

**Analisis Emosi Calon Akseptor Pria: Sebuah Dasar
Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat untuk Program
Keluarga Berencana di Surabaya**

Hilda Yunita Wono, Monika Teguh,
Christina Whidya Utami, Charly Hongdiyanto
Universitas Ciputra
hilda.yunita@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Untuk pengendalian penduduk kota Surabaya yang jumlahnya meningkat setiap tahun, Pemerintah Kota Surabaya menerapkan program Keluarga Berencana. Adanya program keluarga berencana di kota Surabaya ini sudah berjalan baik dan sebesar 99,74% akseptornya adalah perempuan (istri). Sedangkan untuk keluarga yang istrinya memiliki kendala dengan berbagai metode KB yang ada memilih untuk tidak menggunakan KB. Padahal pemerintah memiliki program untuk KB laki-laki. Untuk mendorong jumlah akseptor program KB pria, pemerintah Kota Surabaya akan meluncurkan iklan mengenai KB Pria. Untuk meningkatkan efektivitas iklan tersebut, emosi calon akseptor KB pria perlu dipelajari. Hasilnya menunjukkan bahwa emosi positif apabila menggunakan KB pria sebesar 79%. Emosi-emosi dengan nilai tertinggi dapat menjadi pertimbangan dalam mendesain iklan layanan masyarakat nantinya.

Kata kunci: Emosi, Keluarga Berencana, KB Pria

ABSTRACT

In order to control the numbers of a Surabaya's population whose numbers are increasing every year, the Surabaya City Government implements Family Planning program. Currently, family planning program has run well and 99.74% of the acceptors are women (wives). Whereas for families whose wives have problems with various family planning methods, they choose not to use family planning program. To encourage the number of acceptors of male family planning programs, the Surabaya City government will launch an advertisement about it. To support the effectiveness of these advertisements, the emotions of the male receptors is studied. The results show that the positive emotions when using male contraception were 79%. Emotions with the highest values should be considered when designing ads.

Keywords: Emotion, Family Planning Program, Man FP