

**SOCIAL MARKETING BADAN LINGKUNGAN HIDUP DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA (BLH DIY) PADA PROGRAM MERTI KALI
DI SUNGAI WINONGO PERIODE 2017**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Dessy Wulansari

20150530006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah di uji dan di pertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Kominikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 22 Mei 2019
Tempat : Ruang Negosiasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M., Si.

Penguji I

Penguji II

Dr. Yeni Rosilawati, S. IP., MM.

Taufiqurrahman, S.IP., MA., Ph. D.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 22 Mei 2019

Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Penulis yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dessy Wulansari

NIM : 20150530006

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : ISIPOL

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : *Social Marketing* Badan Lingkungan Hidup Daerah

Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) pada Program Merti

Kali di Sungai Winongo Periode 2017

Skripsi ini adalah hasil karya penulis sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah penulis nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya penulis ini terbukti merupakan hasil plagiat / menjiplak karya orang lain maka penulis bersedia dicabut gelar sarjananya.

Penulis

Dessy Wulansari

MOTTO

**TIDAK ADA KEBERHASILAN TANPA MELALUI KEGAGALAN.
KEGAGALAN MERUPAKAN SUATU TAHAP PEMBELAJARAN YANG
SANGAT BERTERHARGA.
NIAT, BERJUANG DAN MENIKMATI SETIAP PROSES MERUPAKAN
SUATU KUNCI MENUJU KEBERHASILAN ☺**

- DESSY WULANSARI -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat Rahmat dan KaruniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“*Social Marketing* Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) pada Program Merti Kali di Sungai Winongo Periode 2017”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Komunikasi di Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa untuk penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dukungan dan juga bantuan dari beberapa pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, terimakasih kepada :

1. Allah SWT, karena berkat rahmat dan juga karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas kelancaran dan perlindungannya hingga detik ini, penulis megucapkan syukur atas segala bentuk nikmat yang telah Engkau berikan.
2. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP, M.Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammdiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M. Si. selaku Dosen Pembimbing, terima kasih ibu atas bimbingan, waktu, saran dan juga telah sabar dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S. IP., MM. selaku dosen penguji, terimakasih bu atas masukan-masukan yang ibu berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Taufiqurrahman, S.IP., MA., Ph. D. selaku dosen penguji, terimakasih banyak pak kerana bapak telah memberikan masukan-masukan dan dapat membuat penulis menjadi lebih mudah dalam melanjutkan ketahap berikutnya.
6. Mba Eni Yuniarti S.T, M. Eng. terimakasih sudah meluangkan waktunya dan telah bersedia memberikan informasi yang saya butuhkan dalam penelitian ini, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak Sjamsu Agung Widjaja, SE.MM, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan informasi yang saya butuhkan sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Warga dari peserta Program Merti Kali yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk saya wawancarai.
9. Kedua orang tua penulis, Bapak dan juga Mama yang telah menyekolahkan, mendidik dan memberikan materi, dukungan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan sampai ke jenjang perkuliahan ini.
10. Kakak-kakak penulis (Mba Citra, Mas Dimas) dan juga Kembaran penulis (Debby) yang telah senantiasa memberikan dukungan agar segera menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk doanya.
11. Sahabat dari SMP hingga sekarang satu Jurusan di perkuliahan, Ella Ulya Ayzuari yang telah memberikan rekomendasi tempat magang dan

- membuat saya mendapatkan judul penelitian, terimakasih dukungan dan doanya.
12. Luthfi Latifah Sholihah yang selalu bersedia memberikan masukan serta menampung keluh kesah yang penulis berikan. Terimakasih dukungan dan doanya.
 13. Dika Eka Putri yang bersedia untuk membantu penulis saat kebingungan melanda dengan secara tiba-tiba. Terimakasih banyak dukungan dan doanya.
 14. Ana Hasfiah yang senantiasa memberikan semangat, dukungan dan juga doanya.
 15. Elsi Yuliyanti yang senantiasa memberikan semangat dan juga dukungannya.
 16. Bimbingan Ibu Adhianty 2015, Dika, April, Mutia, Fida, Sofia, Lastri, Dea, Resma dan Assha terimakasih telah kebersamai ☺
 17. Intan dan juga Ayu mahasiswi PBI yang bersedia membantu penulis untuk menerjemahkan abstrak bahasa inggis. Terimakasih kalian hehe ^^
 18. Suwe Group, Egga, Diva dan Dhita yang memberikan semangat saat penulis sedang membutuhkan pundak. Terimakasih Suwe :D
 19. Seluruh rekan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
 20. Terimakasih untuk semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya berupa kesehatan, kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini. Tidak lupa sholawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi besar Muhammad SAW keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa umat manusia ke zaman yang penuh pencerahan dan penuh dengan ilmu pengetahuan.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Ilmu Sosial dan Politik jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan. Penulis ingin mengucapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu sehingga kegiatan Magang ini dapat tersusun dengan baik, kepada yang Terhormat :

1. **Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc** selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammdiyah Yogyakarta.

