

**Evaluasi Pengelolaan *Social Marketing* Nasyyiatul Aisyiyah
di Kota Yogyakarta**

(Studi Evaluatif Pengelolaan *Social Marketing* Nasyyiatul Aisyiyah
dalam Program PASHMINA tahun 2015-2017)

Evaluation of Social Marketing Management of Nasyyiatul Aisyiyah in Yogyakarta

(Study Evaluative of Social Marketing Management of Nasyyiatul Aisyiyah in PASHMINA
Program Year 2015-2017)

**Hasna Nafisah
20130530039**

**Departemen Komunikasi, Konsentrasi Public Relations
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Hasnanafisah07@gmail.com**

Abstrak

Penelitian ini untuk mengevaluasi pengelolaan *social marketing* pada tingkat Kota Yogyakarta melalui program PASHMINA tahun 2015-2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengelolaan *social marketing* melalui program PASHMINA pada tahun 2015-2017. Kerangka teori yang digunakan adalah *Social Marketing*, Kesehatan Sebagai Aspek dalam *Social Marketing*, dan model evaluasi PII yaitu Persiapan, Pelaksanaan dan Dampak yang dikembangkan pada tahun 2011 oleh Cutlip, Center dan Broom.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode evaluatif dengan jenis pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini pada tingkat Kota Yogyakarta (PDNA), yang beralamatkan di Jl. Sultan Agung No 14 Yogyakarta. Sumber data penelitian ini berasal dari wawancara dan foto dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi pengelolaan *social marketing* dalam program PASHMINA pada tingkat Kota Yogyakarta, telah berjalan dengan baik dan melaksanakan proses perencanaan program serta tahapan maupun strategi yang tepat dan sesuai pada model tahap persiapan. PASHMINA yang terbagi menjadi tiga sasaran pelaksanaan yakni sekolah, *public space* dan *by event* dalam menyampaikan pesannya dapat membantu sasaran remaja untuk mendapatkan manfaatnya. Meskipun pada pelaksanaannya, PASHMINA baru bekerjasama pada satu sekolah yakni Mualimmat. Dampak yang terlihat dari opini para peserta mengenai tingkat pemahaman berdasarkan hasil dari wawancara peneliti kepada program, mereka memahami tentang apa yang diberikan oleh PASHMINA, karena mereka mampu menjawab pertanyaan yang peneliti berikan.

Kata kunci : Evaluasi, *Social Marketing*, Kesehatan Reproduksi

ABSTRACT

This research is to evaluate the management of social marketing at Yogyakarta City level through PASHMINA program year 2015-2017. The purpose of this research is to describe the management of social marketing through PASHMINA program year 2015-2017. The theoretical framework used is Social Marketing, Health As Aspects in Social Marketing, and evaluation model (PII) preparation, implementation, and impact developed in 2011 by cutlip, Center and Broom.

The research method used is the evaluative method with the qualitative approach. The location of this research at the level of Yogyakarta (PDNA), which is addressed on Jl. Sultan Agung No. 14 Yogyakarta. The source of this research data comes from interviews and photo documentation.

The result of the research shows the evaluation of management of social marketing in PASHMINA program at the level of Yogyakarta City, has been running well and has implemented the program planning process by using the appropriate step and strategy and in accordance with the preparation stage model. PASHMINA which is divided into three implementation targets namely school, public space and by event to convey its message can help teenagers target to get the benefits. Although the implementation, PASHMINA only cooperate in one school namely Mualimmat. The visible impact of the participants' opinions on the level of understanding based on the results of the interviews of researchers to the program, they understand about what is given by PASHMINA, because they are able to answer questions that researchers give.

Keywords: Evaluation, Social Marketing, Reproductive Health.

PENDAHULUAN

Kesehatan reproduksi adalah keadaan sejahtera baik fisik, mental dan sosial yang utuh. Sedangkan pengertian kesehatan reproduksi menurut WHO adalah semua hal yang berkaitan dengan sistem reproduksi, fungsi serta proses yang ada pada diri manusia dan bukan hanya sekedar bebas dari penyakit berupa kecacatan saja (Depkes, 2003). Penjelasan tersebut juga tercantum dalam undang-undang No.61 tahun 2014 tentang kesehatan reproduksi, yang mana meliputi pelayanan kesehatan dan jaminan terhadap warga negara yang juga ditujukan kepada para remaja dalam rangka menjaga kesehatan reproduksi.

