Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Strategi komunikasi pemasaran program kesehatan reproduksi untuk remaja oleh Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI)

Jaka Warsihna, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=77941&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam memasarkan suatu produk, mulai dari desain kemasan, periklanan, pemasaran langsung, komunikasi getok tular, layanan konsumen, hingga pemilihan media. Proses pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan organisasi nonprofit (nirlaba) sama dengan yang digunakan untuk organisasi profit (bisnis).

Tesis ini membahas strategi apa yang digunakan oleh Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) dalam memasarkan Program Kesehatan Reproduksi untuk Remaja di wilayah DKI Jakarta pada tahun 1997, sehingga remaja di DKI Jakarta mengenal, bertambah pengetahuannya, dan memahami tentang kesehatan reproduksi pada dirinya.

Penulis mendeskripsikan berbagai startegi yang dilakukan oleh Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia dalam memasarkan program Kesehatan Reproduksi untuk Remaja sebagai bentuk komunikasi dan penggunaan media yang dipilih di wilayah DKI Jakarta pada tahun 1997, serta melihat apakah penggunaan media tersebut sudah tepat, sehingga pesan sampai kepada khalayak sasarannya.

Beberapa teori clan konsep yang digunakan di sini antara lain konsep dasar komunikasi pemasaran sosial, model perencanaan komunikasi pemasaran sosial, strategi komunikasi pemasaran sosial, memonitor strategi komunikasi pemasaran sosial.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara kualitatif dengan ripe deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu data primer dilakukan dengan wawancara mendalam, sedangkan data skunder diperoleh dengan mengacu dari sumber tertulis yang sudah ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masalah pendidikan kesehatan reproduksi harus diberikan kepada seluruh masyarakat terutama kepada remaja dan orangtuanya, sehingga tidak terjadi masalah yang diakibatkan kurangnya pengetahuan kesehatan reproduksi, seperti kehamilan di luar nikah, aborsi, penyakit menular seksual, dan lain-Iain, serta pendidikan kesehatan reproduksi tidak ditafsirkan sebagai pendidikan seks secara terbuka

Namun dalam pelaksanaannya, program tersebut juga menemui masalah baik dari sisi sumber yang menyangkut keluar masuk relawan, masalah informasi program dalam kaitan dengan pemilihan media, dan masalah dari sisi penerima pesan yaitu remaja dari berbagai latar belakang yang berbeda.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan saran-saran untuk penyempurnaan bentuk komunikasi pemasaran kesehatan reproduksi bagi remaja antara lain dengan selalu mengadakan perekrutan dan pelatihan relawan, perbaikan dalam segi kemasan pesan komunikai, negosiasi dengan Dep P dan K dan Dep Agama agar masuk dalam kurikulum SLTP dan SLTA, dan penggunaan berbagai media yang tepat.