

## **BAB III**

### **PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana evaluasi pengelolaan *social marketing* oleh Nasyyiatul Aisyiyah dalam program PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta. Pada program tersebut, PASHMINA mempunyai tujuan untuk memberikan layanan kesehatan dan edukasi seputar kesehatan dan kesehatan reproduksi yang dikemas melalui pos-pos kegiatan sesuai kebutuhan remaja. Hal itu dikarenakan, mengingat minimnya pengetahuan mengenai kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan dan kesehatan reproduksi. Fokus evaluasi program dalam penelitian ini adalah evaluasi pengelolaan *social marketing* Nasyyiatul Aisyiyah di Kota Yogyakarta pada tahun 2015-2017, dengan nama programnya yakni PASHMINA (Pelayanan Remaja Sehat Milik Nasyyiatul Aisyiyah). Kemudian, pada penelitian ini menggunakan tahapan atau tingkatan dari teori evaluasi program milik Cutlip, Center dan Broom yang dikembangkan pada tahun 2011, dengan model evaluasi PII meliputi: Persiapan, Pelaksanaan dan Dampak.

#### **A. Persiapan (*Preparation*).**

Tahap awal evaluasi program dalam teori evaluasi PII, menduduki pada tingkatan tahap persiapan. Sehingga, perlu diketahui apa saja yang menjadi bagian pada tahap persiapan. Hal tersebut meliputi bagaimana kecukupan dari pengumpulan informasi tentang latar belakang program yang

digunakan untuk mengukur apakah informasi tersebut sesuai untuk tahap dalam membuat perencanaan program atau tidak, ketepatan pesan dan isi dari aktivitas, serta kualitas pesan dan presentasi dari aktivitas. Kemudian, pada tahap ini dilakukan untuk membuat perencanaan program agar efektif dengan perlunya mengetahui ketepatan sasaran dan latar belakang program.

#### 1. Kecukupan Informasi Latar Belakang Program.

Kecukupan informasi mengenai latar belakang program diperoleh dengan mengetahui bagaimana tahap penyusunan dalam perencanaan program Nasyiatul Aisyiyah yang dilakukan oleh PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta. Tahap perencanaan ini dipaparkan berdasarkan latar belakang mengenai informasi yang telah didapatkan sebelumnya, dengan penentuan target sasaran dan penjabaran krisis atau permasalahan yang ada berdasarkan riset.

Nasyiatul Aisyiyah sebagai lembaga non profit merasa terpenggil dan tergerak untuk melakukan perubahan dengan memberikan pendekatan pada remaja terkait permasalahan pada kasus kesehatan remaja saat ini. Dari sanalah, awal mula terbentuknya gagasan untuk membuka layanan kesehatan yang mana sasarannya adalah para remaja. Nasyiatul Aisyiyah dalam programnya yakni Pelayanan Remaja Sehat Milik Nasyiatul Aisyiyah atau disingkat PASHMINA, menganggap penting upaya peningkatan derajat

terhadap permasalahan kesehatan remaja, khususnya terkait kesehatan reproduksi.

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. Sedangkan, remaja butuh pemahaman dan pendekatan akan hal itu. Karena pada umumnya remaja rentan dengan masalah seputar hal kesehatan. Bukan hanya itu melainkan pada mental, fisik dan spiritual, yang mana remaja merasa krisis identitas, jati diri dan belum tau tentang kesehatan fisik pada dirinya, salah satunya terkait kesehatan reproduksi. Selain itu, para remaja juga minim akan informasi mengenai kesehatan. Itulah yang menjadi tujuan dan sasaran utama oleh PASHMINA dalam melaksanakan programnya. Kemudian, PASHMINA dalam *social marketingnya* mempunyai cara untuk melaksanakan programnya dengan memberikan pendekatan dan edukasi pada sasarannya. Hal tersebut tak terkecuali bagi yang sedang mengalami masalah maupun yang belum, karena bagi yang belum dengan harapan tidak terbawa arus atas permasalahan tersebut. Oleh karena itu, perlu disiapkan sarana atau ruang-ruang untuk edukasi yang ditujukan bagi mereka (Husnul Khotimah Ketua Bidang pendidikan, wawancara, 7 Maret 2017).

Peneliti menilai bahwa selain sebagai wujud kepedulian, program PASHMINA juga hadir sebagai bentuk pendekatan dan pendampingan kepada para remaja. Sehingga, pada masa perkembangan mereka diharapkan tidak mudah terpengaruh kepada hal-hal yang negatif di luar lingkungan. Berdasarkan data yang diperoleh, adanya program PASHMINA karena remaja perlu diarahkan kepada hal-hal yang positif, mengingat bahwa perkembangan zaman sekarang juga dapat memberikan dampak yang kurang baik apabila dari dalam diri remaja masih rentan dan terpengaruh oleh lingkungan. Tidak hanya itu, terkait kasus kenakalan remaja bahkan kehamilan tidak diinginkan (KTD) makin banyak terjadi juga sering dijumpai pada lingkungan terdekat. Salah satu contohnya seperti kasus pada tahun 2015, Kota Yogyakarta menempati angka tinggi kedua setelah Bantul. Selanjutnya, jumlah terbanyak ada di Kabupaten Bantul dengan 276 kasus. Sedangkan peringkat kedua disusul oleh Kota Yogyakarta dengan jumlah 228 kasus. Kemudian, tingginya kehamilan di usia remaja tak lepas dari masih kurangnya informasi terkait 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/> ).

**a. *Social Marketing***

Latar belakang program yang dimiliki oleh PASHMINA sejalan dengan pengertian dari pendapat salah seorang ahli seperti Kotler. *Social marketing*, menurut pendapat Kotler adalah salah satu strategi untuk mengatasi isu-isu *social* yang ada. Menurut peneliti, hal ini seperti yang dilakukan oleh Nasyiatul Aisyiyah dalam menjalankan programnya yaitu PASHMINA. PASHMINA dalam menjalankan *social marketing*nya, dilakukan secara sukarela sebagai bentuk peduli dan wujud keprihatinan untuk mengatasi isu-isu sosial yang ada, yang mana sasaran utamanya adalah remaja. Hal tersebut terjadi karena pada permasalahan terkait minimnya akses informasi yang mereka peroleh serta layanan konsultasi yang dianggap masih sedikit terkait kasus kesehatan dan kesehatan reproduksi juga permasalahan yang dihadapi remaja (Kotler, 2002:5).

Pelaksanaan *social marketing* ini sesuai dengan perencanaan yang dilakukan oleh Nasyiatul Aisyiyah dengan konsep definisi menurut Alan R. Andreasen yang menjelaskan bahwa pelaksanaan *social marketing* juga seperti menerapkan pada teknologi pemasaran komersial yang mana dapat digunakan untuk menganalisis, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program. Tujuan tersebut memang dirancang untuk mempengaruhi perilaku secara sukarela, melalui khalayak sasaran, serta meningkatkan kemampuan individu, kesejahteraan dan pada masyarakat (Andreasen, 2002:77).

Maksud dari definisi yang disebutkan oleh Andreasen adalah PASHMINA dalam menjalankan programnya juga menerapkan hal tersebut seperti menganalisis, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program yang mana dalam hal ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan atau lembaga non profit untuk mendapatkan keuntungan sosial yang sengaja dirancang untuk mempengaruhi perilaku secara sukarela melalui khalayak target guna meningkatkan kemampuan individu, kesejahteraan dan masyarakat. Hal tersebut seperti yang dilakukan PASHMINA dalam menjalankan programnya.

Oleh karena itu agar *social marketing* dapat terlaksana dengan baik, maka PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta melakukan perencanaan sebelum pelaksanaan program kegiatan. Dalam hal ini tim pelaksana PASHMINA dibantu dengan para relawan melakukan perencanaan program seperti pada penentuan target sasaran, tanggal dan bulan serta sasaran pelaksanaan juga jumlah dana yang dibutuhkan. Selain itu, pada tahap pelaksanaannya merupakan keseluruhan dari rangkaian kegiatan seperti kesiapan dari petugas, peralatan dan kebutuhan yang akan digunakan pada pos layanan serta dokumentasi sebagai pendukung acara dalam program kegiatan. Kemudian, langkah terakhir ditutup dengan rapat evaluasi oleh petugas dan pelaksana PASHMINA. Evaluasi yang dilakukan oleh PASHMINA dilakukan pada saat akhir kegiatan. Hasil dari rapat evaluasi yang telah disepakati, kemudian didiskusikan kembali dengan seluruh pelaksana dan para relawan atau yang

bertugas. Jika perencanaan program sudah disepakati bersama, maka langkah selanjutnya adalah mengatur waktu dan sasaran pelaksanaan. Sehingga bagi yang mendapat jadwal untuk bertugas, dapat bertanggung jawab dari awal hingga akhir kegiatan pada saat pelaksanaan (Muthia Direktur Pelaksana PASHMINA, wawancara 9 September 2017).

## **b. Langkah Perencanaan Program**

Untuk mencapai hasil yang maksimal dalam menjalankan sebuah program, perlu mengetahui langkah apa saja yang dapat digunakan dalam perencanaan program. Perencanaan program dalam *social marketing* merupakan tahapan yang dilakukan agar *social marketing* dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh teori Gregory (dalam Antar venus 2012:144) mengenai lima alasan yang harus dilakukan dalam sebuah perencanaan. Berikut yang terjadi di PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dalam membentuk perencanaan.

### **1. Memfokuskan Usaha**

Maksud dari memfokuskan usaha adalah perencanaan membuat tim pelaksana *social marketing* dapat mengidentifikasi dan menyusun tujuan yang akan dicapai dalam programnya. Ternyata fakta di lapangan perencanaan yang dilakukan oleh PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta adalah menentukan target

sasaran dan sasaran pelaksanaan untuk menghasilkan tujuan yang akan dicapai. Sedangkan, PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta tidak merencanakan identifikasi keberhasilan yang harus mereka capai. Perkembangan dari keberhasilan yang dilakukan oleh PASHMINA hanya dilihat dari jumlah kedatangan peserta pada program. Lebih baik jika identifikasi keberhasilan program tidak hanya melihat dan mengetahui dari jumlah kedatangan peserta dan testimony saja, tetapi juga perlu mengetahui sejauh mana efek peserta setelah menerima pesan dari tujuan program tersebut.