Namun, sering dijumpai permasalahan terkait dengan kasus kesehatan reproduksi yang belum seutuhnya teratasi. Selain itu, yang menjadi penyebab lain adalah kurangnya akses informasi mengenai kesehatan reproduksi dan masih banyak sebagian dari remaja yang malu dan enggan untuk menceritakan apa yang menjadi keresahan mereka atau yang sedang mereka alami. Sedangkan sarana pendukung lain seperti ruang konsultasi yang dapat untuk berbagi dianggap masih sedikit. Hal ini dikarenakan remaja juga butuh ruang pemahaman diri dalam hidupnya. Alasan tersebut yang melatar belakangi permasalahan mengenai kesehatan reproduksi dirasa perlu untuk meminimalisir

meningkatnya kurang pemahaman dan penyebab lain mengenai kesehatan reproduksi.

Salah satu contoh berdasarkan catatan dari data Dinas Kesehatan DIY selama tahun 2015 lalu, terkait angka persalinan remaja dan kehamilan diluar nikah dirasa cukup memprihatinkan. Bagaimana tidak, diketahui sebanyak 1.078 pelajar putri usia SMP dan SMA sudah melahirkan. Dari jumlah tersebut sebanyak 976 kasus hamil diluar nikah. Kasus terbanyak terjadi di Kabupaten Bantul yakni 276 kasus. Peringkat kedua disusul Kota Jogja dengan 228 kasus. Kemudian Sleman 219 kasus, Gunung kidul 148 kasus dan Kulonprogo 105 kasus. Lebih lanjut, tingginya kehamilan diusia remaja tak lepas dari masih kurangnya informasi kesehatan reproduksi (kespro) di kalangan remaja (Radar Jogja Online. Diakses pada 24, Februari 2017, sumber <https://www.radarjogja.co.id/prihatin-1-078-kasus-persalinan-remaja/>)

. Melihat dari tingginya permasalahan kesehatan reproduksi di Yogyakarta pada tahun 2015, salah satu penggerak yang peduli terhadap permasalahan tersebut adalah Nasyyatul Aisyiyah, yang mana merupakan organisasi otonom Muhammadiyah yang bergerak dalam bidang kemasyarakatan dan kepemudaan serta

berfokus pada perwujudan gerakan lingkungan layak perempuan dan anak.

Nasyiatul Aisyiyah dengan salah satu program unggulannya PASHMINA, yakni Pelayanan Remaja Sehat milik Nasyiatul Aisyiyah, merasa tergerak untuk melakukan perubahan dan memandang penting upaya peningkatan derajat terhadap masalah kesehatan reproduksi. PASHMINA sendiri merupakan salah satu program *social marketing* yang dimiliki oleh Nasyiatul Aisyiyah. Sehingga melalui permasalahan yang ada, Nasyiatul Aisyiyah menganggap mempunyai jalan keluar untuk mendampingi maupun mengatasi permasalahan yang dihadapi para remaja.

PASHMINA dalam pelaksanaan programnya memiliki target sasaran pada usia remaja, kisaran 12-20 tahun. Sedangkan tujuan dari terbentuknya program PASHMINA untuk meningkatkan pengetahuan remaja tentang kesehatan reproduksi dengan layanan kesehatan sesuai kebutuhan remaja.

Pelayanan kesehatan yang diberikan oleh PASHMINA bukan hanya materi mengenai isu kesehatan reproduksi saja, melainkan berbagai informasi, edukasi dan kegiatan positif seputar remaja. Bagi PASHMINA, dalam pelaksanaan kegiatan yang terpenting adalah konten yang disampaikan. Pendekatan yang dimiliki program PASHMINA sebagai *social*

marketing Nasyiatul Aisyiyah memiliki perbedaan dengan posyandu remaja lainnya. Dimana dalam melaksanakan pendekatannya dibumbui dengan nilai-nilai Islam (Husnul Khotimah Ketua Bidang Pendidikan Nasyiatul Aisyiyah, wawancara 7 Maret 2017).

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang peneliti angkat adalah “Bagaimana Evaluasi Pengelolaan *Social Marketing* Nasyiatul Aisyiyah dalam Program Pelayanan Remaja Sehat Nasyiatul Aisyiyah (PASHMINA) di kota Yogyakarta pada tahun 2015-2017?”

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian metode evaluatif dengan jenis pendekatan kualitatif.

Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2008:4), mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Namun, Menurut Moleong dalam Herdiansyah (2014:9), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang

dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu wawancara mendalam (*indepth interviews*) dan dokumentasi.

Landasan Teori

1. Social Marketing

Definisi *social marketing* atau pemasaran sosial menurut Kotler adalah salah satu strategi untuk mengatasi isu-isu sosial yang ada (Kotler, 2002:5).

2. Kesehatan Sebagai Aspek dalam Social Marketing

Dalam hal ini, aspek-aspek penting yang terdapat dalam *social marketing* meliputi aspek ekonomi, aspek sosial, aspek budaya dan aspek lingkungan. Pada dasarnya, kehidupan manusia tak lepas dari keempat aspek yang dapat memberikan dampak pada lingkungannya, karena aspek tersebut juga dapat mempengaruhi faktor perubahan sosial pada diri manusia yang bisa berdampak baik bahkan buruk pada dirinya.

Kesehatan juga merupakan bagian dari aspek penting dalam *social marketing*, karenanya

kesehatan juga sangat berkaitan dengan kehidupan yang ada pada dalam diri manusia. Kesehatan juga merupakan tanggung jawab masing-masing yang harus dijaga oleh individu. Namun, beberapa aspek tersebut juga dapat menentukan kondisi kesehatan pada kehidupan individu dan lingkungan masyarakat. Oleh sebab itu, keempat aspek tersebut juga dapat berpengaruh penting dalam kesehatan.

Kunci utamanya adalah manusia atau masyarakat, perilaku dan lingkungan yang mana dari ketiga faktor tersebut saling terkait pada pengaruh kehidupan individu. Selain itu, dinamika interaksi antar faktor berjalan atas dasar sosial budaya, seperti nilai, norma dan eksistensi keorganisasian sosial pendukung untuk pencapaian kesehatan (Loedin, Corbin *et. al.*, 2010:233-234).

3. Evaluasi Program

Model evaluasi PII (Persiapan, Pelaksanaan dan Dampak) dari Cutlip, Center dan Broom (2011:419). Didalam Terdapat beberapa level dari model evaluasi PII yang berperan untuk meningkatkan pemahaman dalam menilai pelaksanaan program.

HASIL PENELITIAN

A. Periapan

1. Kecukupan Informasi Latar Belakang Program

Permasalahan yang dihadapi para remaja terkait pentingnya kesadaran tentang kesehatan reproduksi adalah minimnya akses informasi yang mereka peroleh serta layanan konsultasi yang dianggap masih sedikit. Selain itu, para remaja juga minim akan informasi mengenai kesehatan. Itulah yang menjadi tujuan dan sasaran utama oleh PASHMINA dalam melaksanakan programnya.

2. Ketepatan Pesan dan Isi aktivitas

PASHMINA dalam menyampaikan pesannya mempunyai tujuan untuk membantu meningkatkan pengetahuan tentang kesehatan reproduksi sehingga program ini berjalan untuk mendekatkan layanan kesehatan sesuai kebutuhan remaja dan sebagai wadah berkumpulnya mereka untuk mengembangkan diri.

Pelaksanaan yang dilakukan oleh PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dengan menargetkan sasaran padaremaja umum putra dan putri berusia 12-20 tahun.

3. Kualitas Pesan dan Preentasi Aktivitas

Untuk menjaga kualitas pesan, Nasyyiatul Aisyiyah khususnya pada program PASHMINA memberikan kepercayaan dan tanggung jawab pada pengurus dan pelaksana program tersebut. Selain tanggung jawab dari para peggerak, PASHMINA juga memberi kepercayaan kepada tenaga ahli dari luar Nasyyiatul Aisyiyah yang akan membantu dalam menjalankan program ini. Nasyyiatul Aisyiyah secara terbuka menerima tenaga baru untuk membantu pelaksanaan program PASHMINA, karena Nasyyiatul Aisyiyah atau NA sendiri mengaku memiliki kekurangan dari segi SDM.

B. Pelaksanaan

1. Jumlah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang didesain.

Model pelaksanaan ini mengarah pada aktivitas dalam bentuk dokumentasi dan pemberitaan pada media online yang ditujukan. Pada publikasi untuk dokumentasi PASHMINA yang telah dibuat sebagai bentuk dukungan dalam sebuah kegiatan dan bahan dalam menyusun laporan yang dapat dijadikan evaluasi. dengan alamat *website* <http://www.nasyiah.or.id/>.

