

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemberdayaan ekonomi keluarga adalah salah satu dari empat fokus pokok garapan Program Kependudukan, Keluarga Berencana, dan Pembangunan Keluarga (KKBP) di samping pendewasaan perkawinan, pengaturan kelahiran, serta ketahanan keluarga. Perkembangan ekonomi adalah hal yang paling esensial dalam masalah kependudukan karena memiliki pengaruh besar terhadap kesejahteraan masyarakat yang tercermin dalam kenaikan pendapatan dan tingginya minat atau daya beli.

Pemerintah telah melaksanakan berbagai program untuk meningkatkan angka kesejahteraan masyarakat melalui BKKBN seperti pemberian Kredit Kerja Produktif (KKP) sejak tahun 1979 hingga program Usaha Peningkatan Pendapatan Kelompok Akseptor (UPPKA) sebagai upaya untuk mengurangi angka kemiskinan. Program UPPKA mencakup sasaran kelompok akseptor, yakni pasangan usia subur (PUS) yang diwajibkan memakai alat kontrasepsi guna tujuan pencegahan kehamilan.

Setelah disahkannya UU Nomor 10 Tahun 1992 mengenai Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, UPPKA dikenal menjadi UPPKS atau Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera. Peraturan ini menyuratkan luntarnya eksklusivitas kelompok akseptor, yang harapannya dapat mengajak keluarga yang belum aktif KB untuk menjadi peserta KB juga.

Adapun BKKBN sebagai pihak yang bertanggungjawab penuh sebagai promotor program melalui Balai Penyuluhan KB akan melaksanakan tugas mekanisme operasional untuk mengelola kelompok UPPKA di wilayah yang dituju. Selanjutnya, BKKBN akan melakukan sosialisasi, promosi, dan publikasi mengenai Pemberdayaan Ekonomi Keluarga guna menguatkan jejaring kemitraan yang nantinya dapat melakukan pendampingan pada kelompok UPPKA

Sebagai program resmi pemerintah melalui BKKBN, UPPKA bertujuan untuk menumbuhkan dinamika kelompok agar dapat mendorong peningkatan kesertaan program Keluarga Berkualitas serta mengembangkan kegiatan ekonomis produktif guna menjamin kelangsungan hidup yang berkualitas. Harapannya, dengan berjalannya program UPPKA secara efektif di lingkup terkecil masyarakat seperti Kampung Keluarga Berkualitas (Kampung KB), target sasaran dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga yang berorientasi pasar, berdaya saing tinggi, serta berperan besar sebagai pelaku ekonomi lokal.

Adapun kegiatan yang dilaksanakan untuk menggerakkan masyarakat target sasaran program UPPKA tersebut antara lain meliputi pemberian bantuan fasilitas permodalan, Kredit Pengembangan Kemitraan Usaha (KPKU), pembinaan dan pengembangan usaha kelompok, pembinaan jaringan usaha, serta pembinaan produksi. Dalam menjalankan fungsi sosialisasi dan penyuluhan, Balai Penyuluhan Keluarga Berkualitas bertugas untuk memberikan informasi, teknologi, sarana produksi, dan permodalan guna menunjang ketepatan sasaran program.

Dilansir dari data Kependudukan Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga (KKBPK) Kota Semarang tahun 2019, tercatat terdapat sebesar 292 kelompok aktif UPPKA dengan total jumlah anggota 3.536 jiwa tersebar di 16 kecamatan di Kota Semarang. Kelompok UPPKA tersebut mencakup berbagai usaha mikro kecil menengah di bidang produksi pakaian, makanan ringan, pengolahan ikan, tahu, tempe, dan lain sebagainya.

Salah satu Kampung Keluarga Berkualitas (Kampung KB) setingkat desa/kelurahan di Kota Semarang adalah Kelurahan Jatirejo yang terletak di Kecamatan Gunungpati. Satuan wilayah di Kelurahan Jatirejo yang telah ditunjuk oleh pemerintah sebagai pelopor penyelenggaraan pemberdayaan dan penguatan institusi keluarga adalah Kampung Kokolaka (Kampung Tematik Olahan Kolangkaling) dengan identitas utama sebagai produsen dan pengolah terbesar kolangkaling di Semarang.

Sebagai prioritas program Keluarga Berkualitas, angka partisipasi warga Kampung Kokolaka terhadap program KB sudah cukup, di mana di antara 454 pasangan usia subur (PUS), terdapat 340 pasangan merupakan peserta KB aktif atau akseptor. Tercatat sejak Februari 2023, angka ketercapaian program KB aktif di Kampung Kokolaka mencapai 74,89 persen dengan partisipasi pada program sosialisasi maupun kegiatan pelayanan bagi akseptor.