## 2. Mengembangkan sudut pandang berjangka waktu panjang

Semestinya efek *social marketing* yang akan dipikirkan oleh tim pelaksana program tidak hanya pada efek jangka pendek saja melainkan juga efek jangka panjang atau masa kedepannya hingga dapat menghasilkan program yang terstruktur. Namun faktanya, program yang dilaksanakan oleh PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta tidak selamanya melakukan sesuai dengan yang ada pada buku PANDUAN PASHMINA. Tim pelaksana PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta hanya memposisikan sebagai pelaksana program dan belum memikirkan efek jangka panjang dari program. Hal ini terjadi karena PASHMINA tingkat

Kota Yogyakarta dalam pelaksanaan hanya melaksanakan program saja.

Dalam hal ini evaluasi yang dilaksanakan oleh PASHMINA pada perencanaan program terkait mengembangkan sudut pandang berjangka waktu panjang berupa pencatatan dan pelaporan. Pada ketentuan buku Panduan PASHMINA terdapat 2 hal evaluasi, yang pertama meliputi pencatatan pada buku daftar hadir peserta selain itu buku perkembangan kesehatan pada remaja, buku catatan psikologi, jurnal harian untuk remaja dan form narasumber. Sedangkan pada tahap yang kedua terkait pelaporan kehadiran peserta dan petugas, kejadian khusus, laporan kegiatan edukatif remaja dan keuangan harian kegiatan. Ketentuan ini dimaksudkan sebagai bahan pelaporan untuk para pelaksana PASHMINA dengan tujuan memberikan laporan dari catatan buku induk kepada pimpinan.

## **PENCATATAN DAN PELAPORAN**

1. Administrasi Daftar Hadir, buku perkembangan kesehatan remaja, buku catatan psikologi remaja, jurnal harian untuk remaja dan form narasumber.
2. Pelaporan Kehadiran Peserta dan Petugas, kejadian khusus, laporan kegiatan edukatif remaja, dan keuangan harian kegiatan. Pelaporan dilaksanakan setiap 6 bulan sekali dengan memberikan catatan buku induk kepada pimpinan setempat.

(Nasyiatul Aisyiyah. Diakses pada 08, November 2017, sumber: <http://www.nasyiah.or.id> ).

Fakta yang peneliti dapatkan adalah pencatatan dan laporan tersebut belum dilakukan sampai pada tahap keseluruhan. Sedangkan, dalam buku Panduan PASHMINA telah ada ketentuan mengenai dilakukannya pelaporan pada 6 bulan sekali. Namun pada kenyataannya PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta hanya melaksanakan ketentuan tersebut pada nomor 1 saja yakni mencatat administrasi daftar hadir, menyiapkan buku perkembangan kesehatan remaja, buku catatan psikologi remaja, jurnal harian remaja dan form narasumber.

Menurut peneliti sangat disayangkan, karena hal tersebut terkait tanggung jawab kinerja dalam pelaksanaan. Semestinya, pencatatan dan laporan dapat dijadikan bahan evaluasi bersama untuk kedepannya. Langkah tersebut dapat dilakukan seperti mengadakan pertemuan untuk evaluasi bersama pimpinan dan melakukan monitoring. Tujuannya adalah selain untuk mengukur dan menilai pelaksanaan program juga dapat mengetahui kendala apa saja yang dihadapi tiap pelaksanaan kegiatan. Karena, langkah tersebut perlu dilakukan untuk mengukur seberapa jauh persiapan dan pelaksanaan program yang selama ini dilaksanakan.

### 3. Menimalisir kegagalan

Perencanaan yang cermat dan teliti akan menghasilkan tahapan kerja yang jelas pada pelaksanaan program dengan langkah-langkah alternatif, sehingga bila terjadi kegagalan bisa langsung mengambil alternatif penyelesaian. Faktanya perencanaan yang dilakukan oleh PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta hanya menentukan target sasaran dan sasaran pelaksanaan program, melainkan belum memaksimalkan perencanaan dari alternatif untuk menimalisir kegagalan. Namun, dalam hal ini PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta memiliki cara lain untuk mengatasi hal tersebut. Seperti salah satu dari hambatan

yang dialami mereka yakni mengenai minimnya dana yang dimiliki. Sehingga mengharuskan mereka untuk mandiri mencari dana tambahan agar dana tersebut dapat terkumpul kembali dan bisa digunakan untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya. Cara tersebut seperti pelaksanaan yang mereka beri nama layanan “*public space*”. Namun sayangnya, PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta hanya sebagai pelaksana program dari *social marketing* PASHMINA. Menurut pandangan peneliti berhasil atau tidaknya pelaksanaan tersebut belum terlihat secara jelas, karena dalam tiap pelaksanaan belum menunjukkan perkembangan yang pasti dari jumlah sasaran dan efek yang didapat oleh remaja seperti pada pelaksanaan *public space*.

#### 4. Mengurangi Konflik

Untuk mengurangi konflik, seperti pada perencanaan yang matang akan mengurangi potensi munculnya konflik, karena hal tersebut sudah ada bentuk tertulis, mengenai alur serta prioritas pada pekerjaan untuk tiap-tiap anggota tim pelaksana program. Untuk mengurangi hal tersebut PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dari masing-masing divisi atau tim pelaksana sudah terbagi untuk memiliki tanggung jawab dan prioritas pekerjaannya. Sehingga akan mempermudah pencapaian tujuan yang sudah

terencana pada perencanaan program. Seperti pada pelaksanaan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta yang telah terbagi berdasarkan deskripsi dan tugas masing-masing yang diberikan pada tim pelaksana PASHMINA dan para relawan saat akan pelaksanaan program.

#### 5. Memperlancar kerja sama dengan pihak lain

Mengenai perencanaan yang matang akan menumbuhkan rasa percaya para pendukung potensial serta media pendukung yang akan digunakan dalam *social marketing* hingga pada akhirnya akan terjalin kerja sama yang baik dan lancar. Mengingat kegiatan Posyandu Remaja diinisiasi dan dikerjakan oleh Nasyyatul Aisyiyah yang dalam beberapa hal melakukan kegiatan dengan amal usaha Muhammadiyah-‘Aisyayah, seperti yang diikuti oleh mahasiswa UNISA, Universitas Muhammadiyah, dan UAD yang ikut berpartisipasi sebagai relawan pada program PASHMINA. Dalam kesempatan lain, PASHMINA juga berkoordinasi dengan masyarakat, karena PASHMINA meliputi lingkup keterlibatan yang cukup luas. Jadi tidak hanya remaja yang terlibat sebagai peserta, ibu-ibu dari masyarakat juga dapat berperan menjadi donator atau penyedia makanan bergizi. Selain itu, masyarakat juga bisa menjadi relawan dan narasumber.

Dengan demikian adanya kerjasama dan keterlibatan dari masyarakat tempat berlangsungnya PASHMINA diharapkan dapat menciptakan lingkungan sehat yang kondusif (Nasyiatul Aisyiyah. Diakses pada 29, Oktober 2017, sumber: <http://www.nasyiah.or.id> ).

Menurut peneliti, perencanaan yang dilakukan oleh PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dengan menggunakan beberapa tahapan tersebut dirasa masih belum maksimal. Hal itu disebabkan karena perencanaan yang dilakukan hanya untuk menentukan target sasaran, sasaran pelaksanaan, dan saat pelaksanaan program tanpa merencanakan target keberhasilan yang harus dicapai selain dari besarnya tingkat kedatangan peserta. Terutama pada sasaran pelaksanaan saat layanan *public space*. Selain itu, PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta hanya sebagai pelaksana dalam menjalankan programnya.

**c. Menganalisis lingkungan pada *social marketing***

Selanjutnya mengenai kecukupan latar belakang informasi yang digunakan sesuai dengan teori evaluasi PII. Menurut peneliti selain dengan mengetahui awal mula terbentuknya latar belakang program, PASHMINA dalam pelaksanaan programnya belum menggunakan analisis SWOT. Sedangkan pada aktivitas *social marketing*, dibutuhkan analisis lingkungan yang nantinya akan berguna untuk proses selanjutnya. Pada proses ini dilakukan analisis SWOT seperti *Strength* (kekuatan) *Weakness* (kelemahan),

*Oppurtunity* (peluang) dan *Threat* (hambatan) yang hasilnya akan membantu dalam penyusunan perencanaan program strategi pemasaran sosial. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan maupun hambatan dan peluang yang dapat menjadi ancaman dalam melaksanakan aktivitas *social marketing*. Namun yang terjadi, PASHMINA Yogyakarta tidak melakukan analisis SWOT dalam menyusun perencanaan program *social marketing*. Mengingat program PASHMINA berasal dari Naswiatul Aisyiyah, PASHMINA pada tingkat Kota Yogyakarta tidak melakukan analisis situasi yang kemudian akan menghasilkan analisis SWOT.

Sedangkan, menurut peneliti tahapan analisis lingkungan sekitar PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dilakukan untuk melihat keadaan yang ada disekitar khalayak sasaran *social marketing* dan juga berguna untuk kemampuan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dalam melaksanakan *social marketing*. Oleh karena itu, analisis pada lingkungan sekitar dapat memberikan dampak pada keputusan terhadap perencanaan program dan kegiatan yang akan dilaksanakan selanjutnya. Namun dalam perencanaan programnya, PASHMINA lebih menekankan latar belakang masalah sebelum terbentuknya program dan bentuk kegiatan dari pos layanan yang dimiliki, sehingga belum memperlihatkan hambatan lain atau ancaman buat mereka. Padahal, jika PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta mau menerapkan analisis SWOT dapat mempermudah dalam pencapaian tujuan *social marketing*.

Analisis SWOT adalah salah satu jenis analisis yang digunakan untuk perencanaan program *social marketing* yang lebih memfokuskan diri pada perhitungan peluang pencapaian tujuan dari *social marketing* (Antar Venus, 2012:146).