Sedangkan dokumentasi foto dan beberapa video terstimony dalam kegiatan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dibagikan ke media sosial Facebook dan Instagram dengan nama @Pashminadjoist.

2. Jumlah Pesan yang ditempatkan dan Aktivitas yang diimplementasikan

Kegiatan ini meliputi yang dibagi menjadi tiga sasaran yakni pelaksanaan di sekolah, *public space*, dan *by event*. Kegiatan tersebut dimaksudkan untuk lebih mengenalkan kepada khalayak luas dalam menyampaikan pesan.

Namun, program PASHMINA sendiri belum sepenuhnya tersebar luas di kalangan masyarakat. Sehingga, sasaran pelaksanaan khususnya pada tingkat sekolah yang perhatiannya adalah remaja, masih perlu ditingkatkan kembali. Berbeda dengan sasaran pelaksanaan yang diadakan selain di sekolah, sasaran lainnya adalah layanan yang dibuka di tempat umum atau biasa mereka sebut dengan nama "*public space* dan *by event*". Sehingga pada praktiknya pelaksanaan yang dibuka pada *public space* dan *by event* mengharapkan makin dikenal oleh khalayak luas dan dapat memberikan dampak yang positif serta membantu para peserta

untuk mengetahui kesehatan pada dirinya.

3. Jumlah Orang yang Menerima Pesan dan Aktivitas

pada tahun 2015 Kota Yogyakarta menempati angka tinggi ke dua terkait kasus kesehatan reproduksi. Padahal Yogyakarta juga merupakan awal mula terbentuknya program PASHMINA. Sehingga, Nasyiatul Aisyiyah dalam menjalankan programnya menasar remaja sebagai sasaran utamanya. Namun, jika pelaksanaan PASHMINA dibuka untuk *public space*, tingkat peserta yang datang atau ingin memeriksakan kesehatannya kebanyakan adalah para remaja akhir, yakni usia kisaran 18-20 tahun.

Namun, sasaran pelaksanaan program yang paling berhasil dilakukan oleh PASHMINA adalah di sekolah, karena peserta yang didapatkan tentu saja lebih banyak dan banyak yang menyerap. Meskipun, PASHMINA baru bekerjasama pada satu sekolah yakni Muallimat.

PASHMINA dalam melaksanakan programnya juga mendapatkan tanggapan positif dari para peserta. Peserta, dibuat cukup antusias saat kegiatan berlangsung.

4. Jumlah Orang yang Memperhatikan Pesan

Pada tahap ini dikatakan berhasil apabila peserta dapat memperhatikan pesan yang disampaikan oleh program PASHMINA. Hasil yang didapatkan adalah mereka mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang peneliti berikan.

C. Dampak

1. Jumlah Orang yang Memahami Isi Pesan

PASHMINA dalam mengkampanyekan pesannya memberikan penyampaian tentang kesehatan dan kesehatan reproduksi dengan tujuan agar mereka dapat mengetahui dan memahami terkait pesan yang disampaikan. Saat peneliti mendapatkan hasil wawancara dari beberapa responden yang pernah mengikuti kegiatan tersebut, pesan yang disampaikan oleh PASHMINA cukup dipahami oleh mereka.

2. Jumlah Orang yang Mengubah Opini

Peneliti menilai bahwa PASHMINA dalam menyampaikan pesannya mampu mengubah opini dari para peserta terkait kesehatan dan kesehatan reproduksi. Hal ini dikarenakan Rahma sebagai salah satu peserta menyampaikan bahwasannya dengan adanya program PASHMINA dapat membantu memberikan informasi dan wawasan dari materi yang diberikan oleh PASHMINA. Selain itu dengan tidak ditarik biaya membuat peserta tertarik untuk memeriksakan kesehatannya.

3. Jumlah orang yang mengubah sikap

Pada tahapan ini melihat dari berapa banyak orang yang mengubah sikap terkait dampak yang diterima oleh para peserta. Fakta yang terjadi di lapangan adalah rata-rata para peserta merasa antusias mengikuti program kegiatan ini dikarenakan adanya program PASHMINA menarik minat remaja. Hal ini dikarenakan apa yang mereka dapatkan setelah mengikuti kegiatan tersebut mampu membuat peserta untuk mengubah sikap mereka terkait pentingnya menjaga kesehatan dan kesehatan reproduksi.