Tabel 1.1 Data Partisipasi KB Kampung Kokolaka (Februari 2023)*Sumber: <https://kampungkb.bkkbn.go.id/>*

| Jenis KB | Jumlah |
|-----------------|---------------|
| IUD | 55 |
| MOW | 20 |
| Implant | 26 |
| Suntik | 207 |
| Pil | 29 |
| Kondom | 3 |
| Total | 340 |

Rangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh BKKBN sebagai penyelenggara Kampung KB di Kokolaka juga diikuti secara masif oleh masyarakat seperti Bina Keluarga Balita (BKB), Bina Keluarga Remaja (BKR), Bina Keluarga Lansia (BKL), Pusat Informasi Konseling Remaja (PIK-R), dan Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Akseptor (UPPKA). Persentase partisipasi masyarakat tertinggi terdapat pada kegiatan Bina Keluarga Balita dengan angka 84,2 persen dengan 128 dari total 152 keluarga dengan balita. Sementara itu, keterlibatan sosialisasi paling rendah tercatat pada kelompok UPPKA dengan hanya 5,4 persen atau 17 PUS dari total 454 PUS.

Hal ini tentu sangat disayangkan mengingat potensi terbukanya UMKM di Kampung Kokolaka sangat tinggi dengan banyaknya bahan baku produk berupa buah aren yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan. Di Kampung Kokolaka, terdapat kurang lebih 80 UMKM yang aktif dengan 25 persen di antaranya berfokus di bidang kolang-kaling. Pada tahun 2022, tercatat terdapat 15

pengrajin kolang-kaling di Kampung Kokolaka yang mengolah buah aren untuk dijadikan kolang-kaling dan dipasarkan di Kota Semarang.

Kurangnya keikutsertaan masyarakat target sasaran untuk mengikuti program UPPKA dapat disebabkan oleh faktor internal seperti terbatasnya SDM yang bersedia aktif dalam program hingga manajemen internal yang masih belum efektif. Selain itu, target sasaran yang tidak menerima informasi secara efektif dari penyelenggara, yaitu pihak BKBBN serta kurangnya intensitas terselenggaranya program dapat berpengaruh terhadap perilaku target sasaran.

Pendidikan berperan sangat signifikan dalam menentukan tingkat pengetahuan seseorang. Terdapat berbagai jenis pendidikan, baik yang formal maupun informal. Selaras dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan formal adalah jalur pendidikan dengan struktur serta mencakup pendidikan dasar, menengah, hingga tinggi (Thabrani, 2022). Jenjang pendidikan formal yang diikuti oleh seseorang akan berdampak pada kemampuannya. Namun, kendati pendidikan memainkan peran krusial dalam tingkat kualitas sumber daya manusia mengenai hal penguasaan ilmu, hanya 6 persen dari penduduk Indonesia yang memiliki akses ke pendidikan tinggi (BPS, 2022).

Pendidikan adalah salah satu faktor krusial dalam Program Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*). Untuk mendukung program tersebut, pemerintah Indonesia membuat kebijakan Merdeka Belajar bagi para pelajar dan mahasiswa di Indonesia supaya dapat terjamin kualitas pendidikannya.

Hal ini memiliki tujuan dalam peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di Indonesia (Bappenas, 2023).

Terdapat program wajib belajar di Indonesia selama 12 tahun. Sesuai dengan pertanyaan dari Wakil Ketua Komisi X DPR RI, Dede Yusuf, tujuannya adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan beracuan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional. Harapannya dari program tersebut, lebih banyak masyarakat Indonesia yang menempuh pendidikan formal serta andil dalam peningkatan kualitas SDM di Indonesia (DPR RI, 2023).

Pendidikan menjadi faktor utama yang secara tidak langsung bisa berdampak pada kesejahteraan, termasuk dalam lingkup keluarga. Menilik hasil pemetaan keluarga pada tahun 2022, sekitar 54 persen dari kepala keluarga di Kampung KB Kokolaka telah menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah pertama, sedangkan hanya sekitar 6 persen kepala keluarga yang merupakan lulusan Akademi atau Perguruan Tinggi. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar kepala keluarga di Kampung KB Kokolaka belum mencapai tingkat pendidikan yang diwajibkan selama 12 tahun, meskipun peraturan ini diberlakukan pada tahun 2016. Ini merupakan hal yang perlu diperhatikan untuk generasi berikutnya agar meningkatkan tingkat pendidikan mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Partisipasi warga Kampung Kokolaka dalam program UPPKA yang diselenggarakan oleh BKKBN masih sangat kurang. Idealnya, melalui sosialisasi dan kegiatan program, jumlah partisipan diharapkan mencapai 200 UMKM. Hal ini dilandasi oleh potensi usaha yang ada, terutama dalam produksi pangan lokal kolang-kaling, yang tercermin banyaknya UMKM dari luar program yang sudah beroperasi di Kampung Kokolaka.