## 2. Ketepatan Pesan dan Isi aktivitas

Tahap kedua dari model persiapan adalah ketepatan pesan dan isi aktivitas. Hal ini lebih mengarah berdasarkan tujuan dan perencanaan program, ketepatan program, target sasaran, peristiwa dan aktivitas lain sebagai pendukung program dan penentuan anggaran. Program ini disusun melalui beberapa tahapan seperti perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Proses perencanaan dalam PASHMINA dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana persiapan dalam membuat program yang kemudian dilaksanakan untuk memberikan edukasi dan layanan kesehatan kepada para remaja.

Ketepatan program. 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. Selain itu, PASHMINA dalam memasarkan programnya memiliki Jargon/Tagline: “Remaja sehat, Generasi

Hebat". Jargon dari PASHMINA ini dimaksudkan jika remaja sehat, baik sehat fisik maupun non fisik, para remaja akan lebih mempunyai kesempatan untuk memaksimalkan potensinya sehingga menjadi generasi Indonesia yang hebat. Oleh karena itu, jargon tersebut ada untuk memaksimalkan pesan yang ingin disampaikan pada sasaran PASHMINA.

Kemudian, maksud dari ketepatan program adalah jika memiliki sebuah program yang ditujukan sebagai *social marketing* perlu adanya pesan utama untuk mengkampanyekan programnya. Hal itu dikarenakan agar pesan yang ingin disampaikan mudah dikenal dan diterima oleh khalayak, seperti yang dimiliki oleh PASHMINA dalam menjalankan *social marketingnya*. Jargon tersebut dibuat sesuai dengan tema dalam mengkampanyekan informasi seputar kesehatan dan kesehatan reproduksi untuk remaja. Sehingga tujuan terbentuknya program tersebut dapat berjalan dengan baik. Peneliti juga menilai bahwa pesan utama yang dikemas dengan kalimat menarik seperti yang dilakukan oleh PASHMINA dapat membantu untuk menyadarkan individu akan pentingnya arti kesehatan.

Target sasaran. Penentuan target sasaran merupakan tahap dari perencanaan dalam pengelolaan *social marketing* Nasyyiatul Aisyiyah untuk membentuk program PASHMINA di Yogyakarta. Nasyyiatul Aisyiyah, merupakan lembaga non profit yang berwujud pada gerakan lingkungan layak perempuan dan anak dengan memandang penting upaya peningkatan derajat

terhadap masalah kesehatan reproduksi yang mana sasaran utamanya adalah remaja. Dengan begitu, penentuan target sasaran telah dipertimbangkan sesuai tujuan dari pembentukan PASHMINA, yakni dengan meningkatkan pengetahuan tentang kesehatan dan kesehatan reproduksi serta mendekatkan layanan kesehatan sesuai kebutuhan untuk remaja (Nasyiatul Aisyiyah. Diakses pada 12, Oktober 2017, sumber: <http://www.nasyiah.or.id> ).

Pelaksanaan yang dilakukan oleh PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dengan menargetkan sasaran pada remaja umum putra dan putri berusia 12-20 tahun. Sedangkan, PASHMINA dalam pelaksanaannya menargetkan jumlah yang hadir 50-100 peserta dalam tiap kali pelaksanaan. Namun, peserta yang hadir sering kali belum mencapai target tersebut, yaitu kurang dari 50 peserta. Kemudian yang peneliti dapatkan pada buku daftar hadir peserta milik PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta adalah peserta yang hadir untuk cek kesehatan berbeda dengan berbagai kalangan usia. Jadi, peserta yang datang bukan usia remaja saja melainkan usia dewasa atau para orang tua yang ingin mendaftarkan dirinya untuk cek kesehatan. Akan tetapi, penjelasan terkait kehadiran peserta selain usia remaja yang bukan menjadi sasaran utama pada penelitian ini tidak akan dijabarkan lebih lanjut, karena sasaran utama dari program PASHMINA adalah usia remaja, selain pada usia tersebut bukan sasaran pada pelaksanaan penelitian ini.

Mengetahui hal ini, dapat dikatakan bahwa terkait target sasaran untuk kehadiran yang tertuju pada remaja masih belum maksimal. Padahal menurut peneliti, Nasyiatul Aisyiyah dalam programnya PASHMINA untuk menetapkan khalayak sasaran sudah tepat dan telah sesuai dengan latar belakang program. Hal tersebut dikarenakan masih kurangnya peserta dari para remaja yang hadir dalam pelaksanaan. Selain itu, belum terlihat perkembangan dari berapa jumlah kehadiran peserta apakah bertambah atau berkurang dalam tiap kali pelaksanaan.

**a. Mencari dan memilih khalayak sasaran**

Target sasaran PASHMINA dilihat dari segmentasi demografis. Berlandaskan pada beberapa segmentasi demografis diantaranya: jenis kelamin, usia, penghasilan, agama, dan pendidikan. Segmentasi psikografi: kelas sosial, kepribadian dan gaya hidup (Alma, 2013:197). Terakhir, segmentasi behavioristik yang dibagi berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapan mereka terhadap sebuah produk (Sunyoto, 2014:60). Dalam hal ini, PASHMINA hanya menentukan pada segmentasi demografis saja yaitu mengenai keterangan pada usia remaja 12-20 tahun dan jenis kelamin pada target sasaran yakni remaja putra dan putri.

Selanjutnya adalah tahap perencanaan terkait peristiwa dan aktivitas lain sebagai pendukung program. PASHMINA dalam memberikan layanan kesehatan mempunyai beberapa rangkaian kegiatan yang wajib diikuti oleh peserta. Layanan tersebut sengaja dibuat lebih menarik dan dikemas melalui pos edukasi serta beberapa layanan pos lainnya. Pos layanan tersebut meliputi: Layanan Indeks Massa Tubuh (IMT), Layanan Pemeriksaan Kadar HB, Layanan konseling Kesehatan Reproduksi, Layanan Konseling Psikologi dan Layanan Makanan Bergizi. Oleh karena itu dalam setiap pos sengaja dibuat untuk mengandung informasi dan edukasi serta pencegahan atas diri remaja pada perilaku dan kondisi jika didapatkan pada lingkungan yang kurang sehat.

Berikut ini merupakan penjelasan tentang pos kegiatan layanan PASHMINA:

1. Layanan Indeks Masa Tubuh (IMT)

Para remaja melakukan pengukuran tinggi badan, penimbangan berat badan untuk dapat diketahui berat badan ideal sesuai tumbuh kembang usia remaja. Selanjutnya dilakukan pemeriksaan tensi, sehingga dapat diketahui hasil pengukuran pada tekanan darah. Pengalaman dari tim PASHMINA selama melakukan layanan adalah para remaja cukup antusias melakukan layanan IMT, dan kebanyakan dari remaja tidak mengetahui berat badan ideal sesuai tumbuh kembang usia remaja. Menurut peneliti

hal tersebut perlu diketahui agar mereka tahu mengenai tumbuh kembang yang ideal untuk dirinya. Selain itu, pada masing-masing pos yang telah disiapkan diharapkan mampu memberikan pesan dan pengetahuan yang bermanfaat untuk peserta.

## 2. Layanan pemeriksaan kadar HB

Pemeriksaan kadar HB dilakukan untuk mengetahui kadar HB remaja, mengingat kebanyakan remaja putri cenderung memiliki kadar HB rendah, sedangkan kadar HB merupakan aspek penting untuk keperluan jangka panjang kesehatan reproduksi perempuan. pengalaman tim PASHMINA selama melakukan layanan, kadar HB remaja putri cenderung rendah, sedangkan sebelumnya mereka tidak mengetahui kadar HB masing-masing, dan belum mengetahui cara meningkatkan kadar HB bagi mereka yang mempunyai kadar HB rendah. Peneliti juga menyetujui adanya layanan pos ini. Dengan mengetahui kadar HB dalam diri masing-masing mempunyai tujuan agar para peserta terutama perempuan menjadi tahu tentang apa saja yang menjadi aspek pendukung dengan menjaga sistem kesehatan reproduksi.

## 3. Layanan konseling dan pemeriksaan KESPRO (Kesehatan Reproduksi)

Dalam layanan ini, remaja dapat melakukan konseling mengenai kesehatan reproduksi. Selain itu, jika diperlukan, remaja

dapat langsung melakukan pemeriksaan. Berdasarkan pengalaman belum semua remaja mendapatkan informasi dasar tentang kesehatan reproduksi remaja, ditambah lagi para remaja cenderung kurang terbuka pada masalah kesehatan reproduksi yang dialaminya. Untuk itu, petugas layanan lebih bersikap persuasif agar para remaja mulai terbuka pada masalah kesehatan reproduksi yang dialaminya maupun informasi mengenai kesehatan reproduksi remaja yang ingin diketahuinya. Jadi, Pengalaman Tim PASHMINA di lapangan, para remaja cenderung belum terbuka pada persoalan kesehatan reproduksi mereka, meski sejatinya para remaja mempunyai keresahan tentang kesehatan reproduksinya, seperti nyeri haid, tidak lancarnya siklus haid, dan keputihan. Petugas pos layanan melakukan pendekatan agar para remaja lebih terbuka atau mau menyatakan masalah kesehatan reproduksinya. Menurut peneliti, hal ini dirasa penting dan cukup membantu mengingat bahwa informasi mengenai seputar kesehatan reproduksi juga akan memberikan dampak yang baik untuk mereka. Kemudian, yang nantinya akan tumbuh kesadaran dalam diri untuk lebih menjaga hal tersebut. Dengan begitu, pada bagian ini menurut peneliti cukup tepat dan berjalan sesuai dengan tema dari program, yakni kesehatan dan kesehatan reproduksi yang mana sasaran utamanya adalah para remaja. Oleh karena itu, peran

PASHMINA cukup penting untuk memberikan edukasi kepada mereka terkait hal ini.

