

**IMPLEMENTASI PEMASARAN SOSIAL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP
PELAKSANAAN PROGRAM KAMPUNG IKLIM
(Studi Kasus RT 05/05 Pondok Cabe Udik, Tangerang Selatan)**

TUGAS AKHIR



ANANDA NUR MARISKA ALIFVIA

1171001069

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

**IMPLEMENTASI PEMASARAN SOSIAL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP
PELAKSANAAN PROGRAM KAMPUNG IKLIM
(Studi Kasus RT 05/05 Pondok Cabe Udik, Tangerang Selatan)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu
Sosial**



ANANDA NUR MARISKA ALIFVIA

1171001069

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Ananda Nur Mariska Alifvia

NIM : 1171001069

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ananda Nur Mariska Alifvia
NIM : 1171001069
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Implementasi Pemasaran Sosial Dalam Upaya
Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap
Pelaksanaan Program Kampung Iklim (Studi Kasus RT
05/05 Pondok Cabe Udik, Tangerang Selatan)


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI


Pembimbing : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D.

()

Penguji 1 : Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M.

()

Penguji 2 : Eka Widandari S.Ab

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Implementasi Pemasaran Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Kampung Iklim (Studi Kasus Rt 05/05 Pondok Cabe Udik, Tangerang Selatan)”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir, banyak sekali kesulitan dan hambatan yang penulis temui. Namun penulis sangat bersyukur dan ber-terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan kelancaran dan kesehatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua serta keluarga penulis yang selalu mendukung material maupun moral, mendoakan, dan selalu berada di sisi penulis dari semasa perkuliahan sampai penyusunan tugas akhir ini.
3. Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberi bimbingan, kritik, saran, dan motivasi dalam penulisan tugas akhir ini.
4. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M selaku Dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dari semasa perkuliahan sampai penulisan tugas akhir ini.
5. Bapak Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan, serta membantu penulis dalam mengerjakan revisi Tugas Akhir ini.

6. Inti Komah selaku sahabat penulis yang selalu mendengarkan keluh-kesah serta memberikan semangat dan motivasi agar penulis percaya diri dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.
7. Anti Nurkarimah, Fifih Rofiqoh, dan Amelia Adelianti selaku sahabat kecil penulis yang selalu memberikan doa dan semangat agar penulis cepat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Mas Faaiz dan Raymond yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Andika Permana selaku teman terdekat penulis yang senantiasa menemani penulis bertukar pikiran, memberikan dukungan, semangat, motivasi kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini, serta meluangkan waktunya untuk menemani penulis mengerjakan tugas akhir ini.
10. Annisa Salsabila selaku teman magang Campus Leaders Program di Bakrie Center Foundation yang bersama-sama mengikuti Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), yang telah susah senang bersama penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
11. Jurnal Riska serta Kak Putri dan Aisyah yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
12. Bakrie Center Foundation selaku organisasi tempat penulis menjalankan program magang dan proyek sosial sehingga dapat membantu penulis menemukan topik tugas akhir.
13. Komunitas Darlingqu selaku komunitas binaan Bakrie Center Foundation yang telah memberi penulis ilmu mengenai isu lingkungan.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terhadap banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap

semoga semua doa, bantuan, semangat, motivasi dan jerih payah yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan dari Tuhan Yang maha Esa. Penulis juga berharap semoga penulisan ini dapat menjadi manfaat bagi banyak pihak ke-depannya.

Jakarta, 19 Agustus 2021

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ananda Nur Mariska Alifvia
NIM : 1171001069
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Tindakan (Kualitatif)

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**IMPLEMENTASI PEMASARAN SOSIAL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP
PELAKSANAAN PROGRAM KAMPUNG IKLIM**

(Studi Kasus RT 05/05 Pondok Cabe Udik, Tangerang Selatan)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2021

Yang menyatakan



(Ananda Nur Mariska Alifvia)

**IMPLEMENTASI PEMASARAN SOSIAL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP
PELAKSANAAN PROGRAM KAMPUNG IKLIM**

(Studi Kasus RT 05/05 Pondok Cabe Udik, Tangerang Selatan)

Ananda Nur Mariska Alifvia

ABSTRAK

Fenomena pemanasan global yang terjadi di muka bumi merupakan tantangan serius yang dihadapi negara-negara di dunia, termasuk Indonesia. Fenomena tersebut telah berdampak pada perubahan iklim yang ekstrim dan penurunan kualitas lingkungan. Pemerintah Indonesia tengah berkomitmen untuk menghadapi perubahan iklim melalui salah satu program berlingkup nasional yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat yaitu Program Kampung Iklim (ProKlim) dengan upaya-upaya adaptasi dan mitigasi. Demi keberhasilan program tersebut, diperlukan kesadaran masyarakat untuk turut aktif berpartisipasi menjalankan ProKlim. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berpartisipasi pada ProKlim, diadakan kegiatan diseminasi Program Kampung Iklim di kawasan Pondok Cabe Udik, Tangerang Selatan. Penulis menggunakan metode design thinking model Stanford d.School dalam pengumpulan informasi dan konsep pemasaran sosial. Penulisan ini menjelaskan tentang implementasi pemecahan masalah warga menggunakan pendekatan *design thinking* model Stanford d.School dan strategi pemasaran sosial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat pada pelaksanaan ProKlim di kawasan Pondok melalui kegiatan diseminasi. Melalui beberapa strategi pemasaran sosial diharapkan terdapat peningkatan jumlah partisipasi warga dalam program tersebut.