Namun kenyataannya, tingkat partisipasi warga dalam berwirausaha sesuai dengan alur program masih sangat rendah. Salah satu faktor yang memengaruhi hal ini adalah tingkat pendidikan masyarakat yang sebagian besar hanya mencapai SD hingga SMP. Pendidikan yang memadai penting untuk pemrosesan informasi, sehingga individu yang berpendidikan tinggi lebih mampu memahami dan mengimplementasikan program UPPKA secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara latar belakang pendidikan dan partisipasi dalam program, serta mencari solusi untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Sehingga, rumusan masalah yang ditarik yaitu bagaimana kaitan antara terpaan program UPPKA Keluarga Berkualitas dan tingkat pendidikan masyarakat sasaran terhadap perilaku peningkatan pendapatan di Kampung KB Kokolaka, Kota Semarang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah guna mengetahui hubungan terpaan program UPPKA dan tingkat pendidikan masyarakat dengan perilaku masyarakat sasaran.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Akademis/Teoritis

Dari segi akademis maupun teoritis, penelitian yang akan dilaksanakan harapannya dapat menguji teori yang diterapkan. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi berupa pemahaman akademis mengenai komunikasi pemasaran sosial yang relevan dalam bidang Ilmu Komunikasi.

1.4.2 Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan sumbangan kerangka berpikir secara praktikal dalam upaya pengendalian penduduk dan pembangunan keluarga berkualitas yaitu melalui variabel terpaan program UPPKA dan tingkat pendidikan masyarakat.

1.4.3. Sosial

Penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat memiliki manfaat bagi masyarakat dengan cakupan luas untuk meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai implementasi program Keluarga Berencana khususnya program UPPKA pada daerah yang diteliti.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah keyakinan yang dipilih mengenai apa yang harus dikaji, bagaimana penelitian dapat berlangsung, serta bagaimana hasil dari penelitian harus diinterpretasikan (Bell, 2007). Dalam penelitian yang akan dilaksanakan ini, paradigma yang diterapkan adalah positivisme melalui asumsi peneliti bahwa suatu fenomena yang dikaji memiliki hubungan kausalitas dan dapat diteliti dengan observasi guna mendapatkan temuan objektif (Sekaran, 2016). Paradigma ini dipilih karena asumsi bahwa kebenaran objektif dapat dicapai melalui konsep yang berkaitan dengan teori yang relevan. Maknanya, realitas yang didapatkan bertumpu pada pengalaman empiris sehingga terdapat pola hubungan antara fenomena yang diteliti. Dalam kasus ini, peneliti akan mengkaji apakah variable sebab terpaan program UPPKA di Kampung Kokolaka (X1) dan tingkat pendidikan target sasaran (X2) berhubungan dengan perilaku target sasaran dalam upaya peningkatan pendapatan. Dalam usaha untuk mendapatkan hasil objektif, penelitian ini menggunakan metode wawancara agar mencapai realitas data yang sesuai dengan di lapangan.

1.5.2 State of the art

Pada tahun 2022, Stanton, C. A., Pasch, K. E. dan rekan-rekannya melakukan sebuah studi kuantitatif yang berjudul "*Longitudinal Associations Between US Youth Exposure to E-cigarette Marketing and E-cigarette Use Harm Perception and Behavior Change.*" Penelitian

kuantitatif yang melibatkan 9.405 peserta ini menunjukkan bahwa 60,8 persen dari responden telah terpapar kampanye pemasaran sosial yang terkait dengan penggunaan rokok elektrik. Dari mereka, sebesar 50,3 persen yang paling terpapar informasi rokok elektrik saat berbelanja di toko ritel, diikuti oleh 22,2 persen dari televisi, 20,2 persen dari media sosial, 18,9 persen dari papan reklame, 14,8 persen dari koran/majalah, dan kurang dari 10 persen dari radio, acara, dan klub. Terkait penggunaan rokok elektrik, 21,2 persen dari peserta pernah mengonsumsi tembakau sebelumnya. Sebagai hasilnya, mereka yang telah terpapar kampanye pemasaran sosial rokok elektrik memiliki pemahaman yang lebih baik tentang risiko yang terkait dan telah menghentikan penggunaan rokok elektrik dalam kehidupan sehari-hari mereka. Penelitian ini menegaskan efektivitas dari inisiatif pemasaran sosial rokok elektrik melalui saluran distribusi informasi tersebut, terutama di toko ritel, televisi, dan media sosial, dalam mempromosikan kampanye pencegahan penggunaan rokok elektrik di kalangan remaja.