#### 4. Layanan konseling psikologi

Definisi sehat bukan saja sehat dalam artian fisik, tapi juga menyangkut kesehatan non fisik baik psikologis dan spiritualitas. Menurut peneliti, penjelasan tersebut seperti menggambarkan pada jargon yang dibuat oleh PASHMINA. Oleh karena itu, berkenaan dengan kebutuhan tersebut tim PASHMINA mengadakan layanan konsultasi psikologi bagi para remaja. Pada tahap ini, remaja sedang mengalami proses menemukan identitas diri dan cenderung labil. Pengalaman tim psikologi PASHMINA, para remaja cukup antusias menggunakan layanan konseling psikologi dan ternyata mereka mempunyai persoalan personal baik yang menyangkut teman, sekolah, maupun kecenderungan orangtua dalam membatasi aktifitas. Peneliti menilai bahwa sebenarnya, sarana edukasi tersebut bisa mereka dapatkan pada guru BK saat di sekolah atau pendampingan yang diberikan para psikolog di luar sana. Namun dengan keberadaan PASHMINA dan pos layanan yang disediakan serta dari hasil wawancara yang peneliti peroleh sebelumnya, layanan ini cukup membantu karena masih banyak dari remaja yang masih membatasi dirinya pada permasalahan

remaja yang sedang dialami. Sehingga dengan adanya layanan ini mampu memberikan pendekatan yang baik untuk peserta, yakni dari peserta mulai terbuka tentang apa yang sedang dialaminya.

#### 5. Layanan makanan bergizi

Kesehatan tubuh sangat ditentukan, antara lain dari konsumsi makanan atau minuman yang masuk ke dalam tubuh. Sehingga pada layanan ini, PASHMINA berupaya untuk memberikan pengertian terkait makanan bergizi yang baik untuk dikonsumsi. Pada pos layanan makanan bergizi, para remaja selain mendapatkan makanan atau minuman bergizi, juga mendapatkan tips seputar konsumsi makanan sehat maupun kandungan makanan dan minuman bergizi. Contoh menu : bubur kacang hijau, pudding tela ungu, pie buah, tahu bakso ikan tuna dan lain sebagainya. Menurut peneliti dengan adanya layanan ini cukup memberikan informasi dan pengetahuan dalam tumbuh kembang dari remaja. Hal ini dikarenakan peserta menjadi tahu dan mulai membiasakan diri untuk mengonsumsi makanan yang bergizi. Upaya penyadaran tersebut, secara tidak langsung membantu kesehatan dalam diri individu.

## 6. Pos EDU

Pada setiap penyelenggaraan layanan, tim PASHMINA tidak hanya melakukan layanan kesehatan, tetapi juga kegiatan yang bersifat edukatif yang disukai para remaja, bisa berupa beladiri praktis (untuk menghadapi pelecehan seksual), merajut, nonton film, kriya remaja, bermain musik, berenang, bermain futsal, memanah dan obrolan santai remaja dengan berbagai macam tema sesuai minat dan kebutuhan para remaja setempat. Layanan ini diadakan untuk meningkatkan kemampuan dalam pengembangan diri pada remaja serta terdapat edukasi yang ditujukan kepada mereka.

Menurut pandangan peneliti dengan adanya layanan kesehatan dan edukasi yang berbentuk pos kegiatan, telah sesuai dengan kebutuhan para remaja untuk membantu kebutuhan mereka dalam mendapatkan pendampingan dan informasi terkait hal-hal yang kemungkinan belum mereka ketahui sebelumnya. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan oleh PASHMINA adalah mengembangkan program ini dengan memberikan beberapa pos layanan kesehatan juga pos edukasi agar membantu remaja untuk meningkatkan pengetahuan seputar apa yang menjadi kebutuhan dari permasalahan remaja. Hal ini, seperti yang disesuaikan dari temuan masalah oleh PASHMINA pada remaja sebagai sasaran program, dimana masih

minimnya pengetahuan mengenai informasi kesehatan dan kesehatan reproduksi yang didapatkan serta sarana ruang konsultasi yang terjangkau oleh remaja.

Selanjutnya adalah mengenai anggaran dana dalam pelaksanaan PASHMINA. Untuk anggaran dana pada program tersebut, PASHMINA juga telah mempersiapkan pada tahap awal dari perencanaan. Tujuannya adalah untuk memperkirakan apa saja yang dibutuhkan sehingga anggaran dana yang didapatkan masih sesuai dengan ketentuan. Sedangkan, untuk pelaksanaan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dalam pelaksanaan ini mendapatkan bantuan seperti suntikan dana tak terbatas, maksudnya adalah pengembalian dana yang dipinjamkan juga akan dikembalikan lagi kepada pihak yang selama ini telah membantu dan mendukung dalam pelaksanaan program. Namun, untuk mendapatkan hal tersebut pelaksana dari PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta juga melakukan beberapa cara seperti mengajukan proposal untuk mendapatkan dana ke beberapa pihak, salah satunya seperti yang ditujukan pada PDNA. Oleh karena itu, dana yang didapatkan benar-benar membantu dalam pelaksanaan PASHMINA selama ini (Muthia Direktur Pelaksana PASHMINA, wawancara 9 September 2017).

**Tabel 1.5 ANGGARAN DAN BIAYA PELAKSANAAN PASHMINA**

<b>NO</b>	<b>ITEM</b>	<b>NOMINAL</b>
a	Timbangan Berat Badan (Analog)	Rp 85,000.00
b	Alat Ukur Tinggi Badan	Rp 50,000.00

c	Tensimeter ( Manual – Air Raksa)	Rp 225,000.00
d	Stetoskop	Rp 50,000.00
e	Alat ukur HB	Rp 50,000.00
f	Lancet HB (isi 100)	Rp 20,000.00
g	Alat pendukung edukasi dan kreatif remaja	Rp 150,000.00
h	Makanan sehat dan bergizi (untuk 50 porsi)	Rp 250,000.00
i	Buku panduan teknis (bukun catatan pashmina, buku induk pashmina)	Rp 100,000.00
j	Alat peraga kesehatan reproduksi	Rp 250,000.00
	Total	Rp 1,230.000.00

(Nasyiatul Aisyiyah. Diakses pada 19, Oktober 2017, sumber: <http://www.nasyiah.or.id> ).

Informasi dari yang peneliti dapatkan, tujuan dari pencarian dana pada program PASHMINA dikarenakan minimnya dana yang mereka punya. Sehingga, mengharuskan mereka secara mandiri untuk mencari mengumpulkan dana yang nantinya dapat digunakan kembali pada pelaksanaan selanjutnya. Sehingga langkah ini dipilih agar program dapat terus berjalan. Menurut peneliti penjabaran pada anggaran dana dirasa perlu dan langkah tersebut sudah tepat dijabarkan dalam tahap perencanaan, agar dana yang diperoleh dan dimiliki dapat dikelola dengan baik.

### 3. Kualitas Pesan dan Presentasi Aktivitas.

Selanjutnya adalah tahap model persiapan akhir, yakni melihat dari kualitas pesan dan presentasi aktivitas. Penilaian pada tahap ini mempertimbangkan kualitas kinerja profesional berdasarkan mengenai pandangan para praktisi tentang teknik apa saja yang dianggap baik dan buruk dalam menjalankan program. Oleh karena itu, Nasyiatul 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.

Untuk melaksanakan programnya, pada waktu tertentu PASHMINA membuka penerimaan tenaga kerja baru. Penerimaan tenaga baru tersebut merupakan relawan yang biasanya diikuti oleh mahasiswa jurusan kesehatan maupun mahasiswa psikologi dari beberapa Universitas atau STIKES yang ada di Yogyakarta. Penerimaan relawan tersebut dilakukan secara internal maupun eksternal dan persyaratan yang diberikan PASHMINA pun tidak sulit untuk dipenuhi oleh calon tenaga ahli atau para relawan. Selain persyaratan yang telah dipaparkan pada *website* Nasyyiatul Aisyiyah yakni <https://www.nasyiah.or.id> atau pada buku panduan PASHMINA, persyaratan lainnya adalah dengan catatan “bersedia”. Maksud bersedia disini adalah bersedia untuk bertugas atau bertanggung jawab selama pelaksanaan dan siap mendapatkan jadwal pada waktu yang telah ditentukan 9 Muthia Direktur Pelaksana PASHMINA, wawancara 9 September 2017).

Gambar 3.1 Pengarahan dan kumpul bersama para relawan



Sumber: Dokumentasi PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta, September 2017

Foto tersebut peneliti dapatkan dari dokumentasi milik PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta. Foto ini diambil pada saat tim pelaksana PASHMINA dan para relawan selesai melakukan pertemuan bersama guna memberikan arahan serta mendiskusikan persiapan untuk pelaksanaan selanjutnya. Dalam pertemuan tersebut diikuti oleh ketua, pelaksana PASHMINA dan para relawan dengan beberapa divisi, seperti divisi pelayanan, divisi pengembangan, serta divisi HRD.

Kemudian, penerimaan tenaga kerja baru yang dilakukan oleh PASHMINA seperti para relawan meliputi tim kesehatan dan mahasiswa psikologi atau konselor sebagai penyalur informasi dalam menjalankan program. Menurut peneliti dengan dibantu oleh para relawan dianggap

sebagai hubungan positif dalam mendapatkan perhatian khalayak untuk ikut serta dan berpartisipasi pada pelaksanaan program. Hal ini dikarenakan posisi dari tenaga ahli dianggap dapat memberikan pengaruh dan kepercayaan terhadap khalayak atau target sasaran karena ditangani secara langsung oleh ahlinya. Dalam menjalankan program kegiatannya, para relawan dan pelaksana PASHMINA telah terbagi menjadi beberapa divisi untuk melaksanakan tugas sesuai pada bidangnya masing-masing. Pada PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta terdapat 4 divisi dalam menjalankan programnya yaitu divisi pelayanan, divisi pengembangan dan divisi HRD. Salah satunya pada divisi pelayanan yaitu dari tim kesehatan, mereka mendapat tugas untuk memeriksakan kesehatan pada peserta yang hadir yang kemudian peserta akan mendapatkan penjelasan tentang kondisi kesehatannya dari tim kesehatan. Selain mendapat tugas dan tanggung jawab, para relawan dan pelaksana PASHMINA juga menentukan jadwal untuk pembagian kerja tiap kali akan pelaksanaan.

