

## ABSTRAK

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

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

Tahun skripsi : 2010 + 101 halaman + 8 lampiran

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

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

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

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

## ABSTRACT

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

**Social marketing communication Raises The awareness of to doing the early prevention of the cervix cancer done by the health of department city Yogyakarta Perod 2007 - 2008  
Years of Scrimption : 2010 + 101 pages + 8 archives  
Catalog of Literature : 16 books + 2 search online + 1 tabloid + 6 archives from Department City of Yogyakarta**

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

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

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

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