

ABSTRAK

Ketidakpedulian dan ketidaktahuan remaja akan permasalahan kependudukan yang sebenarnya membuat remaja menjadi rawan terkena dampak dari kenakalan remaja. Pembangunan yang merajalela, tingkat kriminalitas dan ketimpangan social yang tinggi, serta kurangnya edukasi kepada remaja terkait kependudukan juga akan memperburuk kondisi kependudukan di Yogyakarta. FORSADA merupakan sebuah lembaga yang dibentuk BKKBN Provinsi DIY guna mengedukasi masyarakat khususnya generasi muda dengan tujuan mempengaruhi aksi nyata mereka terhadap permasalahan kependudukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi FORSADA dalam mewujudkan remaja sadar kependudukan di Yogyakarta. Penelitian ini berisi tentang strategi komunikasi FORSADA beserta implementasinya yang di analisa menggunakan teori perencanaan oleh Charles Berger serta model perencanaan komunikasi Philip Leslly. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, mengumpulkan data lewat hasil wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Peneliti memperoleh hasil penelitian bahwa strategi komunikasi FORSADA dalam mewujudkan remaja sadar kependudukan di Yogyakarta adalah strategi pembelajara luar ruang yang dipadupadankan dengan pendidikan berawasan kependudukan. Strategi komunikasi FORSADA juga sejalan dengan teori pereencanaan milik Berger yang menyebutkan setiap rencana akan mempunyai berbagai tahapan kompleks. Semakin banyak motifasi untuk mempengaruhi, maka semakin kompleks juga rencananya. Dari segi implementasi strateginya, FORSADA hanya menjalankan tiga dari enam model perencanaan Phillip Lesly yang pada akhirnya menyebabkan kebingungan ataupun ketidak siapan apabila ada hal-hal diluar perkiraan saat kegiatan berlangsung. Hambatan strategi komunikasi ini berasal dari dalam dan luar organisas. Hambatan dari dalam yakni, Dualisme FORSADA, SDM yang kurang, serta pemanfaatan media promosi yang kurang. Faktor dari luarnya berupa motifasi khalayak yang berbeda dan rasa bosan dari khalayak akan materi pendidikan kependudukan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Permasalahan Kependudukan, Pendidikan Luar Ruang Berbasis Kependudukan.

ABSTRACT

The ignorance and the nescience of the real demography problem cause teens to become prone to the effect of adolescent delinquency. FORSADA is an organization created by BKKBN of DIY province government, to educate society especially the young generation with the intention of influencing their real action in demography problem. This research intends to know the communication strategy used by FORSADA to create teens that aware of the demography in Yogyakarta. This research contains FORSADA communication strategy as well as the implementation that analysed using the planning theory by Charles Berger also using the communication planning model by Philip Leslly. The method used was qualitative research with the descriptive approach, data collected from an intimate interview, observation and documentation. Researcher obtains the research results that the communication strategy used by FORSADA to create adolescent that aware of the demography of Yogyakarta is an outdoor learning strategy matched with the demographic base education. FORSADA communication strategy is also the same way as the planning theory of Berger that said that every planning will always a complex stages. The more motivation to influence, therefore the planning is also more complex. From the implementation terms, FORSADA only performs three out of six model of Philip Leslly planning theory that at the end cause a confusion and an unpreparedness if the thing goes beyond expectation when the activity takes place. Obstacles in this communication strategy came from the inside and the outside of the organization. The obstacles from the inside are FORSADA dualism, the lack of human resource, also the lack of utilization of promotion media. The outside factor is the different motivation of society and the boredom of audience of demography education material.

Key Words: communication strategy, demography problems, outdoor learning with a demographic base.