Kemudian, di luar program PASHMINA juga mempunyai kegiatan untuk mengumpulkan pelaksana dan para relawan guna memberikan arahan dari diskusi bersama untuk membahas rangkaian awal hingga akhir kegiatan. Tujuannya adalah agar mereka yang akan bertugas mendapatkan arahan pelaksanaan sebelumnya. Selain menyiapkan persiapan dalam pelaksanaan para petugas atau pelaksana PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta

mengharapkan dapat bertanggung jawab selama kegiatan berlangsung. Namun, mereka merasa mengalami kendala dimana masih kurangnya ruangan khusus untuk sarana tempat berkumpul, misalnya walaupun PASHMINA sudah berjalan dan memiliki beberapa tenaga ahli atau relawan, tetapi mereka belum memiliki ruangan sendiri dan terkadang masih menumpang di ruangan lain.

## **B. Pelaksanaan (*Implementation*).**

Selanjutnya pada tahap kedua model evaluasi PII adalah evaluasi terhadap pelaksanaan program. Berdasarkan teori PII menurut Cutlip, Center dan Broom yang dikembangkan pada tahun 2011, tahapan evaluasi pelaksanaan (*implement*) adalah mengetahui jumlah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang didesain, jumlah pesan yang ditempatkan dan aktivitas yang diimplementasikan, jumlah orang yang menerima pesan dan jumlah orang yang memperhatikan aktivitas.

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

Pada tahap pelaksanaan, yang pertama adalah 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 untuk khalayak sasaran sebagai bentuk publikasi yang telah terlaksana. Kemudian, program PASHMINA tingkat Kota

Yogyakarta dalam pelaksanaannya telah diberitakan pada beberapa media online, meliputi:

**Tabel 1.6 Daftar Tabel Pemberitaan tentang Program PASHMINA di Media Online**

No	Judul Berita	Media	Tanggal
1.	Nasyiatul Aisyiyah dan Ramah Anak Perempuan	<a href="http://krjogja.com/web/news/read/7099/i">http://krjogja.com/web/news/read/7099/i</a>	25 Agustus 2016
2.	Menkes Ajak Nasyiatul Aisyiyah Promosi Hidup Sehat	<a href="https://www.antaraneews.com/berita/580969/menkes-ajak-nasyiatul-aisyiyah-promosikan-hidup-sehat">https://www.antaraneews.com/berita/580969/menkes-ajak-nasyiatul-aisyiyah-promosikan-hidup-sehat</a>	26 Agustus 2016
3.	Menkes Ajak Nasyiatul Aisyiyah Promosi Hidup Sehat	<a href="http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2016/08/26/253660/menkes-ajak-nasyiatul-aisyiyah-promosikan-hidup-sehat/">http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2016/08/26/253660/menkes-ajak-nasyiatul-aisyiyah-promosikan-hidup-sehat/</a>	26 Agustus 2016
4.	Menkes Ajak Nasyiatul Aisyiyah Promosi Hidup Sehat	<a href="http://www.radiosuarabekasi.com/.../1856-menkes-rangkul-nasyiatul-aisyiyah-promosikan-hidup-sehat">www.radiosuarabekasi.com/.../1856-menkes-rangkul-nasyiatul-aisyiyah-promosikan-hidup-sehat</a>	Agustus 2016
5.	Ketua PDM Jogja Apresiasi PDNA Kota Yogyakarta	<a href="https://pdmjogja.org/ketua-pdm-jogja-apresiasi-pashmina-pdna-kota-yogyakarta/">https://pdmjogja.org/ketua-pdm-jogja-apresiasi-pashmina-pdna-kota-yogyakarta/</a>	13 April 2016
6.	PDNA Kota Yogyakarta Fokuskan Pengkaderan Melalui PASHMINA	<a href="http://m.muhammadiyah.or.id/id/news-10554-detail-pdna-kota-yogyakarta-fokuskan-pengkaderan-melalui-pashmina.html">http://m.muhammadiyah.or.id/id/news-10554-detail-pdna-kota-yogyakarta-fokuskan-pengkaderan-melalui-pashmina.html</a>	8 Mei 2017
7.	Perdana! Program ini Digagas PDNA	<a href="http://harianamanah.com/berita-perdana-program-ini-digagas-pdna-yogyakarta.html">http://harianamanah.com/berita-perdana-program-ini-digagas-pdna-yogyakarta.html</a>	10 Mei 2017

	Yogyakarta		
--	------------	--	--

Sedangkan, pada publikasi untuk dokumentasi PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dalam pelaksanaan programnya berinisiatif untuk mengambil dan memuat kegiatan yang telah terlaksana dalam bentuk dokumentasi berupa foto. Kemudian, sebagai pendukung lain PASHMINA juga membuat dokumentasi berupa video berisi testimoni yang diunggah ke dalam media sosial mereka. Dokumentasi yang telah dibuat sebagai bentuk dukungan dalam sebuah kegiatan dan bahan dalam menyusun laporan yang dapat dijadikan evaluasi. Selain pada akun media sosial milik PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta, penyampaian pesan atau menyebarkan informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan tersebut khalayak dapat mengakses situs resmi milik Nasyyiatul Aisyiyah, dengan alamat *website* <http://www.nasyiah.or.id/>.

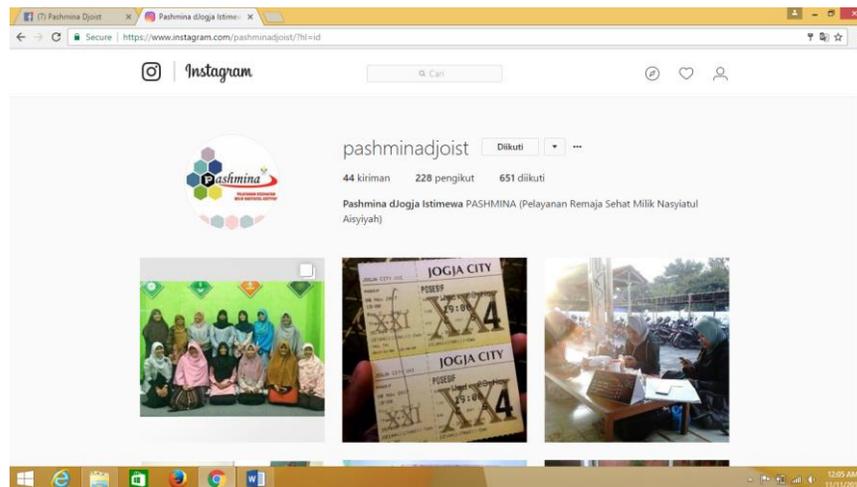
Sedangkan dokumentasi foto dalam kegiatan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta yang dibagikan ke media sosial Facebook dengan nama @Pashmina Djogja istimewa yang kemudian mengubah nama menjadi @Pashminadjoist pada akun barunya dan media sosial instagram dengan *id* @Pashminadjoist. Berikut ini merupakan gambaran umum dari Facebook dan Instagram milik PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta.

Gambar 3.2 tampilan facebook PASHMINA



(PashminaDjoist. Diakses pada 11, November 2017, Sumber: <https://web.facebook.com/pashmina.djogjaistimewa> ).

Gambar 3.3 tampilan Instagram PASHMINA



(@PashminaDjoist. Diakses pada 11, November 2017, Sumber: <https://www.instagram.com/pashminadjoist/> ).

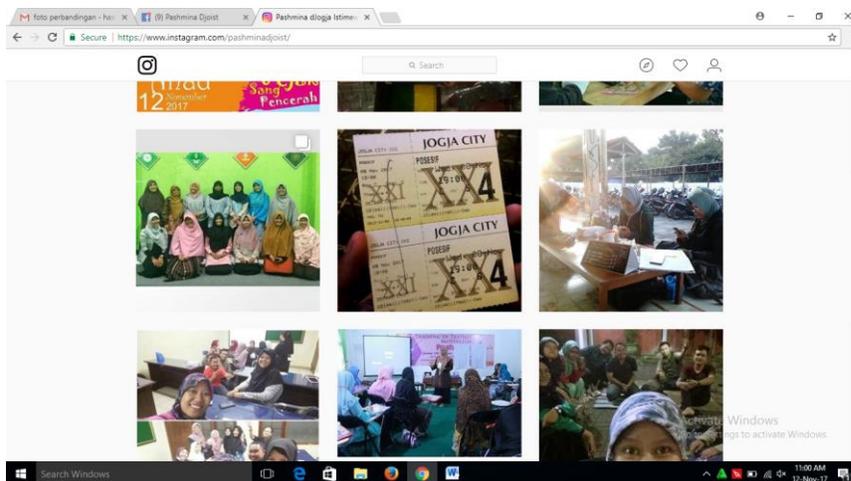
Meskipun PASHMINA banyak menggunakan media sosial lain untuk berbagi dokumentasi seputar kegiatannya, tetapi fakta dilapangan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta lebih sering menggunakan pada media sosial Instagram dibanding Facebook. Facebook dengan penggunaan akun baru ini mulai dibuat pada tanggal 7 Oktober 2017 dengan jumlah pertemanan 646 dan 26 foto unggahan yang dipublikasikan ke dalam akun Facebook milik PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta. Selain itu, foto-foto yang diunggah ke Facebook pun hampir sama dengan foto yang ada pada di Instagram. Berikut perbandingan unggahan foto dari Facebook dan Instagram:

Gambar 3.4 Publikasi Foto Facebook



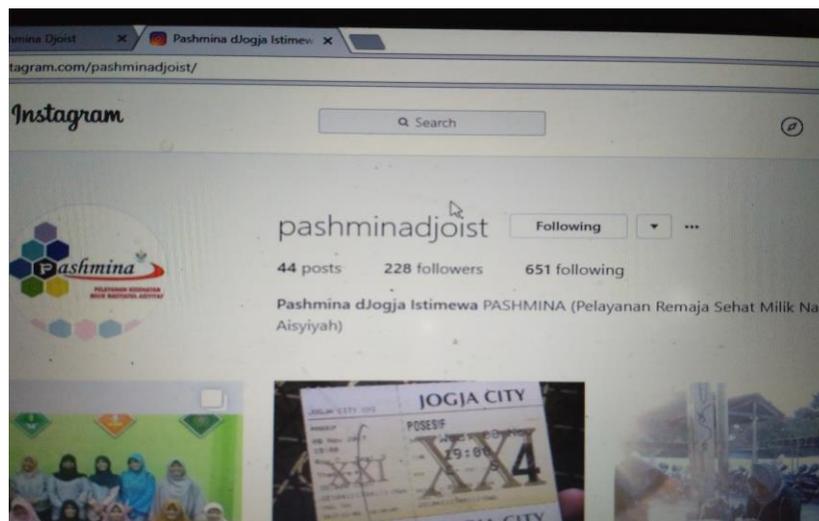
(PashminaDjoist. Diakses pada 11, November 2017, Sumber: <https://web.facebook.com/pashmina.djogjaistimewa> ).

