

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Riskika Mahmudahsani

20120530143

Strategi Pemasaran Sosial Badan KBPMPP (Keluarga Berencana Pemberdayaan Masyarakat dan Pemberdayaan Perempuan) dalam Mengkampanyekan Program Pemerintah “DUA ANAK CUKUP” di Kabupaten Sleman Yogyakarta tahun 2015/2016

Tahun Skripsi : 2016 + 112 Hal + 15 Gambar + 6 Tabel

Daftar Pustaka : 16 Buku + 1 Skripsi + 5 Jurnal Online + 8 Sumber Online

Indonesia saat ini merupakan Negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak keempat di Dunia yaitu 255.993.674 jiwa. KBPMPP adalah badan yang melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pengendalian penduduk dan penyelenggaraan keluarga berencana. Sleman merupakan salah satu kabupaten yang ada di daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki kepadatan penduduk terbanyak dan juga memiliki angka kelahiran tertinggi dibandingkan dengan kabupaten kota lainnya yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran sosial dari badan KBPMPP dalam mengkampanyekan program pemerintah Dua Anak Cukup, karena dilihat dari program yang terbilang sudah lama ini merupakan program yang harus terus di kampanyekan agar target yang diharapkan dalam beberapa tahun kedepan dapat tercapai. Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif dan metode yang digunakan yaitu studi kasus.

Dimana hasil dari penelitian ini untuk melihat strategi pemasaran sosial yang dilakukan badan KBPMPP dalam melakukan kampanye sosialnya. Kerjasama dengan berbagai mitra kerja dan juga melalui media massa adalah salah satu strategi promosi yang digunakan oleh KBPMPP. Adanya kesukarelaan masyarakat untuk menjadi seorang kader pun dijadikan sebuah strategi yang baik untuk melakukan pendekatan secara psikologis kepada masyarakat, hal tersebut karena masyarakat Sleman lebih nyaman jika dilakukan komunikasi secara langsung.

Kata kunci: Pemasaran Sosial, Dua Anak Cukup, Strategi

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Politics Science

Departement of Communication Science

Riskika Mahmudahsani (20120530143)

Social Marketing Strategy of KBPMPP (Keluarga Berencana Pemberdayaan Masyarakat dan Pemberdayaan Perempuan) to campaign government program “DUA ANAK CUKUP” in Kabupaten Sleman Yogyakarta 2015/2016

Year 2016 + 112 page + enclosure (lampiran)

References: 16 Books + 1 Skripsi + 5 Online Journal + 8 Online Reference

Indonesia is a country that have 255.993.674 population which makes Indonesia included in the top fourth biggest population in the world. KBPMPP is government organization which have a big part to control the birth of citizen and implement government program such as Keluarga Berencana. Sleman is one of the regions in Yogyakarta that have the biggest citizen density and the highest fertility rate.

The purpose of this research is to examine social marketing strategy that use by KBPMPP to campaign government program Dua Anak Cukup, because this program is already implemented but it's need to be campaign over and over again to reach the targets. The type of research method is qualitative approach with case study to analyze the data.

The result of this research indicates that work together with business partners and use mass media as media to campaign are two of the social marketing strategies use by KBPMPP. KBPMPP also use voluntary from citizen to campaign the program as psychological approach because citizen more comfortable if the program campaign use direct communication.

Keyword : Social Marketing, Dua Anak Cukup, Strategy