

**KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL MENUMBUHKAN KESADARAN
UNTUK MELAKUKAN PENCEGAHAN DINI KANKER RAHIM
OLEH DINAS KESEHATAN KOTA YOGYAKARTA**

**(Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Sosial Menumbuhkan Kesadaran
Untuk Melakukan Pencegahan Dini Kanker Rahim
Oleh Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta)**

***SOCIAL MARKETING COMMUNICATION RAISES THE AWARENESS OF
TO DOING THE EARLY PREVENTION OF THE SERVIX CANCER DONE
BY THE HEALTH OF DEPARTMENT CITY YOGYAKARTA***

***(Case Study Social Marketing Communication Raises The Awareness of
To Doing The Early Prevention of The Servix Cancer Done
By The Health of Department City Yogyakarta)***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S1) Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun oleh
Shobriyah Nur Rohmah
20050530232**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 16 Agustus 2010
Tempat : Lab. Editing
Dengan Nilai

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Tri Hastuti Nur R. S.Sos.M.Si

Penguji I

Penguji II

Muria Endah Sokowati, S.IP.,M.Si

Aswad Ishak, S.IP

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 19 Agustus 2010


Suciati, S.Sos., M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi ALLAH SWT Tuhan semesta Alam yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan anugerahnya seta kemudahan dalam menuntut ilmu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan kali ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya menyelesaikan skripsi ini dengan segala keterbatasan dari kemampuan yang dimiliki.

Atas selesainya penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bpk. Ir. H. M. Dasron Hamid, M. Sc selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Suciati S. Sos M.Si, selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Tri Hastuti Nur R, S. Sos, M.Si selaku Dosen pembimbing, terima kasih ibu untuk waktu, saran yang diberikan pada saat bimbingan sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Ibu Muria Endah S.IP, M. Si selaku Dosen penguji I terima kasih ibu atas sarannya.
5. Bapak Aswad Ishak S.Ip selaku Dosen penguji II terima kasih bapak untuk koreksinya.
6. Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta. Pak Aris Sutrisna, Mba Yuni dan semua bagian Probangkes terima kasih untuk waktu dan bantuannya.
7. Teman-teman dan sahabat Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2005 khususnya kelas D yang ga bisa aku sebutkan satu-satu.

8. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kepada semua pihak yang telah membantu, hanya ini yang dapat penulis katakan dan berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Wassalamuallaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Agustus 2010

Shobriyah Nur Rohmah

ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relation
Shobriyah Nur Rohmah
20050530323**

Komunikasi Pemasaran Sosial menumbuhkan Kesadaran Untuk Melakukan Pencegahan Dini Kanker Rahim Oleh Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta Periode 2007-2008

Tahun skripsi : 2010 + 101 halaman + 8 lampiran

Daftar kepustakaan : 16 buku + 2 sumber online + 1 tabloid + 6 arsip Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta

Penelitian ini membahas tentang aktivitas komunikasi pemasaran sosial dalam upaya menumbuhkan kesadaran untuk melakukan pencegahan dini kanker rahim oleh Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta. Daerah kota yang sering memiliki gaya hidup bebas dan pola hidup kurang baik dapat berpotensi meningkat kan faktor resiko penyakit kanker rahim. Hal tersebut menjadi dasar pentingnya aktivitas komunikasi pemasaran sosial sebagai upaya mendorong munculnya kesadaran masyarakat untuk mencegah kanker rahim sejak dini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta. Serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh Dinas kesehatan Kota Yogyakarta dalam aktivitas komunikasi pemasaran sosial tersebut. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus.

Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara dan dokumentasi kemudian dilanjutkan dengan mereduksi data, kemudian penyajian data, analisis dan diakhiri dengan kesimpulan dan saran. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa aktivitas komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta merupakan suatu bentuk komunikasi sosial pada masyarakat dimana Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta sebagai coordinator, fasilitator dan regulator dibidang kesehatan berusaha untuk melakukan perubahan sosial terkait masalah kesehatan yaitu kanker rahim di Kota Yogyakarta.

Dalam aktivitas komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan, peneliti melihat Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta tidak begitu maksimal dalam memanfaatkan media cetak dan elektronik guna menyampaikan pesan pada khalayak sasaran. Cakupan wilayah dan bentuk kegiatan dari aktivitas komunikasi pemasaran sosial juga dirasakan belum merata dan efektif sehingga respon yang diharapkan juga belum maksimal. Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti memberi masukan kepada Dinas Kesehatan untuk lebih meningkatkan kinerjanya dengan memaksimalkan pemanfaatan media yang ada seperti radio, televisi dan majalah, serta melakukan tahap perencanaan yang lebih matang lagi.