Gambar 3.5 Publikasi Foto Instagram



(@PashminaDjoist. Diakses pada 11, November 2017, Sumber: <https://www.instagram.com/pashminadjoist/> ).

Gambar 3.6 Publikasi Foto Instagram



Sumber: Dokumentasi PASHMINA pada Instagram @Pashminadjoist

Namun, hal tersebut berbeda pada media sosial Instagramnya, peneliti mendapatkan bahwa PASHMINA lebih sering menggunakan Instagram yang mana media sosial tersebut sudah ada sejak bulan Agustus 2017 hingga saat ini dengan jumlah foto yang dipublikasikan 44 kiriman serta jumlah teman yang dimiliki 228 pengikut dan 651 yang diikuti. Oleh karena itu, peneliti membagi dokumentasi pada kegiatan PASHMINA yang dikirim ke media dalam jumlah tertentu, contohnya seperti yang diunggah pada Instagram.

**Tabel 1.7 Dokumentasi kegiatan PASHMINA Tingkat Kota Yogyakarta**

NO	Waktu Dokumentasi Kegiatan	Program dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan	Jumlah Dokumentasi
1.	Agustus 2017	a. Layanan kesehatan pada Kajian Ahad pagi Islamic Center UAD b. Layanan kesehatan pada Kajian Baitul Hikmah PDM Kota Yogyakarta	Berjumlah 14 foto kegiatan PASHMINA yang tersebar saat pelayanan <i>Public Space</i>
2.	Agustus 2017	a. Layanan kesehatan pada Kajian Ahad pagi Islamic Center UAD b. Layanan kesehatan pada Kajian Malam	Berjumlah 2 video testimoni dari peserta mengenai program PASHMINA .

		PDM	
3.	September 2017	<p>a. Layanan kesehatan pada Kajian Ahad pagi Islamic Center UAD</p> <p>b. Layanan kesehatan pada Kajian Ahad pagi Masjid At-Taqwa</p> <p>c. Layanan kesehatan pada Kajian Ahad Malam di Aula PDM</p> <p>d. Layanan kesehatan di PASHMINA AMOR UMY</p> <p>e. Layanan kesehatan pada Kajian Baitul Hikmah PDM Kota Yogyakarta</p> <p>f. Layanan kesehatan pada Kajian Ahad Malam Aula PDM</p>	<p>Berjumlah 13 foto kegiatan pelaksanaan PASHMINA yang tersebar saat pelaksanaan <i>public space</i> .</p>
4	September 2017	<p>a. Layanan kesehatan pada Kajian Ahad Pagi Islamic Center UAD</p>	<p>2 Video testimoni dari peserta dan 1 Video kegiatan</p>

5	Oktober 2017	a. Layanan kesehatan pada Kajian Tabligh Akbar Milad KOKAM b. Layanan kesehatan pada PASHMINA AMOR UMY c. Layanan kesehatan pada Kajian KAMASTU DIY d. Layanan kesehatan pada Madrasah Muallimmin Yogyakarta	Berjumlah 12 foto kegiatan pelaksanaan PASHMINA yang tersebar saat pelaksanaan <i>public space</i> .
6	November 2017	a. Layanan kesehatan di Masjid Gede Kauman Kraton DIY b. Layanan kesehatan di PDNA Kota	Berisi 1 foto pada pelaksanaan layanan PASHMINA dan 5 foto kegiatan dari tim PASHMINA

(Nasyiatul Aisyiyah. Diakses pada 11, November 2017, sumber: <http://www.nasyiah.or.id> ).

Hal ini sebagai bukti bahwa Nasyiatul Aisyiyah khususnya prgram PASHMINA secara terbuka membagi dokumentasi kegiatan, tujuannya adalah agar khalayak dapat mengetahui dan melihat perkembangan dari aktivitas yang terlaksana. Sehingga, dipilihlah Instagram sebagai media sosial yang

cukup sering digunakan dalam mempublikasikan dokumentasi saat kegiatan. Selain itu, PASHMINA cukup aktif dalam penggunaan Instagram dikarenakan sebagai media sosial yang paling sering digunakan untuk pemberitahuan dalam pelaksanaan, berbagi pengalaman dan pemberian informasi seputar kegiatan tersebut kepada khalayak (Hanifa Kasih Surahman Tim Pelaksana PASHMINA, wawancara 9 September 2017).

## 2. Jumlah pesan yang ditempatkan dan aktivitas yang diimplementasikan

Pesan yang ditempatkan ini bermaksud untuk menunjukkan secara jelas langkah yang dipilih dalam pelaksanaan kegiatan pada program PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta. Sedangkan aktivitas yang diimplementasikan merupakan penjelasan dari rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan pada tahun 2015-2017. Kegiatan ini meliputi pelaksanaan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta 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 serta mengidentifikasi efektivitas dalam menempatkan 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*”.

PASHMINA dalam menyasar sasaran pelaksanaan bukan hanya diadakan saat di sekolah-sekolah saja melainkan layanan tersebut juga dibuka untuk *public space* dan *by event*. Contohnya seperti layanan yang dibuka pada *public space*, selain ditujukan pada usia remaja juga terbuka bagi orang tua yang ingin memeriksakan kesehatannya. Akan tetapi, layanan yang dibuka untuk *public space* atau *by event* sedikit berbeda, karena PASHMINA telah mencantumkan harga untuk cek kesehatan yang mana daftar harga tersebut ditujukan untuk umum atau usia dewasa dan orang tua. Tujuannya adalah dana yang didapatkan dan yang terkumpul dapat digunakan kembali pada pelaksanaan selanjutnya. Kegiatan ini berupa pemeriksaan kesehatan seperti cek gula darah, cek asam urat, cek kolesterol, cek HB dan ada tambahan baru yakni cek golongan darah.

Layanan selanjutnya adalah *by event*, layanan ini tidak jauh beda dengan layanan yang dilakukan pada saat *public space*. Hanya saja pada saat *by event*, PASHMINA adakan untuk bergabung dengan membuka layanan pada *event-event* besar seperti perayaan besar Muhammadiyah dan perayaan besar Islam lainnya. 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.

Gambar 3.7 Harga Layanan Cek Kesehatan



Daftar Harga PASHMINA Dj Istimewa	
Cek Gula Darah .....	10 K
Cek Asam Urat .....	10 K
Cek Kolesterol .....	20 K
Cek HB .....	10 K

Paket Hemat!  
all in one  
cuma  
45 ribu

PASHMINA  
Kampus, Sains, dan  
Kesehatan  
Dj Istimewa

Sumber: Dokumentasi PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta,  
Agustus 2017.

Gambar tersebut merupakan keterangan harga yang ditetapkan pada saat diadakannya layanan *public space*. Peneliti mendapatkan gambar tersebut dari Instagram @Pashminadjoist yang diunggah oleh PASHMINA Kota Yogyakarta pada saat berlangsungnya pelaksanaan PASHMINA di Masjid Islamic Center UAD yang dilaksanakan pada 27 Agustus 2017.

Namun yang peneliti dapatkan, pelaksanaan PASHMINA pada *public space* atau *by event*, target sasarnya lebih menasar kepada khalayak umum dan bukan usia remaja saja. Sementara itu, kegiatan ini diikuti oleh jumlah peserta yang datang rata-rata 15-20, sedangkan target mereka 20-50 peserta. Peserta tersebut meliputi remaja umum juga orang tua yang ingin memeriksakan kesehatannya. Selain itu, saat ini PASHMINA lebih aktif

melaksanakan programnya dan sering mengadakan layanan yang mana sasarannya tertuju pada *public space*. Meskipun fokus utama tetap diberikan kepada para remaja yakni dengan bebas biaya atau digratiskan saat periksa kesehatan.

### 3. Jumlah Orang yang Menerima Pesan dan Aktivitas

Tahap ini terbagi menjadi dua kategori audiens, pertama meliputi penerima seperti semua pembaca, pemirsa, pendengar. Pada program PASHMINA audiens tersebut tertuju pada sasaran utama, yakni para remaja. Wilayah lingkupnya pun meliputi pelaksanaan pada tingkat Kota Yogyakarta. Kemudian, yang kedua merupakan audiens efektif. Kategori ini meliputi mereka yang merupakan publik sasaran pada pelaksanaan program.

Seperti yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, sasaran publik pada peneliti terkait pelaksanaan program PASHMINA yang menasar pada sasaran remaja. Selain itu, 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.

**Tabel 1.8 Jumlah peserta pada pelaksanaan PASHMINA**

NO	Pelaksanaan	Target sasaran	Jumlah Kehadiran	Waktu Pelaksanaan	Pelaksana
1	Mualimmat (Sekolah)	Remaja	116	11 Desember 2016	Pelaksana PASHMINA dan <i>Volunteer</i>
2	Islamic Center UAD ( <i>Public Space</i> )	Umum	Remaja: 10	27 Agustus 2017	Pelaksana PASHMINA dan <i>Volunteer</i>
3	Islamic Center UAD ( <i>Public Space</i> )	Umum	Remaja: 1	10 September 2017	Pelaksana PASHMINA dan <i>Volunteer</i>
4	Masjid At- Taqwa ( <i>Public Space</i> )	Umum	Remaja: 12	10 September 2017	Pelaksana PASHMINA dan <i>Volunteer</i>
5.	AMOR UMY ( <i>Public Space</i> )	Umum	Remaja: 6	24 September 2017	Pelaksana PASHMINA dan <i>Volunteer</i>
6	PDM Kota Yogyakarta ( <i>Public Space</i> )	Umum	Remaja: 2	24 September 2017	Pelaksana PASHMINA dan <i>Volunteer</i>
7	Kajian Milad Kokam ( <i>Public Space</i> )	Umum	Remaja: 2	1 Oktober 2017	Pelaksana PASHMINA dan <i>Volunteer</i>
8	Kajian kamastu ( <i>Public Space</i> )	Umum	Remaja: 1	6 oktober 2017	Pelaksana PASHMINA dan <i>Volunteer</i>

Sumber: Dokumen PASHMINA Tingkat Kota Yogyakarta 11 Desember 2016- 6 Oktober 2017.

