi kebijakan promosi program Bangga Kencana, Langkah strategis untuk menjalankan program Bangga Kencana yang dipromosikan media online terhadap pengetahuan remaja Kota Banda Aceh. Memulai dengan *zoom meet* dengan mengajak para remaja ditingkat kecil, dengan cara itu dilakukan untuk lebih mudah menjalankan program Bangga Kencana ini. Langkah efektif yang dapat diambil oleh lembaga BKKBN untuk mempromosikan program ini melalui media online yaitu dengan postingan-postingan yang menarik minat pembaca tentang program ini juga melibatkan pihak-pihak tertentu dalam memperkenalkan program ini. Beberapa hal yang dapat dilakukan diantaranya membuat *content-content* edukasi baik berupa video, tulisan, atau bahkan kuis-kuis edukasi, artikel-artikel pendek yang dapat menarik minat pengguna sosial untuk membacanya adalah cara yang efektif dalam mempromosikan tentang program ini yang menarik dan berhubungan dengan program ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bartini, I., & Mediastuti, F. (2017). Kemitraan Bidan dan BKKBN dalam Upaya Peningkatan Pelayanan Kontrasepsi. *Jurnal Ilmiah Bidan*, 2(2), 37–44. <https://ibi.or.id/journal/index.php/jib/article/download/32/30>
- Fachriza, M. P. N., Kurniawati, N. K., & Nesia, A. (2020). Strategi Komunikasi BKKBN Provinsi Banten Dalam Menanggulangi Stunting di Desa Bayumundu, Pandeglang. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 49–55. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7767>
- Irfan, I., Rahim, S., & Haq, N. (2018). Pelaksanaan Smart Government Di Kabupaten Soppeng. *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik*, 4(3), 297. <https://doi.org/10.26618/kjap.v4i3.1646>
- KhalidaUlfa, & Safirussalim, S. (2021). Implementation of the Curfew as a Policy of the Aceh Government on Handling COVID-19: A Social Responsibility. *Journal of Governance and Social Policy*, 2(2), 96–111. <https://doi.org/10.24815/gaspol.v2i2.22714>
- Ramadanti, V. (2019). Kebijakan Berbasis Bukti (Based Policy Evidence) dalam Perencanaan Pembangunan di Kota Makassar (Studi Kasus pada BAPPEDA Kota Makassar). *Jurnal Administrasi Publik*, 1–10.
- Sandra, L. J. (2013). Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur Dki Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(2).
- Susanti, H. A. (2015). Strategi Komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). *Jurnal ASPIKOM*, 2(4), 243. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i4.75>
- Syahrani, A., & Hutripa, D. M. (2017). PERANCANGAN APLIKASI PENDATAAN KELUARGA BERBASIS ANDROID (Studi Kasus: BKKBN Kota Padang). *Jurnal Teknoif*, 5(2), 88–96. <https://doi.org/10.21063/jtif.2017.v5.2.88-96>
- Ulfa, K., Zaenuri, M., Rahmawati, D. E., Rasanjani, S., Mukhrijal, M., & Imanullah, A. (2021). Branding Strategy “The Light Of Aceh” Through E-Tourism On Sustainable Tourism Development in Aceh Province. *Journal of Governance and Public Policy*, 8(3), PROGRESS. <https://doi.org/10.18196/jgpp.v8i3.11034>



This work is licensed under a  
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

- Utami, D. D. Y. (2015). Penyuluhan Program BKKBN Mengenai Generasi Berencana ( GenRe ) dan Sikap Remaja. *Jurnal Simbolika*, 1(2), 199–210.
- Undang-undang Nomor 52 Tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga
- Suranto, AW. (2011). *Komunikasi interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. 2001. *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung PT Remaja Rosdakarya.
- Tamburaka. (2013) *Literasi media “Cerdas bermedia khalayak media massa”*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Umami, Z (2013), *Strategi komunikasi dengan menggunakan social strategy untuk melakukan sebuah promosi pariwisata dengan membangun hubungan antara pelaku pariwisata dengan pelanggan*.
- Wibawati, I. P. (2014). Implementasi kebijakan promosi kesehatan (Studi pada Pusat Kesehatan Masyarakat Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, vol. 2, No. 11

