

ABSTRAK

Seperti kita ketahui bersama jumlah penduduk terbanyak di Asia Tenggara yaitu Indonesia, hal ini bisa dilihat dari sensus penduduk yang semakin tahun semakin meningkat (Kompas, 2021). Maka dari itu dibentuknya BKKBN sebagai lembaga yang mengatur untuk melaksanakan tugas pemerintah di bidang keluarga berencana dan keluarga sejahtera. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode survey. Tujuan menggunakan metode survey kuantitatif yang bersifat eksplanatif ini untuk menjelaskan hubungan antara kedua variabel agar mengetahui sikap khalayak terhadap pesan kampanye #BerencanaItuKeren analisis teknik yang digunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Penulis menjelaskan mengenai seberapa besar efektivitas pesan kampanye BKKBN #BerencanaItuKeren sebagai penyedia informasi dan edukasi kepada pengikut akun Instagram @bkkbnofficial yang dilakukan Humas Badan Kependudukan Keluarga dan Berencana. Peneliti harus mengambil suatu data sampel dari para followers @bkkbnofficial untuk melanjutkan penelitian dan mengetahui hasil penelitian ini. Hasil dari survey ini dapat memberikan informasi terkait efektivitas program keluarga berencana bkkbn terhadap tingkat minat masyarakat mengikuti program tersebut. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas pesan kampanye #BerencanaItuKeren BKKBN dalam penyedia informasi dan edukasi kepada masyarakat melalui akun Instagram @bkkbnofficial adalah sangat baik dengan pertimbangan rerata sebesar 97,46% berada pada kategori sangat baik. Ditemukannya pengaruh yang sangat signifikan pada pesan kampanye #berencanaitukeren terhadap sikap khalayak. Diperoleh bahwa cluster 1 memiliki anggota sebanyak 68, cluster 2 memiliki anggota sebanyak 71, cluster 3 memiliki anggota sebanyak 71 dan cluster 4 memiliki anggota sebanyak 69. Berdasarkan rule of thumb yang menyatakan bahwa cluster dapat dianggap outlier apabila memiliki anggota 5% dari jumlah data. Penggunaan media social sangatlah penting dalam melakukan kampanye.

Kata kunci: Pesan, Efektivitas, Komunikasi Organisasi, Instagram

Abstrak

As we all know, the largest population in Southeast Asia, namely Indonesia, can be seen from the increasing population census (Kompas, 2021). Therefore, the BKKBN was formed as an institution that regulates to carry out government duties in the field of family planning and prosperous families. In this study, the author uses a survey method. The purpose of using this explanative quantitative survey method is to explain the relationship between the second variable, to know the audience's attitude towards the #BeplanningIuKeren campaign message. The analysis technique used is probability sampling technique with simple random sampling method. The author explains how effective the campaign message of the BKKBN #PlanituKeren is as a provider of information and education to followers of the @bkkbnoofficial Instagram account carried out by the Public Relations of the Family Population and Planning Agency. Researchers must take a sample of data from followers of @bkkbnoofficial to continue research and find out the results of this study. The results of this survey can provide information regarding the effectiveness of the BKKBN family planning program on the level of public interest in participating in the program. Based on the results of the study, it can be said that the effectiveness of the #BeituKeren BKKBN campaign message in providing information and education to the public through the @bkkbnoofficial Instagram account is very good with an average consideration of 97.46% in the very good category. A very significant influence was found on the #planningitukeren campaign message on public attitudes. It was found that cluster 1 has 68 members, cluster 2 has 71 members, cluster 3 has 71 members and cluster 4 has 69 members. Based on the rule of thumb which states that a cluster can be considered an outlier if it has 5% members of the total data. The use of social media is important in conducting campaigns.

Keywords: Message, Effectiveness, Organizational Communication, Instagram.