Menurut peneliti, pelaksanaan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta yang diadakan di Muallimmat pada bulan Desember 2016 termasuk kegiatan yang cukup berhasil dilaksanakan. Pada tahun tersebut PASHMINA hanya mengadakan kegiatan di sekolah Muallimmat saja. Muallimmat adalah sekolah khusus putri yang berada di Kota Yogyakarta, sehingga peserta yang didapatkan tentu saja lebih banyak. Karena peserta yang hadir diwajibkan untuk datang dalam program tersebut. Selain itu yang menerima pesan dan tujuan dari PASHMINA dalam penyampaian terkait kesehatan dan kesehatan reproduksi tentu lebih banyak yang menyerap. Jadi, di sanalah sasaran pelaksanaan program yang paling berhasil dilakukan oleh PASHMINA.

PASHMINA dalam melaksanakan programnya juga mendapatkan tanggapan positif dari para peserta. Peserta, dibuat cukup antusias saat kegiatan berlangsung. Berdasarkan pengalaman yang dibagikan kepada peneliti, hal tersebut seperti didapatkan pada saat layanan pos psikologi yang diadakan di Muallimmat. Beberapa dari peserta masih malu dan enggan terbuka untuk menceritakan apa yang sedang dialaminya. Kemudian, dengan pendekatan yang diberikan oleh tim PASHMINA mereka pun jadi terbuka dan mau berbagi tentang hal yang sedang dialaminya. Selain itu, terjadi pada saat layanan cek kesehatan salah satunya saat penimbangan berat badan yang

dilakukan oleh para peserta. Hasil yang didapat adalah terkadang ada kebanggaan dalam diri mereka terkait perubahan dari berat badan mereka (Husnul Khotimah Ketua Bidang Pendidikan, wawancara 7 Maret 2017).

Namun, peneliti menilai bahwa sasaran pelaksanaan PASHMINA yang dilakukan di sekolah-sekolah, dirasa belum maksimal. Peneliti menyayangkan bahwasannya pelaksanaan PASHMINA yang diadakan ke sekolah-sekolah belum mulai berjalan lagi, dikarenakan mereka baru akan mengurus MOU pada beberapa pihak. Sehingga, saat ini pelaksanaan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta lebih menasar pada sasaran *public space* yang mana menurut peneliti tak ada batasan usia saat layanan diadakan. Meskipun peran remaja tetap menjadi sasaran utama, akan tetapi pelaksanaan tersebut sangat disayangkan apabila belum dilakukan kembali. Mengingat bahwa remaja butuh pendekatan dan pendampingan serta sarana khusus yang sesuai dengan tujuan terbentuknya PASHMINA.

Berbeda pada sasaran pelaksanaan yang dilakukan saat layanan *public space*. Hal tersebut seperti yang peneliti dapatkan dari buku daftar hadir peserta yang mana berisikan jumlah peserta yang hadir pada saat pelaksanaan. Seharusnya PASHMINA memiliki data yang tersedia terkait jumlah peserta dari tiap pelaksanaan. Namun, PASHMINA tidak menyediakan data karena mereka tidak membuat rekapan pada tahun 2015 dan awal bulan 2016 dari pelaksanaan kegiatan PASHMINA.

Sejak tahun 2015 PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta kurang aktif dalam pelaksanaan, sehingga kurang perhatian akan data-data yang dimiliki. Pada saat itu, pelaksanaan PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta sedang banyak membantu pada PASHMINA tingkat cabang. Pelaksana dan relawan dari tim kesehatan tingkat Kota Yogyakarta diminta untuk ikut bergabung pada pelaksanaan PASHMINA tingkat cabang. Sehingga daftar kehadiran terkait jumlah peserta pun dibawa oleh PASHMINA tingkat cabang dan tim kesehatan. Oleh karena itu, pada tahun 2015 hingga awal tahun 2016 PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta merasa bahwa kurang aktif dalam pelaksanaan (Hanifa Kasih pelaksana PASHMINA, wawancara 13 Oktober 2017).

**a. Elemen-elemen *social marketing***

Dalam hal ini perlu mengetahui apa saja elemen-elemen yang menjadi dasar dalam melaksanakan program *social marketing*. Keempat elemen dalam bauran pemasaran tersebut juga dilakukan oleh *social marketing* seperti yang dijelaskan oleh Kotler dalam Wahyuni (2016:19-23) yaitu: Produk, Tempat, Harga dan Promosi.

1. Produk

Produk yang ditawarkan oleh PASHMINA pada sasaran adalah barang dan jasa. Barang yang dimaksud berupa atribut sebagai pendukung yang digunakan pada saat pelaksanaan

kegiatan berlangsung, yaitu buku perkembangan kesehatan remaja, buku catatan psikologi remaja, serta jurnal harian remaja. Sedangkan jasa yang ditawarkan oleh PASHMINA merupakan produk yang disampaikan seperti pemberian informasi dan edukasi pada sasaran terkait kesehatan dan kesehatan reproduksi pada remaja. Kemudian bentuk jasa tersebut meliputi kegiatan yang dikemas melalui beberapa layanan pos kegiatan, yakni: Layanan IMT, Layanan pemeriksaan kadar HB, Layanan Konseling dan Pemeriksaan KESPRO (Kesehatan Reproduksi), Layanan Konseling Psikologi, Layanan makanan bergizi dan yang terakhir layanan Pos EDU. Sedangkan produk yang ingin disampaikan oleh PASHMINA melalui kegiatan tersebut mengharapkan target sasaran dapat menerima pesan yang diberikan oleh pelaksana PASHMINA dan para relawan dari tenaga medis juga mahasiswa psikologi. Dengan begitu hubungan antar pelaksana dan para relawan, dapat membantu untuk menjadi jembatan antara PASHMINA dan khalayak sasaran khususnya pada remaja dalam memberikan pendekatan dan pendampingan terkait kesehatan dan kesehatan reproduksi.

## 2. Harga

Harga yang ditetapkan dalam *social marketing* merujuk pada biaya, waktu, resiko, dan usaha yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi. Pada pelaksanaan program PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta bisa diikuti oleh seluruh khalayak di Kota Yogyakarta seperti pada layanan yang dibuka saat *public space* atau *by event*. Dalam hal ini PASHMINA lebih menasar pada sasaran utama yakni remaja dan kegiatan tersebut dilaksanakan dengan tidak dipungut biaya. Justru sebaliknya jika layanan yang dibuka pada saat *public space* dan *by event*, peserta yang hadir diatas usia remaja atau para orang tua untuk melakukan cek kesehatan telah ditetapkan harga untuk mereka. Hal tersebut guna membantu pengelolaan *social marketing* PASHMINA yang dapat digunakan dalam melaksanakan kegiatan selanjutnya. Kemudian dari hasil wawancara yang peneliti dapatkan melalui responden terkait alasan mereka mengikuti program tersebut adalah pemeriksaan kesehatan yang dilakukan oleh PASHMINA gratis untuk remaja. Sehingga dengan adanya program tersebut membuat remaja untuk ingin memeriksakan kesehatannya dan cukup membantu dalam mengetahui kondisi kesehatan mereka (Sita Delia Peserta PASHMINA, wawancara 13 Oktober 2017).

Menurut pandangan peneliti jika program PASHMINA dilaksanakan dengan ditarik biaya maka akan lebih sedikit bagi remaja yang mau datang, karena program PASHMINA yang tidak ditarik biaya untuk remaja pun masih belum semua dijangkau oleh PASHMINA untuk ikut pada pelaksanaan dalam program ini. Hal ini seperti yang terlihat dari daftar buku hadir peserta yang terkadang kehadiran dari remaja masih terbilang sedikit dibanding peserta pada usia di atas remaja dan para orang tua saat diadakannya layanan *public space* atau *by event*.

### 3. Tempat

Pemilihan tempat yang akan digunakan dalam pendistribusian produk juga mempengaruhi keberhasilan sebuah program atau kegiatan untuk *social marketing*. Pada penelitian ini tempat yang dimaksud adalah tempat yang digunakan untuk menjalankan *social marketing* pada program PASHMINA. Peneliti menilai tempat yang digunakan untuk program PASHMINA tepat karena tempat tersebut sudah terbagi sesuai tingkat wilayah masing-masing oleh Nasyyatul Aisyiyah. Seperti pada PASHMINA tingkat kota Yogyakarta dalam memilih sasaran pelaksanaan yang mudah dijangkau dan mudah dikenal oleh khalayak, terlebih saat layanan yang diadakan untuk *public space*

contoh pada kegiatan yang dilakukan di AMOR (UMY) dan di Masjid Islamic Center UAD tiap kajian Ahad pagi.

#### 4. Promosi

Promosi merupakan cara PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta dalam melakukan promosi produk yang mereka tawarkan kepada khalayak. Dalam hal ini, banyak media yang digunakan untuk promosi agar menarik minat peserta atau khalayak sasaran saat mengenalkan produk tersebut. Bentuk promosi yang dilakukan oleh PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta lebih sering dilakukan pada media sosial seperti Facebook dan Instagram. Dengan begitu, bentuk promosi tersebut dianggap sebagai media pendukung PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta yang dikenalkan kepada khalayak luas. Hal ini dipilih karena era sekarang remaja dianggap lebih suka mengenali sesuatu atau hal baru dengan mengakses pada media online. Selain itu, promosi lain yang dilakukan PASHMINA dengan bentuk media cetak seperti pada pemberian *leaflet*, brosur dan stiker mengenai informasi seputar kesehatan. Namun sayangnya, penyebaran pada media cetak tersebut belum dioptimalkan kembali untuk digunakan saat pelaksanaan, mengingat era sekarang masyarakat lebih suka mengenal atau mengetahui lewat media digital atau media online.