2. **Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M. Si.** selaku Dosen Pembimbing, terima kasih ibu atas bimbingan, waktu, saran dan juga telah sabar dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. **Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S. IP., MM.** selaku dosen penguji, terimakasih bu atas masukan-masukan yang ibu berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. **Bapak Taufiqurrahman, S.IP., MA., Ph. D.** selaku dosen penguji, terimakasih banyak pak kerana bapak telah memberikan masukan-masukan dan dapat membuat penulis menjadi lebih mudah dalam melanjutkan ketahap berikutnya.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf sebesar-besarnya. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Penulis

Dessy Wulansari

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Dessy Wulansari

21050530006

***Social Marketing* Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) pada Program Merti Kali di Sungai Winongo Periode 2017**

Tahun Skripsi : 2019 + 121 Halaman + 26 Gambar + 17 Tabel

Daftar Pustaka : 23 Buku + 13 Jurnal + 6 Internet + 1 Sumber Lain

Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki tanggung jawab untuk pengendalian pencemaran kualitas air yaitu dengan malakukan Program Merti Kali. Program Merti Kali merupakan kegiatan yang mengandung makna memelihara, menjaga, dan melestarikan sungai. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *social marketing* Program Merti Kali yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta dalam merubah perilaku masyarakat untuk menjaga kelestarian lingkungan sungai pada Periode 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), dokumentasi, dan data pendukung lainnya. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa elemen-elemen dalam *social marketing* yang digunakan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY berupa 6P (*Product, Price, Place, Promotion, Partnership, Policy*). *Product* dalam proses *social marketing* di sini berupa perubahan perilaku. *Price* berupa usaha yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. *Place* dalam *social marketing* di sini mudah dijangkau oleh target sasaran saat kegiatan sosialisasi maupun kerja bakti Program Merti Kali. Kegiatan *promotion* dalam penelitian ini melalui media sosial, cetak dan elektronik selain itu juga adanya kegiatan *workshop* sebelum dilakukannya kerja bakti Program Merti Kali. *Partnership* yang bekerjasama dengan Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu dengan Forum Pegiat Sungai. *Policy* atau kebijakan dalam penelitian ini bentuknya bermacam-macam yaitu berupa Peraturan Presiden hingga Peraturan Daerah yang mendukung Program Merti Kali.

Kata Kunci : *Social Marketing*, Merti Kali, Sungai Winongo

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social Political Science

Communication Science Studies

Public Relations Concentration

Dessy Wulansari

21050530006

Social Marketing by the Environment Agency of Special Region of Yogyakarta (BLH DIY) on the Merti Kali Program at the Winongo River on 2017 Period

Year of Skripsi : 2019 + 121 Pages + 26 Pictures + 17 Table

References : 23 Books + 13 Journal + 6 Internet + 1 Another sources

Environmental agency of Special Region of Yogyakarta has responsibility for controlling the population of water quality by doing Merti Kali Program. Merti Kali Program is an activity that has the meaning of maintaining, preserving, and taking care of the river. The purpose of this study was to determine how the social marketing of the Merti Kali Program was carried out by the Environment Agency of the Special Region of Yogyakarta in changing people's behavior to preserve the environment of the river in the 2017 Period. The study used a descriptive qualitative method by collecting data through in-depth interviews, documentation, and other supporting data. The results of this study found that the elements in social marketing are 4P + 2P (Product, Price, Place, Promotion + Partnership, Policy). The product in this study is the form of behavior change. Price is a form of effort that did to achieve the desired results. Place in this study is easily accessible to the target audience during the Merti Kali Program socialization and community service activities. The promotion activity in this study was through social media, print media and electronic media, besides the workshop activities before the Merti Kali Program was held. Partnership in collaboration with the Environment Agency of Special Region of Yogyakarta is the River Activist Forum. Policy in this study has various forms, namely in the form of a Presidential Regulation to a Regional Regulation that supports the Merti Kali Program.

Kata Kunci : *Social Marketing*, Merti Kali, Winongo River

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KE ASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	8
1. <i>Social Marketing</i> (Pemasaran Sosial).....	8
2. Kesadaran Lingkungan	27
F. Metode Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Waktu dan Tempat Penelitian	31
3. Objek Penelitian	31
4. Teknik Pengumpulan Data	31
5. Teknik Analisis Data	33
6. Sistematika Penulisan	35

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Badan Lingkungan Hidup DIY	37
---	----

