

ANALISIS RANCANGAN PROGRAM PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF MELALUI STRATEGI PEMASARAN
SOSIAL DI PUSKESMAS PADANGSARI SEMARANG 2017

AINI NUR SANTI – 25010113130238

(2017 - Skripsi)

Di Indonesia, AKB mencapai 22 per 1.000 kelahiran hidup. Air Susu Ibu (ASI) merupakan upaya untuk mengurangi salah satu faktor penyebab kematian tersebut. Puskesmas Padangsari memiliki cakupan ASI eksklusif sebesar 59.79% tetapi jika dibandingkan dengan Standar Pelayanan Minimum (80%) cakupan tersebut masih rendah. Tujuan peneliti ialah menyusun perencanaan program pemberian ASI, mengidentifikasi faktor lingkungan internal eksternal Puskesmas Padangsari dan merumuskan sebuah strategi. Metode penelitian adalah kualitatif dengan pendekatan *exploratory study*. Informan utama yaitu pelaksana program gizi, didukung triangulasi kepala puskesmas dan kader. Hasil penelitian didapatkan faktor internal sebagai gambaran kekuatan dan kelemahan diantaranya sumberdaya terdiri dari 2 bidan, 1 tenaga gizi, kegiatan yang dilakukan penyuluhan dan konseling, dana tidak menjadi kendala, terdapat media promosi pendukung tetapi tidak didukung dengan sarana ruangan dsb. Faktor eksternal sebagai gambaran peluang dan ancaman diantaranya puskesmas memiliki kader, komunikasi penyuluhan memiliki kendala, persepsi ASI yang tidak tepat, respon sasaran tidak disertai implementasi dsb. Hasil analisis situasi tersebut mengarahkan Puskesmas Padangsari berada pada posisi kuadran strategi “agresif” yang menandakan bahwa organisasi memiliki kekuatan dan peluang dimana keuntungan tersebut dalam mendukung kebijakan organisasi tumbuh lebih agresif. Alternatif strategi yang dapat diterapkan Puskesmas Padangsari ialah kampanye pemasaran sosial. Kampanye ini membantu peningkatan penerimaan gagasan sosial atau perubahan perilaku tanpa paksaan, sukarela dan kesadaran diri sendiri

Kata Kunci: Analisis Situasi, SWOT, Pemasaran Sosial