Kata Kunci: Pemasaran Sosial, Program Kampung Iklim, Design Thinking

**IMPLEMENTASI PEMASARAN SOSIAL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP
PELAKSANAAN PROGRAM KAMPUNG IKLIM**

(Studi Kasus RT 05/05 Pondok Cabe Udik, Tangerang Selatan)

Ananda Nur Mariska Alifvia

ABSTRACT

The phenomenon of global warming that occurs on earth is a serious challenge faced by countries in the world, including Indonesia. This phenomenon had an impact on extreme climate change and environmental quality. The Government of Indonesia is committed to confronting climate change through one of the national programs based on community empowerment, namely Program Kampung Iklim (ProKlim) with adaptation and mitigation efforts. For the success of the program, public awareness participation is necessary. To increase public awareness in participating in ProKlim, a Climate Village Program dissemination activity was held in the Pondok Cabe Udik area, South Tangerang. The author uses the Stanford d.school model of design thinking in gathering information and social marketing concepts. This paper explains the implementation of problem solving using Stanford d.School design thinking model approach and social marketing strategy in raising public awareness on the implementation of ProKlim in Pondok Cabe Udik area through socialization activities. Through several social marketing strategies, the increasing number of citizen participation in ProKlim is expected.

Keyword: Social Marketing, Climate Village Program, Design Thinking

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat Penulisan	3
1.4.1 Manfaat Teoritis	3
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB 2. TINJAUAN TEORITIS	5
2.1 Deskripsi Program Kampung Iklim	5
2.2 Kesadaran	9
2.2.1 Indikator Kesadaran	9
BAB 3. METODE PENDEKATAN.....	11
3.1 Pendekatan Design Thinking.....	11
3.2 Design Thinking Lembaga Sosial	14
3.3 Eksplorasi Permasalahan melalui <i>Empathy Map</i>	16

3.4	Pemasaran Sosial	17
3.5	Pemasaran Sosial dalam Isu Lingkungan	21
3.6	Narasumber	22
3.7	Sumber Data	23
3.8	Teknik Pengumpulan Data	23
3.9	Teknik Penyajian Data	24
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		25
4.1	Objek Penelitian	25
4.1.1	Profil Komunitas Darlingqu	25
4.1.2	Program Komunitas Darlingqu	25
4.1.3	Struktur Komunitas Darlingqu	26
4.2	Gambaran Umum Bakrie Center Foundation	27
4.2.1	Sejarah Bakrie Center Foundation	27
4.2.2	Struktur Organisasi	29
4.3	Analisis 5 Tahapan Design Thinking	30
4.4	Pelaksanaan Program Kampung Iklim	37
4.4.1	Program Upaya Adaptasi Perubahan Iklim	37
4.4.2	Program Upaya Mitigasi Perubahan Iklim	40
4.5	Hasil Penelitian	42
4.5.1	Kegiatan Pemasaran Sosial Program Kampung Iklim	42
4.5.2	Kesadaran Masyarakat Pada Program Kampung Iklim	47
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN		49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN-LAMPIRAN		55

A. Draft Wawancara Narasumber	55
B. Dokumentasi Kegiatan Diseminasi Program Kampung Iklim.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Program Bank Sampah.....	8
Gambar 2. Pengomposan Sampah Organik	8
Gambar 3. Design Thinking Model Stanford d.school	12
Gambar 4. Empathy Map	16
Gambar 5. Struktur Organisasi Komunitas Darlingqu.....	26
Gambar 6. Logo Bakrie Center Foundation.....	27
Gambar 7. Struktur Organisasi Bakrie Center Foundation	29
Gambar 8. Mock Up mekanisme Kegiatan ProKlim	36
Gambar 9. Media tanam.....	39
Gambar 10. Menabur Bibit Tanaman	39
Gambar 11. Flowchart Alur Pelaksanaan Urban Farming.....	40
Gambar 12. Flowchart Alur Pelaksanaan Program Bank Sampah	42
Gambar 13. Pembagian Bibit ke Warga.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Empathy Map Narasumber	31
Tabel 2. Daftar Peserta Mentoring	45