

**STRATEGI *SOCIAL MARKETING* PEMERINTAH KABUPATEN BURU
DALAM MENGERAKKAN PROGRAM GELORA SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN NILAI SPIRITUAL REMAJA/ANAK PADA TAHUN
2016-2019**

SKRIPSI

Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S.1

Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Syifa Sabila Azzahra Umasugi

20160530156

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syifa Sabila Azzahra Umasugi

NIM : 20160530156

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi dengan judul

**“STRATEGI *SOCIAL MARKETING* PEMERINTAH KABUPATEN BURU
DALAM MENGGERAKKAN PROGRAM GELORA SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN NILAI SPIRITUAL REMAJA/ANAK PADA TAHUN
2016-2019”** berdasarkan hasil penelitian, pemaparan asli dari diri saya sendiri.

Seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk pada skripsi ini dinyatakan dengan benar dan jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya tanpa adanya suatu paksaan maupun tekanan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dari karya tulis ini.

Yogyakarta, 24 September 2020

Penulis

Syifa Sabila Azzahra Umasugi

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Ayah dan ibu saya atas segala kesabaran dan dukungannya kepada saya yang tiada henti dan juga menjadi motivasi saya sehingga dapat melewati proses perkuliahan dengan lancar.
2. Bapak Taufiqqurahman selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing sekaligus mengarahkan dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat saya yang selalu menemani dan memberikan semangat Ewi, Pipit, Ika dan Ayu.
4. Sahabat-sahabat seperantauan saya yang sudah saya anggap keluarga sendiri, yang selalu ada dalam suka maupun duka Nisa, Michelle, dan Aka.
5. Teman-teman seperjuangan perkuliahan saya yang selalu menghibur saya dan memberikan semangat Arin, Witri, Indira, Togealldays, Yadit, Pupe, Yuni, dan teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2016.
6. Narasumber penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk saya wawancara dalam penelitian ini serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu saya.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Akhir kata semoga

skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Muhammdiyah Yogyakarta.

MOTTO

Lakukan sesuatu hari ini yang akan berterima kasih pada anda di masa depan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Strategi Social Marketing Pemerintah Kabupaten Buru Dalam Menggerakkan Program Gelora Sebagai Upaya Meningkatkan Nilai Spiritual Remaja/Anak Pada Tahun 2016-2019”** ini untuk memenuhi sebagian persyaratan Akademik Program Studi Strata 1 (S1) pada Jurusan Advertising, Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Pada skripsi ini, penulis menyadari masih adanya kekurangan, dengan kemampuan penulis yang masih dalam tahap pembelajaran. Berkat kerja keras penulis serta dukungan dari pembimbing, bantuan dan do'a dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh Karena itu, penulis ingin mengucapkan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam proses penelitian skripsi ini, mereka diantaranya adalah :

1. Bapak Dr. Ir Gunawan Budiyanto, 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 Arief Nur Rasyid, S.IP, M.Sc Selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta pembimbing yang senantiasa mendukung dan sabar dalam membimbing.

4. yang telah menguji sidang skripsi dan membantu menyempurnakan penyusunan skripsi hingga benar.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
6. Pihak dari Program Gelora yang telah membantu melancarkan penelitian skripsi ini.
7. Keluarga besar terkhusus orang tua atas doa dan restunya dalam menajalani pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Teman-teman yang lainnya yang selalu menyemangati penulis dalam berproses.

Akhir kata, penulis kembali mengucapkan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini, dan mohon maaf untuk pihak yang tidak tersebutkan satu-persatu. Segala saran dan kritik atas penulisan skripsi ini penulis terima untuk menjadi motivasi kedepannya. Semoga penelitian skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 2020

Syifa Sabila Azzahra Umasugi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
UCAPAN TERIMA KASIH.....	i
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kajian Pustaka	12
1. Pengertian Social Marketing.....	12
2. Aspek-aspek dalam Social Marketing	14
3. Tahapan Komunikasi Social Marketing.....	18
4. Promotion dalam Social Marketing	21
F. Metode Penelitian	29

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Kabupaten Buru	35
B. Profil Program Gelora.....	36
C. Tujuan Program Gelora.....	38
D. Slogan Gelora.....	39
E. Media Promosi	43

BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Sajian Data	45
1. Perencanaan Program Social Marketing	46
2. Aspek-aspek Social Marketing	49
3. Evaluasi Program Social Marketing	72
B. Analisis Data	75
1. Perencanaan Program Social Marketing	75
2. Aspek-aspek Social Marketing	76
3. Evaluasi Program Social Marketing	83

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	86
B. Saran	87

LAMPIRAN

DOKUMENTASI

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	66
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	3
Gambar 2.....	4
Gambar 3.....	6
Gambar 4.....	21
Gambar 5.....	22
Gambar 6.....	24
Gambar 7.....	34
Gambar 8.....	41
Gambar 9.....	42
Gambar 10.....	43
Gambar 11.....	43
Gambar 12.....	44
Gambar 13.....	44
Gambar 14.....	48
Gambar 15.....	48
Gambar 16.....	54
Gambar 17.....	60
Gambar 18.....	60
Gambar 19.....	63
Gambar 20.....	63
Gambar 21.....	64
Gambar 22.....	64
Gambar 23.....	66
Gambar 24.....	70

Gambar 25.....71
Gambar 26.....71
Gambar 27.....
Gambar 28.....