Selanjutnya adalah penelitian oleh Hanson, Allen, dan rekan-rekannya pada tahun 2020 dengan judul "*A National Communication Campaign in Indonesia Is Associated with Improved WASH-Related Knowledge and Behaviors in Indonesian Mothers*". Penelitian yang melibatkan 1.794 ibu di Indonesia dengan anak usia di bawah 2 tahun ini bertujuan untuk menentukan apakah paparan kampanye mengenai perilaku terkait air, sanitasi, dan higienitas berperan penting terhadap peningkatan pengetahuan

pengecahan stunting. Hasilnya adalah paparan terhadap baik intervensi media massa dan IPC (*interpersonal communication*) berhubungan dengan peningkatan pengetahuan dan perilaku optimal terkait WASH.

Penelitian ketiga yang digunakan sebagai pedoman dalam penelitian adalah studi pada tahun 2022 dengan judul "*The Effect of Education on Health Behaviors: Evidence From The College Enrollment Expansion in China*" dilaksanakan oleh Hongqiao Fu, Run Ge, dan rekan-rekan mereka. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan total 14.021 partisipan. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa seseorang dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi memiliki kecenderungan kesadaran lebih besar dalam menjaga kesehatan mereka. Tingkat kesadaran yang lebih tinggi ini juga berdampak terhadap hasil kesehatan secara fisik yang baik, juga mencakup tingkat obesitas yang cenderung lebih rendah, peningkatan daya ingat, dan kemampuan untuk mencapai kesehatan fisik yang baik secara keseluruhan. Tidak hanya itu, individu dengan latar belakang dan jenjang pendidikan yang lebih tinggi kurang cenderung merokok serta lebih menerapkan gaya hidup yang sehat. Dari total responden, sebesar 2.52 persen mengejar pendidikan tinggi, dan terdapat peningkatan yang mencolok sebesar 6.83 persen dalam peningkatan daya ingat. Kesimpulan dari studi ini menekankan bahwa tingkat pendidikan yang dikejar oleh individu memiliki dampak signifikan pada kesehatan mereka dan kecenderungan untuk mengadopsi gaya hidup yang sehat.

Pendidikan secara signifikan memengaruhi keputusan individu dalam perilaku mereka.

Keempat yaitu penelitian pada tahun 2019 dengan judul **“Pengaruh Intensitas Penyuluhan terhadap Peningkatan Ekonomi Produktif Keluarga pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang”** oleh Zuyyina. Fokus dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pengaruh antara tingkat keseringan intensitas penyuluhan terhadap angka peningkatan ekonomi produktif keluarga melalui program ini. Dengan melibatkan sampel sebesar 115 responden, penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa pengaruh intensitas penyuluhan pada kelompok terhadap peningkatan ekonomi produktif terdapat pada angka 3,9 persen, sedangkan 96,1 persen dipengaruhi oleh variabel lain.

Terakhir adalah penelitian pada tahun 2023 dengan judul **“Pengaruh Terpaan Informasi COVID-19 di Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Masyarakat di Gampong Gunong Cut Kabupaten Aceh Barat Daya”** oleh Agustina et al. Penelitian ini dilakukan untuk memahami seberapa besar tingkat *behavioral change* (perilaku) warga di Gampong Gunong Cut, Kabupaten Aceh Barat Daya setelah terpapar oleh informasi COVID-19 di Instagram. Studi ini melibatkan 73 responden dengan *purposive sampling* dan menggunakan dasar teori Stimulus Organism Response dari Hovland. Penelitian ini membuahkan hasil berupa adanya

pengaruh yang signifikan dari terpaan media sosial terhadap perilaku masyarakat yang dirasakan oleh responden dengan adanya peningkatan sebesar 0,38 persen apabila terpaan media sosial meningkat 1 persen.

Penelitian terdahulu di atas dipilih sebagai pedoman karena terdapat persamaan mengenai ketiga variabel yang digunakan, yaitu variabel independen terpaan program dan tingkat pendidikan masyarakat, serta variabel dependen berupa perilaku. Model penelitian yang akan dijalankan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan sampel responden yang selanjutnya diolah melalui SPSS.

1.5.3 Deskripsi Variabel

1.5.3.1 Terpaan Program

Belch & Belch (2017) mendefinisikan terpaan sebagai metode pengukuran atau indikator yang menilai sejauh mana masyarakat atau target audiens menerima informasi dari berbagai jenis media komunikasi. Dalam Kriyantono (2010), Larry Shore berpandangan bahwa terpaan berkaitan dengan konsep terpaan media, yang mencakup aktivitas seperti mendengarkan, melihat, serta membaca pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa oleh baik individu atau kelompok yang memiliki pengalaman khusus terhadap pesan tersebut.

Pemasaran sosial mengenai program UPPKA disebar oleh lembaga yang berwenang seperti BKKBN dan DP3AP2KB baik melalui media *online* seperti Instagram dan Facebook, maupun media konvensional seperti koran dan spanduk. Pengenalan program kepada masyarakat juga dihelat melalui

Rapat Koordinasi BPD Andalan Kelompok UPPKA di tingkat provinsi untuk membentuk kader yang dapat meningkatkan kualitas pembinaan dan produktivitas kelompok UPPKA di tingkat desa, salah satunya di Kampung Kokolaka, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Pemasaran sosial, seperti yang ditunjukkan dalam penyajian program UPPKA, menggunakan saluran komunikasi yang serupa dengan pemasaran komersial.