ABSTRACT

University Muhammadiyah of Yogyakarta
Faculty of Social and political science
Department of Communication
Consentratio Public Relation
Shobriyah Nur Rohmah
20050530232

Social marketing communication Raises The awareness of to doing the early prevention of the cervix cancer done by the health of department city

Yogyakarta Perod 2007 - 2008

Years of Scrimption : 2010 + 101 pages + 8 archives

Catalog of Literature : 16 books + 2 search online + 1 tabloid + 6 archives from Department City of Yogyakarta

This observation talks about social marketing communication activities as an effort to raise the awareness of cervix cancer early prevention which done by the Health Department of Yogyakarta. A city that tend to has the free lifestyle and unhealthy life cause the potential raise the risk of cancer cervix disease. These problem base the importance of social marketing communication activities as an effort to gain the society awareness for early prevention of cervix cancer.

The destination is knowing how the social marketing communication activity which done by health department of Yogyakarta is growing up to awareness of cervical cancer in Yogyakarta. And it's also evaluation for the health department of Yogyakarta in social marketing communication activity. The kind of the observation is qualitative observation with case studied.

The steps of the data analyzing which done in the observation are collecting data by interview and documentary, then done the data reduction, then in serving the data and analyzing, then it's finished by conclusion and suggestion. The observation is illustrating that the social marketing communication activity who done by health department of Yogyakarta is one of shape of social communication to the people where it's position as a coordinator, facilitator, and regulator in trying to make a change of handling in cervical cancer

In the social marketing communication which done, the observer saw that health department of Yogyakarta did not too maximum on using the mass media to campaign it to the people. It's also felt by them. Because of that, they didn't got response as that they want. Based on the fact the observer give a advise for the department to increasing their work by using the mass media like radio, television, magazine, newspaper with maximal. And also do the steps of plan which more conceptual in order to get maximal response as that expected.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kerangka Teori	7
D.1. Unsur-unsur Pokok dalam Proses Komunikasi	7
D.2. Konsep Pemasaran Sosial	11
D.3. Komunikasi Persuasi	22
D.4. Perilaku Kesehatan	23
E. Metode Penelitian	
E.1. Jenis Penelitian	25
E.2. Teknik Pengumpulan Data	26
E.3. Lokasi Penelitian	27

E.4. Teknik Analisa Data	27
BAB II GAMBARAN UMUM DINAS KESEHATAN	
YOGYAKARTA	
A. Gambaran Umum Kota Yogyakarta	30
B. Sejarah Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta	32
C. Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta	33
D. Kewenangan Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta	36
E. Program Kesehatan Kota Yogyakarta	37
F. Pencapaian Pembangunan Kesehatan Kota Yogyakarta	42
BAB III PEMBAHASAN	
A. Data Hasil Penelitian	47
1. Latar Belakang Aktivitas Komunikasi Pemasaran Sosial	47
2. Tahap Riset (Analisis SWOT)	50
3. Tahap Perencanaan	53
4. Aktivitas Komunikasi Pemasaran Sosial.....	69
5. Monitoring dan Evaluasi	75
6. Faktor Pendukung dan Penghambat	78
B. Analisis Hasil Penelitian	82
1. Analisis terhadap penerapan analisis SWOT	84
2. Analisis Terhadap Tahap perencanaan	85
3. Analisis Terhadap Agen perubahan	86

4. Analisis Terhadap Sumber daya manusia	87
5. Analisis Pesan yang disampaikan Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta	89
6. Analisis Terhadap Media yang digunakan	91
7. Respon yang terjadi dari Aktivitas Komunikasi	92
8. Analisis terhadap sasaran dari Aktivitas Komunikasi	93
9. Analisis Kegiatan dalam Aktivitas Komunikasi	94

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	98
B. Saran	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Pemasaran Sosial versus Pemasaran Komersial	14
Table 2.1 Jenis dan Jumlah Sarana Pelayanan Kesehatan	32
Table 2.2 Rasio Sarana Dasar Terhadap Penduduk	45
Table 2.3 Rasio Sarana Kesehatan Rujukan Terhadap Penduduk	46
Table 3.1 Hasil Pendataan Tersangka	49
Table 3.2 Hasil Pendataan Penderita	50
Table 3.3 Upaya Kesehatan Bersumber Daya Masyarakat	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Communication Competency	8
Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta	35
Gambar 3.1 Kegiatan Penyuluhan di Kelurahan Giwangan	70
Gambar 3.2 Kegiatan Penyuluhan di Kelurahan Umbulharjo	72