

Analisis rendahnya penggunaan kondom berdasarkan pendekatan pemasaran sosial di Kecamatan Kota Arga Makmur Kabupaten Bengkulu Utara 2002 = Analysis on the lowness of condom usage based on social marketing approach at Kota Arga Makmur Subdistrict in North Bengkulu District in 2002

Ikhsan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73207&lokasi=lokal>

Abstrak

Upaya pengendalian penduduk dan penurunan fertilitas merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari upaya kesehatan reproduksi yang berorientasi pada hak reproduksi perorangan. Pelayanan Keluarga Berencana (KB) diharapkan mampu meningkatkan derajat kesehatan reproduksi perorangan di samping menurunkan fertilitas. KB bertujuan untuk memenuhi hak reproduksi dan kesehatan reproduksi serta untuk membentuk keluarga kecil bahagia dan sejahtera. Program KB di Indonesia dianggap berhasil oleh dunia internasional, terbukti dengan tingkat kesertaan KB yang meningkat dari 26% tahun 1980, menjadi 50% tahun 1991, kemudian meningkat lagi menjadi 57% tahun 1997 dan terakhir menjadi 78,2% tahun 1999/2000.

Namun yang menjadi persoalan adalah penggunaan kontrasepsi oleh laki-laki masih rendah. Kontrasepsi kondom penggunaannya masih sangat rendah walaupun merupakan kontrasepsi yang efektif dan hampir tidak mempunyai efek samping serta merupakan satu-satunya alat kontrasepsi yang dapat mencegah penularan IMS dan HIV/AIDS.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali berbagai informasi mengenai rendahnya penggunaan kondom sebagai kontrasepsi di kecamatan kota Arga Makmur kabupaten Bengkulu Utara berdasarkan pendekatan pemasaran sosial.

Rancangan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan informan adalah provider dari berbagai tingkatan, yaitu tingkat penentu kebijakan, kordinator pelaksana dan pelaksana teknis pada Dinas Kesehatan dan BKKBN. Informan lain adalah konsumen bukan pengguna kondom.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah serta hasil penelitian dianalisis dengan analisis isi.

Hasil penelitian menunjukkan hampir semua informan, mengatakan kondom program berkualitas kurang baik dilihat dari segi ketebalan, kemasan dan aroma, sedangkan alasan tidak menggunakan kondom karena tidak praktis, mengurangi kenikmatan dan kurang efektif. Argumentasi tersebut menyebabkan rendahnya penggunaan kondom. Menurut provider harga kondom termasuk murah dan terjangkau. Menurut konsumen hampir tidak ada perbedaan dalam hal biaya yang dikeluarkan jika menggunakan kondom dibandingkan dengan kontrasepsi lain, bahkan cenderung lebih mahal jika penggunaan dalam jumlah relatif banyak. Distribusi sampai ke pelayanan terdepan tidak ada kendala. Apotek dan toko obat adalah tempat untuk mendapat kondom. Akses ke tempat tersebut mudah dan dapat dijangkau dengan biaya murah. Kendala lain

adalah promosi yang kurang, pesan yang disampaikan kurang komunikatif dan belum tersedianya dana khusus untuk kegiatan promosi. Media televisi merupakan sumber informasi utama mengenai kondom dan HIV/AIDS.

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran yang perlu dikemukakan. Pertama BKKBN dalam pengadaan kondom hendaknya memperhatikan kualitas produk dan disesuaikan dengan kebutuhan serta tuntutan konsumen. Tidak perlu lagi program kondom gratis karena tidak tepat sasaran. Kedua provider hendaknya meningkatkan kualitas dan frekuensi promosi.

<hr>

Analysis on the Lowness of Condom Usage Based on Social Marketing approach at Kota Arga Makmur Subdistrict in North Bengkulu District in 2002. Population control and fertility reduction attempts are not apart from reproduction health efforts oriented to individual reproduction right. Family planning program (FPP) is hoped to be able to improve personal reproduction health as well as reduce fertility. FPP is aimed at fulfilling personal reproduction and reproduction health, also forming happy and welfare small family. FPP in Indonesia is considered successful by the world with the proof that its membership participation increased from 26% in 1980, into 50% in 1991, into 57% in 1997 and finally into 78,2% in 1999-2000.

On the other hand, contraception used by men is still low. For example, condom is low, although this contraception is effective, almost has no side-effect, and seems to be the only contraception which enables to prevent IMS and HIV/AIDS spreading.

The research purpose is to explore a great deal of information about the lowness of condom usage as contraception tool at Kota Arga Makmur Subdistrict, North Bengkulu District based on social marketing approach.

The research uses qualitative method with informants through providers of all levels consisting of governance deciding maker, provider coordinator, technical operator from District Health Department and BKKBN. The other informant is non condom user. Data are collected through deep interview and directed group discussion. Then, these data are analyzed through content analysis.

The research proves that according to most informants, condom from FPP is not so good in thickness, package and odor. Then, the reason not to use condom is that it is not practical, not effective and reduces sexual enjoyment. These arguments cause the lowness of condom usage. According to provider, condom is cheap and accessible. According to consumers, condom almost has no price difference, if compared with other contraception tool. Even, condom tends to be expensive if used in great quantity. Condom distribution up to the user has no obstruction. Condom is usually obtained from drugstore and apotik. The access to those places is easy and reachable with cheap cost. The other obstruction is that condom promotion is less, its message is not so communicative and there is no special finance for its promotion. Television is dominant media for main information source for condom and HIV/AIDS.

Based on the research result, there are some points to suggest. First, BKKBN should notice condom quality in providing it and this providing suits the users need and demand. There should be no fee of charge condom

as it reaches wrong target. The second is that provider should improve condom quality and its promotion frequency.