Dalam mengukur terpaan kampanye, digunakan indikator penerimaan pengetahuan (*knowledge gain*) yakni melalui penglihatan pengetahuan target sasaran dari program yang disiarkan (Goldman, 2002).

Penerimaan pengetahuan (*knowledge gain*) berkaitan dengan tingkat pengetahuan responden mengenai pesan pentingnya program UPPKA yang disebar melalui kegiatan pemasaran sosial. Terdapat tiga kategori tingkat pengetahuan (Wawan, 2011), yaitu sebagai berikut:

- Jika responden dapat menjawab 76-100 persen dari total pertanyaan secara benar, maka pengetahuan dapat dikatakan baik.
- Jika responden dapat menjawab 56-75 persen total pertanyaan secara benar, maka pengetahuan dapat dikatakan cukup.
- Jika responden dapat menjawab <56 persen total pertanyaan secara benar, maka pengetahuan dapat dikatakan kurang.

Mardikanto (dalam Aviati, 2015) menjelaskan bahwa kegiatan penyuluhan adalah pemberdayaan masyarakat dengan menekankan pada

penyebarluasan informasi, penjelasan, pendidikan nonformal, perubahan perilaku, rekayasa sosial, pemasaran inovasi perubahan sosial, hingga penguatan komunitas.

Dalam kasus ini, penelitian ingin mengetahui kaitan antara tingkat pengetahuan responden mengenai pesan pentingnya program UPPKA di Kampung Kokolaka. Oleh karena itu, definisi dari terpaan program UPPKA adalah indikator pengukuran mengenai seberapa banyak warga di Kampung Kokolaka mendapatkan pengetahuan mengenai program UPPKA dari berbagai media komunikasi atau saluran pemasaran sosial.

1.5.3.2 .Tingkat Pendidikan Masyarakat

Tingkat atau jenjang pendidikan merupakan jenjang pendidikan formal yang telah ditempuh oleh individu di suatu negara. Menurut Suprijanto (2007), pendidikan formal adalah jalur pendidikan resmi dan sistematis, memiliki struktur, bertingkat, serta bersifat jenjang dari pendidikan dasar, menengah, dan tinggi. Kementerian Pendidikan Republik Indonesia membagi tingkatan pendidikan formal seperti sebagai berikut:

- i. Sekolah Dasar, termasuk Madrasah Ibtidaiyah dan sederajat.
- ii. Sekolah Menengah Pertama, termasuk Madrasah Tsanawiyah, SMP Kejuruan dan sederajat.
- iii. Sekolah Menengah Atas, termasuk Madrasah Aliyah, SMA Kejuruan, dan sederajat.
- iv. Diploma

- v. Strata 1 (S1)
- vi. Strata 2 (S2)
- vii. Strata 3 (S3)

1.5.3.3 Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan

Menurut Irwan (2017), perilaku adalah respons atau tanggapan individu mengenai berbagai rangsangan, baik itu berasal dari luar maupun dalam diri mereka. Kesejahteraan sosial merujuk pada keadaan yang menguntungkan dari sebuah komunitas, mencakup aspek seperti kesehatan, kondisi ekonomi, kebahagiaan, dan kualitas hidup bagi penduduknya (Kusnadi, 2013). Tindakan yang diambil oleh masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka melibatkan usaha untuk memupuk semangat dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Perilaku masyarakat Kampung Kokolaka terbentuk melalui hasil pengalaman belajar, *modelling*, peniruan hingga motivasi individu sebagai respon dari rangsangan yang diberikan oleh lingkungan (Elsa, 2014). Oleh karena itu, perilaku dalam upaya peningkatan pendapatan adalah tindakan atau langkah-langkah untuk mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan yang berkelanjutan guna mengeluarkan diri dari perangkap ekonomi seperti kemiskinan dan keterbelakangan (Sururi, 2015).

1.5.4 Hubungan Terpaan Program UPPKA terhadap Perilaku Usaha Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pendapatan

Theory of Reasoned Action (TRA) yaitu kerangka psikologis berupa model perilaku, dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen. TRA menekankan

bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat (*intention*) untuk melakukan perilaku dan niat tersebut dipengaruhi oleh sikap serta norma subjektif.

