

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Putri Wahyuning Astuti
Pelaksanaan *Social Marketing* Puskesmas Danurejan 1 kota Yogyakarta
dalam Mengkampanyekan Program ASI Eksklusif pada Tahun 2014
Tahun Skripsi : 2016 + 142 hal+ 9 tabel + 7 gambar
Daftar Pustaka : 13 buku (tahun 1989 - 2014) + 2 internet + 2 skripsi + 1
jurnal

Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis tentang *Social Marketing* Puskesmas Danurejan I dalam Mensosialisasikan Program ASI Eksklusif pada Tahun 2014. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mengetahui pelaksanaan *social marketing* dalam program ASI eksklusif Puskesmas Danurejan I kota Yogyakarta, serta untuk mengetahui hambatan dari dalam dan luar yang dialami selama pelaksanaan program ASI eksklusif selama tahun 2014.

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode pendekatan studi kasus dan jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Penelitian ini berlokasi di Puskesmas Danurejan I kota Yogyakarta. Sumber data penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan informan, dokumen, dan foto dokumentasi. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Puskesmas Danurejan I kota Yogyakarta hanya sebagai pelaksana dalam pelaksanaan *social marketing* program sosialisasi ASI eksklusif yang telah ditetapkan oleh Dinas Kesehatan kota Yogyakarta. Pelaksanaan *social marketing* belum maksimal dilakukan karena Puskesmas Danurejan I kota Yogyakarta tidak tepat dalam memilih waktu pelaksanaan program. Media yang digunakan sebagai pendukung dalam *social marketing* ASI eksklusif menurut peneliti sudah beragam yaitu brosur, lembar balik panduan menyusui, poster, buku KIA (Kesehatan Ibu dan Anak), dan buku kelompok pendukung ibu. Pesan yang disampaikan didalamnya juga sudah lengkap dan teratur, mampu menjawab segala kebingungan ibu. Namun yang terjadi di lapangan media yang digunakan belum maksimal dimanfaatkan, karena masih ada beberapa media yang belum diterima sepenuhnya oleh para target sasaran.

Kata Kunci : Social Marketing, Puskesmas Danurejan 1, ASI Eksklusif

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Science

Concentration on Public Relations

Putri Wahyuning Astuti

The Implementation of Social Marketing by the Public Health Center of Danurejan I Yogyakarta Municipality in Promoting the Exclusive Breastfeeding Program in 2014

Year of Essay: 2016 + 142 pages + 9 tables + 7 figures

Bibliography: 13 books (1989-2014) + 2 internets + 2 essays + 1 journal

This study is about the implementation of social marketing by the Public Health Center (PHC) of Danurejan I Yogyakarta Municipality in promoting the Exclusive Breastfeeding Program in 2014. The objectives of the study are to find out the implementation of social marketing by PHC of Danurejan I Yogyakarta Municipality and to find out both internal and external obstacles in promoting the Exclusive Breastfeeding Program in 2014.

The study was conducted by using a descriptive qualitative method with a case study approach. A location of the study was PHC of Danurejan I Yogyakarta Municipality. Data used in the study were collected by interviews with informant, document, and photographic documentation. Data validity test was carried out by a triangulation of sources, meaning that researcher compared various sources for the validity of information obtained in different times and by various tools.

Result of the study showed that in the implementation of social marketing, PHC of Danurejan I Yogyakarta Municipality only served as the implementer in socializing the Exclusive Breastfeeding Program determined by Sub-department of Yogyakarta Municipality. The social marketing program was not implemented in a maximum manner because PHC of Danurejan I Yogyakarta Municipality was inappropriate in selecting the time for program implementation. The media used to support the implementation of social marketing for the Exclusive Breastfeeding Program was various such as brochures, the sheets of breastfeeding guide, posters, maternal and child health book, and maternal support group book. The messages delivered were complete, well-ordered, and able to solve any maternal confusion. However, the media were not maximally utilized in the field because there are still several media that are not entirely accepted by the targeted group.

Keywords: Social Marketing, PHC of Danurejan I, Exclusive Breastfeeding