#### 4. Jumlah Orang yang Memperhatikan Pesan.

Menurut teori PII dari Cutlip Center dan Broom yang dikembangkan pada tahun 2011, langkah selanjutnya adalah identifikasi jumlah orang yang memperhatikan pesan. Tahapan ini masuk dalam model pelaksanaan terakhir, yaitu mengidentifikasi berapa banyak jumlah dari yang membaca, berapa banyak yang mereka baca, siapa yang membaca dan siapa yang tidak. Untuk penilaian tahap ini, dinilai dengan melihat dari berapa jumlah audiens yang memperhatikan dan mengetahui pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya. Fokus dari penelitian pada tahap ini tertuju pada sasaran utama yakni remaja. Diketahui dari berapa jumlah peserta sebagai target sasaran untuk menilai seberapa besar orang yang memperhatikan program ini, berdasarkan jumlah peserta yang datang pada pelaksanaan kegiatan tersebut. Baik pada pelaksanaan layanan kesehatan yang dilakukan di sekolah, *public space* ataupun *by event*.

Gambar 3.8 Peserta Layanan Cek Kesehatan



Sumber: Dokumentasi PASHMINA *Public Space*, September 2017

Layanan cek kesehatan seperti pada dokumentasi di atas peneliti dapatkan dari Instagram @Pashminadjoist. Dari foto tersebut menjelaskan bahwa tenaga medis dari petugas PASHMINA sedang memberikan penjelasan terkait hasil dari pemeriksaan tersebut. PASHMINA juga memberikan kebebasan dalam cek kesehatan sesuai kebutuhan mereka. Selanjutnya peserta akan mendapatkan hasil terkait kondisi masing-masing yang kemudian tim dari tenaga kesehatan akan menyampaikan pesan atau informasi serta saran terkait hasil tersebut. Peserta juga diberi kebebasan untuk bertanya terkait keluhan atau apa yang sedang mereka alami kepada tim pelaksana dari tenaga medis, begitu juga pada saat pos konseling psikologi dan beberapa pos layanan lainnya. PASHMINA berusaha memberikan pelayanan dan

penjelasan secara jelas kepada para peserta agar mereka memahami dan mendapatkan manfaatnya.

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 seperti yang sesuai pada lampiran. Sedangkan, PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta belum menyediakan data atau rekaman mengenai kertas berisikan lembar kerja evaluasi sebagai indikator keberhasilan atau buku kegiatan edukatif yang dibagikan untuk para peserta pada saat pelaksanaan yang dilakukan di sekolah yakni Muallimat atau layanan *public space*.

### **C. Dampak (*Impact*)**

Evaluasi PR mengenai dampak dari pengelolaan *social marketing* Nasyiatul Aisyiyah dalam program PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta menurut Cutlip, Center dan Broom yang dikutip pada tahun 2011, berisi mengenai bagaimana perubahan yang didapatkan setelah adanya program tersebut. Pada model evaluasi dampak, peneliti akan memberikan data berupa hasil wawancara yang didapatkan dari peserta setelah mengikuti pelaksanaan. Tahap penilaian dampak pada pelaksanaan program yang terdiri dari enam tingkatan, tetapi dalam pelaksanaan PASHMINA, peneliti hanya menggunakan 4 tingkatan, yakni jumlah orang yang memahami isi pesan, jumlah orang yang mengubah opini, jumlah orang yang mengubah sikap dan

jumlah orang yang berbuat sesuai yang diharapkan. Berikut penjabaran pada tingkatan tersebut:

1. Jumlah Orang yang Memahami Isi Pesan

Mengenai jumlah orang yang memahami isi pesan, peneliti telah mewawancarai beberapa narasumber tentang sejauh mana mereka mengetahui pesan yang disampaikan dalam *social marketing* yang dilakukan oleh PASHMINA pada remaja sebagai sasaran utamanya. PASHMINA dalam mengkampanyekan pesannya memberikan penyampaian tentang kesehatan dan kesehatan reproduksi pada sasarannya 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.

Kesehatan reproduksi dan kasus permasalahan remaja yang sedang marak terjadi di Yogyakarta cukup memprihatinkan. Sedangkan kesehatan reproduksi sendiri merupakan dimana organ-organ pencernaan atau system reproduksi dapat berjalan secara lancar tanpa ada gangguan reproduksi. Sehingga juga dapat berpengaruh pada kesehatan tubuh individu. Untuk itu, perlu mengetahui pentingnya menjaga kesehatan yang bisa mempengaruhi pada system kesehatan reproduksi pada diri seseorang (Sita Delia peserta PASHMINA, wawancara 13 Oktober 2017).

Menurut peneliti apa yang disampaikan Sita Delia sebagai peserta mengenai pesan yang diberikan terkait kesehatan reproduksi dan kasus permasalahan remaja telah membuat Sita Delia sebagai salah satu peserta memahami akan hal tersebut. Dengan adanya program PASHMINA membantu para remaja seperti pada penyampaian pesan yang diberikan mengenai kesehatan dan kesehatan reproduksi serta permasalahan remaja. Dengan demikian, pesan yang disampaikan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi serta peran aktif dari remaja mengenai hal tersebut.

## 2. Jumlah orang yang mengubah opini

Dalam penghitungan jumlah orang yang mengubah opini, langkah yang digunakan oleh peneliti dengan mengetahui dari hasil wawancara yang didapatkan. Banyak yang didapat setelah mengikuti program ini, selain tahu apa yang harus diubah setelah cek kesehatan juga menambah ilmu serta wawasan selain itu pada layanan yang diberikan program PASHMINA tidak ditarik biaya atau gratis untuk cek kesehatan (Rahma peserta PASHMINA, wawancara 13 Oktober 2017).

Dalam hal ini 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, karena dengan adanya PASHMINA disetiap kegiatan, dapat mengingatkan tentang pentingnya menjaga kesehatan diusia muda. Kemudian hasil yang didapat setelah mengikuti program ini membuat paham akan pentingnya menjaga kesehatan diusia muda dan dapat mengetahui seberapa baik atau buruk kondisi badan tiap individu (Arif Muhammad peserta PASHMINA, wawancara 13 Oktober 2017).

Apa yang disampaikan oleh salah satu peserta setelah mengikuti kegiatan tersebut, adanya program PASHMINA dirasa mampu untuk mengubah sikap dari para peserta mengenai pesan yang disampaikan. 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

Pada tahap ini, melihat dari berapa 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. Selain itu, mereka juga merasa terbantu karena adanya layanan kesehatan dan pos-pos edukasi sesuai dengan tema yang dibuat oleh PASHMINA. 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.

#### **D. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksana Program**

Dalam pelaksanaan program PASHMINA, dari hasil analisis baik itu pada tahap perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi, terdapat beberapa faktor pendukung dan hambatan dalam usaha mencapai sasaran atau target yang telah direncanakan. Adapun faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Faktor pendukung

- a) Bentuk dukungan penuh yang telah diberikan oleh pihak manapun baik dari Muhammadiyah, Aisyiyah, PPNA, juga PDNA dengan terbuka dan memberikan kemudahan bagi Nasyiatul Aisyiyah untuk menjalankan program sehingga sampai saat ini PASHMINA terus mengalami perkembangan. Selain itu, pihak-pihak lain yang telah terlibat dalam membantu pelaksanaan program PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta selama ini.
- b) PASHMINA merasa terbantu dengan adanya teman-teman dari tenaga ahli yakni para relawan dalam pelaksanaan program ini. Karena PASHMINA merupakan program yang dalam pelaksanaannya tak lepas dari keterlibatan para tenaga ahli juga tenaga kesehatan. Kemudian, kebanyakan dari mereka adalah para mahasiswa atau mahasiswi yang cukup berkompeten dalam bidang tersebut. Sehingga, dengan kehadiran mereka sangat membantu

serta menambah semangat dalam pelaksanaan program PASHMINA.

- c) Antusiasme dari para peserta yang menerima dengan baik adanya program PASHMINA dan turut berpartisipasi, juga menjadi faktor pendukung terlaksananya program ini. Dengan mengikuti beberapa rangkaian kegiatan yang telah disediakan oleh tim pelaksana PASHMINA, secara tidak langsung telah mendukung adanya program ini sekaligus dapat menambah wawasan juga edukasi untuk mereka dan berbagi pengalaman bersama.

## 2. Faktor Penghambat

- a) Dana operasional

Program PASHMINA terkait dana operasional dirasa masih minim, sehingga perlu mencari bantuan dana dari beberapa pihak serta tambahan lain. Cara tersebut didapatkan seperti mengajukan proposal untuk pengumpulan dana. Selanjutnya, untuk mendapatkan tambahan lain saat PASHMINA sedang mengadakan layanan *public space* dan *by event*.

- b) SDM yang masih kurang

Hingga saat ini, kurangnya SDM membuat PASHMINA membutuhkan bantuan dari tenaga ahli atau para relawan. Sehingga, cara yang dilakukan oleh PASHMINA dengan beberapa

kali membuka penerimaan tenaga baru untuk mengantisipasi kurangnya tenaga ahli.

c) Sarana Ruang

PASHMINA khususnya pada tingkat Kota Yogyakarta, mempunyai keinginan untuk memiliki ruangan khusus/ruangan tersendiri sebagai tempat berkumpulnya mereka. Meskipun pada saat pertemuan tetap berjalan baik dengan memakai rangan sementara, namun mereka menginginkan untuk memiliki ruangan tersendiri.

Pada penjelasan terkait faktor pendukung, peneliti menilai bahwa perkembangan dari program PASHMINA tak lepas dari bantuan dan dukungan yang diberikan untuk mereka, karena PASHMINA sendiri mengaku bahwa dengan adanya kerjasama yang diberikan dan antusiasme dari para peserta membuat mereka terus mengalami perkembangan dalam menjalankan programnya. Hal tersebut juga tak lepas dari hambatan yang dimiliki oleh PASHMINA. Sehingga PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta terus mengupayakan berbagai cara agar hambatan tersebut dapat teratasi.