Secara garis besar, sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) adalah evaluasi positif serta negatif individu dalam bertindak. Dalam konteks kampanye pemasaran sosial, informasi dan edukasi serta emosional dan persuasi kerap menjadi fokus untuk memberikan informasi yang relevan, edukatif, persuasif, dan emosional untuk memengaruhi sikap target kampanye. Sedangkan norma subjektif (*subjective norm*) berhubungan dengan persepsi mengenai tekanan sosial atau harapan dari orang sekitar tentang apakah harus bertindak atau tidak menunjukkan perilaku tertentu. Dalam pemasaran sosial, terpaan sosialisasi melalui pemodelan sosial dapat mengubah persepsi target audiens tentang apa yang dianggap sebagai norma sosial. Ketika individu melihat bahwa banyak orang di sekitar melakukan tindakan yang ditunjukkan, mereka cenderung lebih terdorong untuk mematuhi norma tersebut.

Melalui teori ini, dapat ditarik bahwa terpaan sosialisasi pemasaran sosial dapat memengaruhi sikap terhadap perilaku maupun norma subjektif, yang pada akhirnya dapat memengaruhi niat individu untuk memunculkan perilaku yang ditunjukkan. Niat adalah prediktor langsung dari perilaku, peningkatan niat melalui terpaan sosialisasi akan meningkatkan kemungkinan perilaku yang diinginkan akan terjadi. Melalui terpaan secara intensif mengenai program UPPKA dari BKKBN, target audiens yaitu masyarakat Kampung Kokolaka akan mengikuti perilaku usaha sesuai dengan target pemenuhan ekonomi produktif di tingkat keluarga.

Dalam penelitian ini, pemasaran sosial ditujukan kepada masyarakat sebagai target audiens dalam berbagai bentuk melalui berbagai media atau jalur komunikasi. Berdasarkan teori TRA, komunikasi pemasaran sosial program UPPKA akan memengaruhi pemunculan perilaku usaha masyarakat target sasaran apabila mencakup elemen seperti mempengaruhi norma subjektif, yaitu persepsi individu target sasaran terhadap tekanan sosial atau dukungan dari BKKBN terkait perilaku usaha.

1.5.7 Hubungan Tingkat Pendidikan Masyarakat Dengan Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan

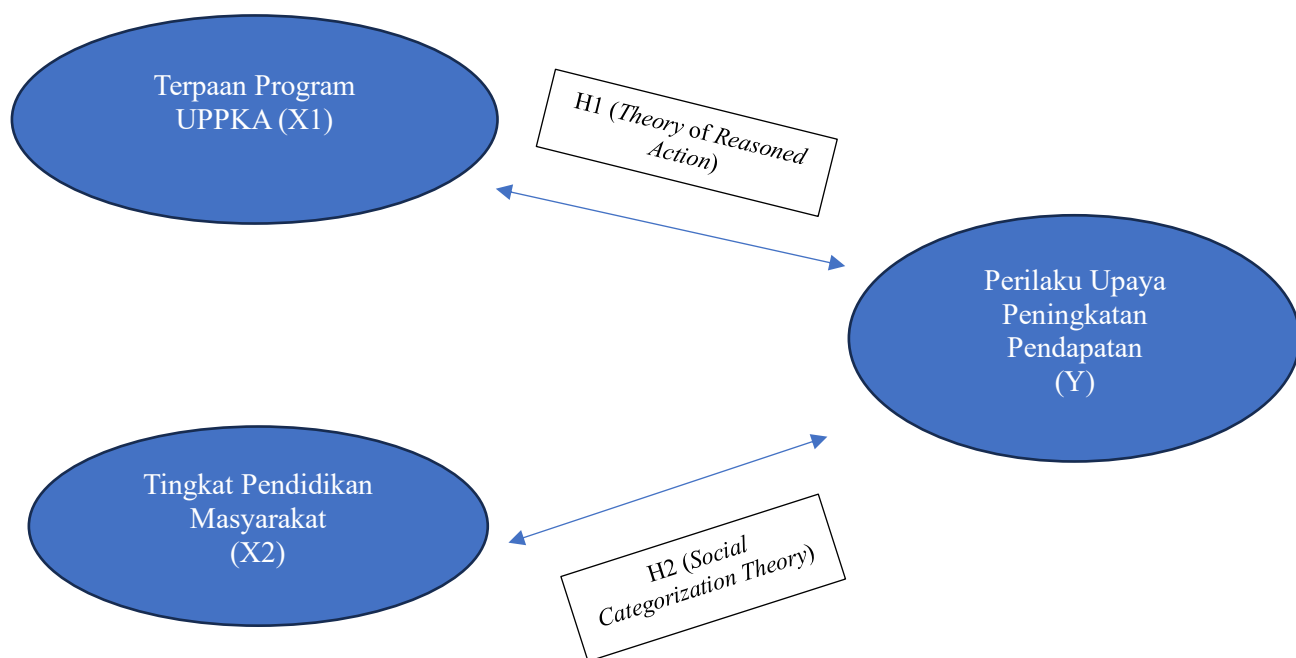
Menurut Teori Kategorisasi Sosial, diasumsikan bahwa pembagian berbagai kategori dalam masyarakat, seperti umur, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan, akan memengaruhi bagaimana individu berperilaku dalam konteks sosial (Baran, 2019: 538). Orang-orang akan cenderung bertindak sesuai dengan kategori-kategori yang mereka miliki. Salah satu aspek dari kategori sosial ini adalah tingkat pendidikan, yang juga dapat memengaruhi cara individu merespons informasi yang diterima, termasuk informasi tentang program UPPKA dari BKKBN. Individu dengan jenjang latar belakang edukasi yang tinggi lebih cenderung menunjukkan pemahaman informasi guna penerapan perilaku hidup sehat yang lebih baik (Fu, 2022).

