

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Evaluasi pengelolaan *social marketing* dalam programnya PASHMINA pada tingkat Kota Yogyakarta, telah berjalan dengan baik. Hal tersebut seperti didapatkan bahwa program ini berjalan untuk mendekatkan layanan kesehatan yang dibutuhkan oleh para remaja dan sarana berkumpulnya mereka untuk mengembangkan diri. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian Evaluasi Pengelolaan *Social Marketing* Nasyyiatul Aisyiyah pada tingkat Kota Yogyakarta dalam Programnya PASHMINA (Pelayanan Remaja Sehat Nasyyiatul Aisyiyah) tahun 2015-2017, dengan menggunakan model evaluasi PII yang dikembangkan pada tahun 2011 dengan tahapan persiapan, pelaksanaan dan dampak berikut adalah kesimpulan yang dapat peneliti ambil :

1. Persiapan

Pada evaluasi penilaian persiapan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta selaku pelaksana program PASHMINA telah melaksanakan proses perencanaan program dengan menggunakan tahapan maupun pelaksanaan strategi yang tepat dan sesuai dengan model tahap persiapan. Dalam hal ini, PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta mempunyai cara tersendiri untuk mampu menyediakan kebutuhan yang diinginkan oleh para remaja yakni informasi seputar kesehatan dan kesehatan reproduksi serta sarana untuk ruang edukasi yang terbentuk dalam layanan pos

kegiatan. Sehingga tujuan dari pelaksanaan program PASHMINA yang mana dalam memberikan layanan kesehatan dan edukasi yang dikemas melalui pos kegiatan sesuai kebutuhan remaja sebagai target sarannya telah sesuai dengan latar belakang program.

2. Pelaksanaan

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

3. Dampak

Adanya program PASHMINA telah terwujud dampak yang terlihat dari opini para peserta mengenai tingkat pemahaman terkait penyampaian pesan yang diberikan oleh PASHMINA Kota Yogyakarta. Hasil yang didapat, para peserta merasakan manfaat yang diperoleh dari pelaksanaannya, sehingga keberadaan PASHMINA dianggap mampu memberikan jawaban terkait permasalahan yang dihadapi oleh remaja terkait kesehatan dan kesehatan reproduksi. Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti kepada program, mereka memahami tentang apa

yang diberikan oleh PASHMINA, karena mereka mampu menjawab pertanyaan yang peneliti berikan. Oleh karena itu, perlunya pendekatan dan pendampingan serta edukasi yang diberikan oleh sasaran remaja untuk mengatasi permasalahan terkait hal tersebut.

B. Saran

Ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta agar dalam melaksanakan program *social marketing* bisa lebih baik. Saran tersebut meliputi:

1. PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta hanya sebagai pelaksana program yang telah ditentukan oleh Nasyyatul Aisyiyah. Perlunya pelaksana PASHMINA merencanakan dan mempunyai indikator keberhasilan program yang akan dijalankan. Sehingga indikator perkembangan pada pelaksanaan program tidak hanya diketahui dari testimoni dan jumlah kehadiran dari peserta saja.
2. PASHMINA tingkat Kota Yogyakarta lebih memaksimalkan lagi saat memilih sasaran pelaksanaan. Tidak hanya terpusat pada pelaksanaan *public space* saja, tetapi mulai dioptimalkan kembali sasaran pelaksanaan yang diadakan khusus peserta remaja seperti yang dilakukan di sekolah-sekolah atau mengadakan seminar yang ditujukan untuk mereka. Agar tujuan dari adanya program PASHMINA dapat terwujud dengan baik.
3. Untuk Nasyyatul Aisyiyah khususnya PDNA Kota, monitoring perlu dilakukan tidak hanya sesekali saja. Melainkan dapat dilakukan bersamaan

pada evaluasi bersama, yakni 6 bulan / akhir tahun sesuai yang tertulis dalam buku panduan. Sehingga dapat diketahui perkembangan *social marketing* yang dilakukan oleh PASHMINA.

4. Identitas pada buku daftar hadir peserta dibuat lebih lengkap, misalnya dapat ditambahkan nomer *handphone* peserta. Tujuannya adalah selain melakukan pemantauan juga dapat mengundang mereka untuk hadir kembali pada pelaksanaan selanjutnya. Sehingga dapat diketahui perkembangan dari para peserta.
5. Mengoptimalkan kembali untuk pembagian dan pengisian lembar evaluasi kepada peserta yang berisi tentang rangkuman materi, kritik maupun saran kegiatan. Tujuannya untuk menilai kinerja pengelolaan *social marketing* program PASHMINA agar lebih baik lagi. Juga dari penyampaian pesan yang diberikan untuk mengetahui sejauh mana daya tangkap dan pemahaman dari para peserta yang dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan program.
6. Mengenai data rekapan untuk kedepannya perlu diperhatikan lagi dalam menambah kelengkapan data yang dimiliki oleh PASHMINA. Hal tersebut seperti pencatatan jadwal kegiatan yang dilaksanakan, jumlah dokumentasi kegiatan, jumlah kehadiran peserta dan kelengkapan data lainnya.
7. Konten pada media sosial sebaiknya lebih berfokus pada isi dari pesan yang disampaikan pada setiap acaranya, seperti: bagaimana pesan tersebut dibuat untuk mengajak para remaja memeriksakan kesehatannya. Jadi, tidak hanya dokumentasi kinerja pada saat pelaksanaan program. Oleh

karena itu, media sosialpun dapat menjadi lahan penyampaian pesan yang maksimal oleh PASHMINA.