

**Strategi Pemasaran Sosial *Volunteerism* “*Youth for Climate Change* di Daerah Istimewa Yogyakarta” Periode Tahun 2016 -  
2017**



**TEGAR PANDU PRASETYO**

**20130530154**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
*FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK*  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**

## **HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Tegar Pandu Prasetyo

NIM : 20130530154

Konsentrasi : Broadcasting

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Sosial *Volunteerism “Youth For Climate Changed* di Daerah Istimewa Yogyakarta”Periode 2016-2017.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 30 Agustus 2018

**Tegar Pandu Prasetyo**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis berharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir Gunawan Budiyo, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA. Selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
6. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. selaku dosen penguji skripsi yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Chrisna Ocvatika selaku Ketua YFCC DIY beserta anggota YFCC DIY yang selalu memberikan informasi dan data untuk penulisan skripsi ini.
9. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Marjuki dan Ibu Siti Mihayati yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang selama ini, terimakasih atas rasa cinta yang tiada henti.
10. Serta Orang tua angkat saya Ibu Elviana Moestafa, Bapak Hein Charel Latuperissa, Ibu Masrita Magat yang tiada hentinya memberikan do'a dan dukungannya selama ini.
11. Orang-orang terdekat saya Yana Katkova, Lesy Aria Agestri, Tamara Ismi Claudya, Tomokeun, Mas Isran Kamal, Mba Sunaini Rofi'ah, Mba Latifah Al Hakimi, Irina Perfilieva. yang selalu memberikan dukungan

12. serta motivasi sampai saat ini. Terima kasih atas kasih sayang yang tiada henti.
13. Teman-teman seperjuangan Noor Rahmad, Alfian Azhar Mutaqin, Andi Akhmed Moussavi, Christopher Brian Yudhi Pradika, Muhammad Wibowo Tukarana, Bagas Hidayat Purnama. yang selalu memberikan dukungan sejak pertama penyusunan skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan di Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 30 Agustus 2018

Hormat Kami

Tegar Pandu Prasetyo

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segenap rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku Bapak Marjuki dan Ibu Siti Mihayati, Adikku Agni Wisnu Mareto dan Sekar Siwi Utami yang selalu ada disisiku mendoakanku, mendampingi serta mendukungku dengan segenap kasih sayangnya. Terimakasih untuk cinta kasihmu yang tiada hentinya untukku.
2. Keluarga besarku yang selalu mendukungku.
3. Orang tua angkatku Ibu Elviana Moestafa, Bapak Hein Charel Latuperissa, Ibu Masrita Magat, yang selalu memberikan nasehat dan dukungan, serta mendampingiku dengan segenap sayangnya.
4. Orang-orang terdekat Yana Katkova, Lesy Aria Agestri, Tamara Ismi Claudya, Tomokeun, Mas Isran Kamal, Mba Sunaini Rofi'ah, Mba Latifah Al Hakimi, Irina Perfilieva, Afrizal Haris. yang selalu memberikan dukungan serta motivasi baik dalam suka maupun duka.
5. Teman-teman seperjuangan Noor Rahmad, Alfian Azhar Mutaqin, Andi Akhmed Moussavi, Christopher Brian Yudhi Pradika, Muhammad Wibowo Tukarana, Bagas Hidayat Purnama. yang selalu bercengkrama

6. selama kuliah bareng dan saling mendukung satu sama lain ketika sedang bersusah hati.
7. Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Program Studi Ilmu Komunikasi.
8. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan masa belajar saya.
9. Seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Pak Jono, Pak Mur, Pak Yunianto dan Mbak Siti. Terimakasih atas semua bantuan yang telah diberikan.
10. Teman-teman Komunikasi angkatan 2013. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.

## **MOTTO**

“Ketika hidup dihadapkan dengan sebuah rintangan bukan berarti itu sebuah halangan melainkan tekad untuk bangkit agar bisa berdiri tegak”

Tegar Pandu Prasetyo

“Laki-laki yang dewasa harus bisa menjamin bahwa masa depan itu harus benar-benar cerah”



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori .....	8
1. Definisi Strategi .....	8
2. Definisi <i>Social Marketing</i> .....	10
3. Elemen dalam Pemasaran Sosial .....	11
4. Perencanaan dalam Melakukan Pemasaran Sosial .....	14
5. Organisasi Non-Profit.....	16
F. Penelitian Terdahulu .....	17
G. Metodologi Penelitian .....	18
1. Jenis Penelitian .....	18
2. Informan Penelitian .....	18
3. Teknik Pengumpulan Data .....	19
4. Teknik Analisis Data .....	21
5. Validitas Data .....	22

6. Sistematika Penulisan .....	23
<b>BAB II GAMBARAN UMUM DAN DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	25
1. Sejarah Berdirinya YFCC DIY .....	25
2. Visi dan Misi YFCC DIY .....	27
3. Struktur Organisasi .....	27
4. Program Kerja .....	30
5. Logo dan Motto YFCC DIY .....	35
B. Profil Kegiatan YFCC DIY .....	35
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>39</b>
A. Sajian Data.....	39
1.Strategi organisasi yang digunakan YFCC DIY.....	39
2.Tahapan Pemasaran Sosial .....	41
2.1 Analisis Lingkungan .....	41
2.2 Rapat Anggota .....	43
2.3 Pelaksanaan Program Kegiatan .....	43
2.4 Musyawarah Besar.....	45
3 Elemen dalam Strategi Pemasaran Sosial .....	46
3.1 <i>Product</i> (Produk) .....	46
3.2 <i>Place</i> .....	49
3.3 <i>Price</i> .....	50
3.4 <i>Promotion</i> .....	52
3.5 <i>Partnership</i> .....	54
3.6 <i>Policy</i> .....	55
4 Strategi dalam pemasaran Sosial .....	57
4.1 Memilih Segmentasi Pasar .....	58
4.2 Program Strategi Pemasaran Sosial .....	59
4.3 Rekrutmen <i>Volunteer</i> .....	59
3.4 Indikator Keberhasilan .....	61

B. Analisis Data.....	64
1. Strategi Organisasi yang digunakan YFCC DIY .....	65
2. Tahapan Pemasaran Sosial.....	66
2.1 Analisis Lingkungan .....	66
2.2 Rapat Anggota .....	68
2.3 Pelaksanaan Program Kegiatan .....	69
2.4 Musyawarah Anggota .....	70
3. Elemen dalam Pemasaran Sosial.....	71
4. Strategi dalam Pemasaran Sosial .....	79
4.1 Pengenalan Tujuan dan Program Kerja .....	79
4.2 Menentukan Segmentasi Pasar .....	80
4.3 Melaksanakan Aksi Nyata .....	81
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	 85
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	86
 DAFTAR PUSTAKA .....	 88
 DAFTAR LAMPIRAN.....	 92
a. Transkrip Wawancara Tanggal 19 Maret 2018.....	92
b. Transkrip Wawancara Tanggal 27 April 2018.....	94
c. Transkrip Wawancara Tanggal 05 Mei 2018.....	98
d. Transkrip Wawancara Tanggal 15 Mei 2018.....	99
e. Transkrip Wawancara Tanggal 23 Mei 2018.....	102
f. Transkrip Wawancara Tanggal 30 Mei 2018.....	103
g. Transkrip Wawancara Tanggal 10 Juni 2018.....	104
 DAFTAR GAMBAR.....	 106
i. Gambar foto kegiatan YFCC DIY.....	106
ii. Gambar Poster kegiatan YFCC DIY.....	107

iii. Gambar foto Wawancara dengan nara sumber.....	110
iv. Surat Pernyataan Melakukan penelitian.....	112