

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Advertising*

Faalia Rahmawati

Studi kasus deskriptif kualitatif tentang “Strategi Komunikasi PT. Askes (Persero) Cabang Utama Yogyakarta dalam mensosialisasikan Askeskin kepada masyarakat miskin di Yogyakarta periode tahun 2006-2007”
149 halaman, 46 lampiran, 25 buku, 12 media online, 2 surat kabar (2005-2006)

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi PT. Askes (Persero) Cabang Utama Yogyakarta dalam mensosialisasikan Askeskin kepada masyarakat miskin di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dijalankan PT. Askes (Persero) Cabang Utama Yogyakarta dalam mensosialisasikan Askeskin bagi masyarakat miskin di Yogyakarta. (2) untuk mengetahui latar belakang pilihan-pilihan strategi komunikasi yang dilakukan PT. Askes (Persero) dan mengetahui bagaimana proses dalam pelaksanaan strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik analisis data studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif yang bergerak secara induktif untuk memberikan deskripsi mengenai kasus sebagai obyek penelitian yaitu kegiatan sosialisasi.

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Dalam strategi komunikasi tersebut PT. Askes (Persero) cabang utama Yogyakarta melakukan kegiatan sosialisasi untuk memberikan pemahaman kepada maskin akan manfaat Askeskin. Kegiatan sosialisasi dilatarbelakangi oleh minimnya pemahaman maskin akan prosedural mengakses pelayanan kesehatan melalui Askeskin. Strategi komunikasi yang baik dilakukan oleh PT. Askes (Persero) cabang utama

**Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Political and Social Science
Department of Communications
Advertising**

ABSTRACT

**Faalia Rahmawati
Case Study of communication strategy PT. Askes (Persero) main branch of
Yogyakarta to socializing Askeskin to poor people in Yogyakarta
148 pages, 46 enclosures, 25 books, 12 media online, 2 news paper (2005-
2006)**

This research about how communication strategy PT. Askes (Persero) main branch of Yogyakarta to socializing Askeskin to poor people in Yogyakarta. The aim of this research is (1) to know how PT. Askes (Persero) main branch of Yogyakarta to pursue communication strategy for socialization to pauper people in Yogyakarta. (2) To know back-ground choices communication strategy by PT. Askes (Persero) and to know how the process carry out. In this research, the method research which was used in descriptive method with analyze technique is case study of data. The data collecting technique was done through interview and documentations. The analysis for data was descriptively done that moves inductively to give the descriptions to the cases, as research object that is socialization.

Communication strategy is a fusion of the communication planning and communication management to reach the goal. To reach the goals communication strategy must to show how doing operational technical, that mean is the approach can be different at anytime depend on situation and condition. In communication strategies PT. Askes (Persero) main branch of Yogyakarta do socializing to give understanding for pauper people to use Askeskin. This activity has back-ground decrease pauper people about procedural access healthy service thought Askeskin. Effective communication strategy was did to reach the goals toward for optimal effect.