1. Sejarah Singkat Badan Lingkungan Hidup DIY	37
2. Logo Badan Lingkungan Hidup DIY	38
3. Visi dan Misi Badan Lingkungan Hidup DIY	38
4. Tugas Pokok dan Fungsi Badan Lingkungan Hidup DIY	41
5. Sruktur Organisasi Badan Lingkungan Hidup DIY	42
6. Lokasi Badan Lingkungan Hidup DIY	48
B. Gambaran Umum Program Merti Kali	48
1. Sejarah Program Merti Kali	48
2. Tujuan Program Merti Kali	49
3. Sasaran/Target Program Merti Kali	49
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA	
A. SAJIAN DATA	52
1. Latar Belakang Program Merti Kali	52
2. Tujuan dan Sasaran Program Merti Kali	54
3. Elemen-elemen <i>Social marketing</i>	54
1) <i>Product</i> (Produk)	55
2) <i>Price</i> (harga)	60
3) <i>Place</i> (Tempat)	71
4) <i>Promotion</i> (Promosi)	82
5) <i>Partnership</i> (Kemitraan)	98
6) <i>Policy</i> (Kebijakan)	101
B. Analisis Data	105
1. Elemen-elemen <i>Social marketing</i>	105
1) <i>Product</i> (Produk)	106
2) <i>Price</i> (Harga)	108
3) <i>Place</i> (Tempat)	109
4) <i>Promotion</i> (Promosi)	111
5) <i>Partnership</i> (Kemitraan)	113
6) <i>Policy</i> (Kebijakan)	115
BAB IV PENUTUP	
A. KESIMPULAN	117

B. SARAN.....	119
1. Bagi Badan Lingkungan Hidup DIY	119
2. Bagi Peneliti selanjutnya	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Kinerja BLH DIY	4
Tabel 1.2 <i>Social marketing</i>	11
Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Sosialisasi	62
Tabel 3.2 Penggal 1 Sungai Winongo.....	65
Tabel 3.3 Penggal 2 Sungai Winongo.....	66
Tabel 3.4 Penggal 3 Sungai Winongo.....	66
Tabel 3.5 Penggal 4 Sungai Winongo.....	67
Tabel 3.6 Penggal 5 Sungai Winongo.....	68
Tabel 3.7 Penggal 6 Sungai Winongo.....	68
Tabel 3.8 Lokasi Penggal 1 Sungai Winongo.....	76
Tabel 3.9 Lokasi Penggal 2 Sungai Winongo.....	77
Tabel 3.10 Lokasi Penggal 3 Sungai Winongo.....	77
Tabel 3.11 Lokasi Penggal 4 Sungai Winongo.....	77
Tabel 3.12 Lokasi Penggal 5 Sungai Winongo.....	78
Tabel 3.13 Lokasi Penggal 6 Sungai Winongo.....	78
Tabel 3.14 Media Promosi melalui Media Sosial	83
Tabel 3.15 Media Promosi Program Merti Kali 2017	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tipe Produk Sosial	13
Gambar 1.2 Bentuk <i>Price</i>	16
Gambar 1.3 Alur Distribusi Produk Sosial <i>Intangible</i>	17
Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi BLH DIY	44
Gambar 3.1 Penyerahan alat Program Merti Kali.....	57
Gambar 3.2 Sebelum dan Sesudahnya di lakukan Program Merti Kali.....	71
Gambar 3.3 Peta Sungai Winongo	76
Gambar 3.4 Kegiatan Merti Kali penggal 1 titik 2	79
Gambar 3.5 Kegiatan Merti Kali penggal 2 titik 3	79
Gambar 3.6 Kegiatan Merti Kali penggal 3 titik 5	80
Gambar 3.7 Kegiatan Merti Kali penggal 4 titik 1	80
Gambar 3.8 Kegiatan Merti Kali penggal 6 titik 7	81
Gambar 3.9 Akun <i>Istagram</i> Merti Kali BLH DIY.....	84
Gambar 3.10 <i>Postingan</i> pertama pada tahun 2017 oleh BLH DIY	85
Gambar 3.11 <i>Postingan</i> kedua pada tahun 2017 oleh BLH DIY.....	86
Gambar 3.12 <i>Postingan</i> ketiga pada tahun 2017 oleh BLH DIY	87
Gambar 3.13 Komik Program Merti Kali	88
Gambar 3.14 Leaflet Program Merti Kali	89
Gambar 3.15 Umbul-umbul yang di pasang oleh BLH DIY	90
Gambar 3.16 Kegiatan Sosialisasi oleh BLH DIY dengan masyarakat Sekitar Sungai Winongo	94
Gambar 3.17 Kegiatan <i>workshop</i> oleh BLH DIY pada tahun 2017 saat Melakukan absensi.....	96
Gambar 3.18 Kegiatan <i>workshop</i> oleh BLH DIY pada tahun 2017 saat Pembukaan.....	96
Gambar 3.19 Kegiatan <i>workshop</i> oleh BLH DIY pada tahun 2017 saat diskusi	97
Gambar 3.20 Kegiatan <i>workshop</i> oleh BLH DIY pada tahun 2017 mengundang Forum Pegiat serta Perwakilan Masyarakat.....	97

Gambar 3.21 Perwakilan BLH DIY, FKWA, dan Ketua RW	100
Gambar 3.22 Perwakilan BLH DIY Bersama Warga Dusun Jetis.....	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Interview Guide
Lampiran 2	Hasil Wawancara