Dalam konteks penyebaran pesan kampanye, pesan mengenai pentingnya program UPPKA diberikan pada kegiatan pemasaran sosial. Hal ini selaras dengan asumsi teori di atas bahwa seseorang dengan latar belakang pendidikan yang lebih akan menerima informasi dengan ideal untuk selanjutnya menerapkan upaya

peningkatan pendapatan sesuai dengan alur program UPPKA. Di samping itu, Suryana dan Bayu (2010) mengemukakan bahwa kompetensi kewirausahaan dipengaruhi oleh karakteristik individu, karakteristik kelompok sosial, kebutuhan ekonomi, dan kemajuan teknologi. Dalam upaya meningkatkan pendapatan melalui kewirausahaan, terdapat faktor inovasi yang didasari oleh pengaruh internal dan eksternal. Secara internal, kompetensi berperilaku usaha dapat muncul dari keinginan berprestasi, pendidikan, dan pengalaman, sedangkan faktor eksternalnya yaitu adanya peluang, pengalaman, dan kreativitas,

Pendidikan formal yang ditempuh oleh masyarakat akan memberikan pemahaman lebih dalam menghadapi berbagai aspek kehidupan. Mosher (1987) menambahkan bahwa pendidikan formal mempercepat proses belajar serta memberikan kecakapan dan kompetensi yang diperlukan dalam masyarakat.

Menurut Sagala (2011), kompetensi dan ketrampilan yang dimiliki seseorang sesuai dengan tingkat pendidikan yang diikutinya. Semakin tinggi pendidikan seseorang, diasumsikan semakin tinggi pula tingkat pengetahuan, ketrampilan, dan kompetensinya. Maka, hal ini selaras dengan fokus penelitian ini bahwa tingkat pendidikan formal masyarakat sasaran (X2) memiliki hubungan dengan penerapan perilaku dalam upaya peningkatan pendapatan.



1.6 Hipotesis

Adapun hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Terdapat hubungan antara terpaan program UPPKA dari BKKBN dengan perilaku masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan (Y).

H2 :Terdapat hubungan antara tingkat pendidikan masyarakat Kampung Kokolaka (X2) dengan perilaku masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan (Y).

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Terpaan Program UPPKA

Terpaan pemasaran sosial program UPPKA di Kampung Kokolaka adalah ketika masyarakat melihat, mendengarkan, atau pun membaca serta mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemasaran sosial program UPPKA di Kampung Kokolaka dari berbagai media komunikasi, seperti

media sosial (Instagram, Youtube, dan *website*) dan media konvensional (tatap muka, brosur, dan poster).

1.7.2 Tingkat Pendidikan Masyarakat

Tingkat pendidikan masyarakat merupakan jenjang pendidikan formal terakhir yang telah diselesaikan oleh masyarakat di Kampung Kokolaka.

1.7.3. Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan

Perilaku masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan adalah suatu tindakan masyarakat sebagai tindakan meningkatkan pendapatan secara ekonomi.

1.8. Definisi Operasional

1.8.1. Terpaan Program UPPKA

Untuk mengetahui terpaan program UPPKA di Kampung Kokolaka dapat diukur dengan wawancara melalui indikator sebagai berikut:

- a. Responden mengetahui media yang digunakan dan lembaga yang berwenang untuk menyebarkan program UPPKA.
- b. Responden memperoleh akses sumber informasi pengelolaan kelompok UPPKA (Buku pedoman, sumber modal, dan skema kredit) setidaknya sekali kurun waktu sehari, seminggu atau sebulan.
- c. Responden mengikuti program UPPKA dalam durasi waktu tertentu.

1.8.2. Tingkat Pendidikan Masyarakat

Untuk mengetahui tingkat pendidikan masyarakat Kampung Kokolaka dapat diukur dengan wawancara melalui indikator sebagai berikut:

- a. Responden dapat menyebutkan tingkat pendidikan terakhir.