4. Jumlah Orang yang Berbuat Sesuai yang diharapkan

Dalam hal ini data yang didapatkan dari hasil wawancara adalah setelah mengikuti program ini peserta menjadi paham akan pentingnya menjaga kesehatan diusia muda serta dapat mengetahui seberapa baik atau buruk kondisi badan pada tiap individu karena dengan adanya PASHMINA disetiap kegiatan, dapat meningkatkan tentang pentingnya menjaga kesehatan diusia muda (Arif Muhammad peserta PASHMINA, wawancara 13 Oktober 2017).

Peneliti menilai bahwa pada tahap ini, apa yang disampaikan oleh PASHMINA terhadap para peserta telah diterima dengan baik dan mengubah mereka untuk berbuat sesuai yang diharapkan oleh PASHMINA. Oleh karena itu, menurut peneliti tahap dampak yang terlihat dari para peserta PASHMINA dalam pelaksanaan programnya baru berjalan hingga pada tahap ini.

Dari empat pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya program PASHMINA dapat memberikan dampak yang positif pada para remaja untuk hadir dan memeriksakan kesehatannya.

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti kepada program,

mereka memahami tentang apa yang diberikan oleh PASHMINA, karena mereka mampu menjawab pertanyaan yang peneliti berikan. Dengan begitu, pada pelaksanaan program PASHMINA telah sampailah pada tahap tersebut. Meskipun perkembangan dari program PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta belum dapat diukur secara pasti. Hal itu disebabkan PASHMINA sendiri belum mempunyai indikator keberhasilannya.

KESIMPULAN

Evaluasi pengelolaan *social marketing* dalam programnya PASHMINA pada tingkat Kota Yogyakarta, telah berjalan dengan baik. Hal tersebut seperti didapatkan bahwa program ini berjalan untuk mendekatkan layanan kesehatan yang dibutuhkan oleh para remaja dan sarana berkumpulnya mereka untuk mengembangkan diri.

1. Persiapan

Pada evaluasi penilaian persiapan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta selaku pelaksana program PASHMINA telah melaksanakan proses

perencanaan program dengan menggunakan tahapan maupun pelaksanaan strategi yang tepat dan sesuai dengan model tahap persiapan.

2. Pelaksanaan

PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta, memiliki pedoman tersendiri untuk seluruh kegiatan yang telah direncanakan, baik yang dipublikasikan dan didokumentasikan ke dalam media sosial seperti Instagram serta facebook dengan nama @Pashminadjoist. Penyebaran pada media cetak pun dirasa perlu dikembangkan kembali sehingga sasaran yang didapat semakin bertambah. Dengan adanya program PASHMINA yang terbagi menjadi tiga sasaran pelaksanaan yakni sekolah, *public space* dan *by event* dalam menyampaikan pesannya dapat membantu sasaran remaja untuk mendapatkan manfaatnya. Meskipun, PASHMINA baru bekerjasama pada satu sekolah yakni Mualimmat.

3. Dampak

Hasil yang didapat, para peserta merasakan manfaat yang diperoleh dari pelaksanaannya, sehingga keberadaan PASHMINA dianggap mampu memberikan jawaban terkait permasalahan yang dihadapi oleh remaja terkait

kesehatan dan kesehatan reproduksi. Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti kepada program, mereka memahami tentang apa yang diberikan oleh PASHMINA, karena mereka mampu menjawab pertanyaan yang peneliti berikan. Oleh karena itu, perlunya pendekatan dan pendampingan serta edukasi yang diberikan oleh sasaran remaja untuk mengatasi permasalahan terkait hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M. Allen H. Center. Glen M. Broom. (2011) *Effective Public Relations*: edisi kesembilan. Jakarta:Kencana.
- Herdiansyah, Haris. (2014), *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta:Salemba Humanika.
- Kotler, Philip. (2002). *Social Marketing:Improving the Quality of Life*. United States of America: Sage Publication, Inc.
- Moleong, Lexy J (2008), *Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jurnal
- Tumanggor, Rusmin. (2010). Masalah-Masalah Sosial Budaya dalam Pembangunan Kesehatan di Indonesia: Masyarakat & Budaya. Vol.12. No.02.

www.nasyiah.or.id

<http://www.radarjogja.co.id>

<https://web.facebook.com/pashmina.djogjaistime>
[wa](https://www.instagram.com/pashminadjoist/)

<https://www.instagram.com/pashminadjoist/>