1.8.3 Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan

Untuk mengetahui perilaku masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan dapat diukur dengan wawancara melalui indikator sebagai berikut:

- a. Responden dapat memutuskan keberlanjutan partisipasi responden terhadap program UPPKA.
- b. Responden dapat memutuskan untuk mengaplikasikan alur program yang didapat melalui sosialisasi dalam pelaksanaan pengelolaan usaha ekonomi produktif.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini adalah tipe kuantitatif eksplanatori. Penelitian jenis kuantitatif eksplanatori bertujuan guna menjelaskan hubungan antara tiga variabel yang didapatkan selama proses penelitian (Bell, 2007: 574).

Dalam penelitian ini akan ditemukan analisis hubungan antara variabel independen peneliti, yaitu terpaan pemasaran sosial program UPPKA dan

tingkat pendidikan masyarakat terhadap variabel dependen, yaitu perilaku masyarakat dalam berusaha peningkatan pendapatan.

1.9.2 Populasi

Populasi adalah satu kelompok orang, kejadian, atau aspek-aspek lainnya yang target dari penelitian (Sekaran, 2016: 236). Populasi dari penelitian ini adalah warga Kampung Kokolaka yang terdaftar sebagai PUS (Pasangan Usia Subur) sebagai target kampanye program UPPKA Kampung Berkualitas dari BKBBN. Alasan dari penentuan populasi adalah bahwa berdasarkan data yang dipaparkan oleh semarangkota.id pada tahun 2023, Kampung Kokolaka menjuarai kompetisi Lomba Kampung Keluarga Berkualitas tahun 2023 melalui hasil pengawasan (*monitoring*) dan evaluasi Kampung KB lingkup Kota Semarang oleh Tim Dinas Pengendalian Penduduk dan KB Semarang, akan tetapi terdapat angka partisipasi yang rendah pada salah satu program. Sehingga populasi penelitian akan memiliki responden yang tepat karena memiliki permasalahan pada program UPPKA.

1.9.3 Sampling

1.9.3.1 Teknik Sampling

Teknik *sampling* untuk penelitian ini yaitu penarikan sampel probabilitas (*probability sampling*). Teknik tersebut tidak memberikan kesempatan setara bagi tiap elemen yang dijadikan populasi penelitian sebagai sampel (Sekaran, 2016: 267). Maknanya, tidak semua elemen dari populasi yang diteliti memiliki probabilitas atau kemungkinan yang

sama untuk menjadi bagian dari sampel. Dari segi teknik pengambilan *sample*, peneliti menggunakan *purposive sampling* yang berdasarkan pada karakteristik yang sebelumnya telah ditentukan peneliti.

1.9.3.2 Sample Size

Sampel adalah sekelompok responden dengan jumlah lebih kecil yang merupakan bagian dari populasi dan memiliki hubungan terhadap variabel yang sedang diteliti (Dawson, 2009: 48). Pada penelitian ini akan mengambil 100 responden dari warga yang terdaftar sebagai akseptor yang akan dijadikan sampel karena menurut Roscoe jumlah sampel yang sesuai untuk penelitian yaitu 30 hingga 500 responden (Sekaran, 2016: 264).

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan jenis data primer, di mana peneliti mendapatkan data dari responden secara langsung serta bersifat data terbaru (Dawson, 2009: 45). Sedangkan sumber data yang digunakan adalah responden sebagai objek penelitian yang telah ditentukan.

1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Terkait dengan alat yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian yaitu kuesioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah responden melakukan wawancara berdasarkan pertanyaan yang telah disusun.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

1.9.6.1 Editing

Tahapan ini dilakukan ketika peneliti sudah selesai mengumpulkan data dari target responden yang telah ditentukan sebelumnya. *Editing* merupakan upaya untuk menganalisis ulang keabsahan data yang didapat. *Editing* dilakukan baik pada tahap pengumpulan data maupun setelah data sudah diperoleh.

1.9.6.2 Coding

Tahapan *coding* dilakukan setelah selesai pada tahap editing. *Coding* yaitu tahap pemberian kode numerik (angka) pada data yang terdiri dari beberapa kategori.

1.9.6.3 Tabulasi

Tabulasi merupakan tahapan terakhir dalam pengolahan data. Tabulasi merupakan langkah pembuatan tabel-tabel data yang selaras dengan apa yang ingin dituju peneliti.

1.9.5. Teknik Analisis Data

Kendalls Tau-B digunakan sebagai teknik analisis data karena teknik tersebut dapat mengukur korelasi atau hubungan antar variabel untuk skala ordinal (Bell, 2019: 285). Kendalls Tau-B merupakan teknik analisis data yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan dengan meneliti hubungan antara variabel X1 (terpaan sosial pemasaran program UPPKA) dengan variabel Y (perilaku upaya peningkatan pendapatan), serta hubungan antara variabel X2

(tingkat pendidikan masyarakat) dengan variabel Y (perilaku upaya peningkatan pendapatan). Selain itu, hanya teknik Kendalls Tau-B yang dapat menjelaskan seberapa erat korelasi antara kedua variabel.