

## ABSTRACT

Increased awareness of the number of deaths in the world due to heart disease, based on WHO data in 2014 to 2030 projected 23.6 million people in number. IndonesiaAHA ranked 97 with a percentage increase of 82.30%. Based on Health Research data by Indonesian health ministry, the factor of preference increase is 80% by, diet and awareness of healthy lifestyle. The government and Yayasan Jantung Indonesia (YJI) are working hard to campaign and socialize heart health. Seen from the increasing number of public awareness of good eating arrangements based on the results of the New Nielsen New Health and Materials Survey (2016). But not significantly to the results. This research is intended to know and analyst effective influence of diet, lifestyle and education to the success of social marketing program. This research data is a member of healthy heart club YJI training group East Jakarta Makassar. The sampling method used is a slovin formula consisting of 431 populations with a sample of 207. Regression and response methods between dimensions. The results of the study, among others, related to Diet, Lifestyle and Education to the Success of Social Marketing Heart Health Campaign. Quantitative and descriptive analysis methods. Analysis tool using SEM with AMOS software. The results of this study indicate a positive influence on Diet, Lifestyle, Education to the Success of Social Marketing Heart Health Campaign. Can be concluded that the better Pattern Eating, Lifestyle, and Education then the higher the success of social marketing.

Keywords: Healthy Heart Campaign, Diet, Lifestyle, Education.



## ABSTRAK

Peningkatan preferensi jumlah kematian di dunia akibat penyakit jantung, berdasarkan data WHO pada tahun 2014 sampai dengan proyeksi tahun 2030 sejumlah 23,6 Juta jiwa. Indonesia menempati peringkat 97 dengan persentasi peningkatan sebesar 82.30%. Berdasarkan data Riset Kesehatan oleh kementerian kesehatan indonesia faktor peningkatan preferensi tersebut 80% dipengaruhi oleh, pola makan dan kesadaran akan gaya hidup sehat. Pemerintah bersama Yayasan Jantung Indonesia (YJI) berupaya keras melakukan kampanye dan sosialisasi kesehatan jantung. Terlihat dari bertambahnya jumlah kesadaran masyarakat terhadap pengaturan pola makan yang baik berdasarkan hasil survei *Nielsen's New Global Health and Ingredient-Sentiment Survey (2016)* . Namun tidak merubah secara signifikan terhadap hasil jumlah penurunan penderita penyakit jantung secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa efektivitas pengaruh pola makan, gaya hidup dan edukasi terhadap keberhasilan program pemasaran sosial kampanye jantung sehat. Data penelitian ini adalah anggota club jantung sehat YJI kelompok latihan Makasar Jakarta Timur. Metode sampling yang digunakan adalah rumus slovin yang terdiri dari 431 populasi dengan sampel sebanyak 207. Metode analisis yang digunakan adalah *Metode Regresi* dan korelasi antar dimensi. Hasil penelitian antara lain terdapat pengaruh yang signifikan antara Pola Makan, Gaya Hidup dan Edukasi terhadap Keberhasilan Pemasaran Sosial Kampanye Jantung Sehat. Metode Analisis kuantitatif dan deskriptif. Alat bantu analisis menggunakan SEM dengan *software* AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif pada Pola Makan, Gaya Hidup, Edukasi terhadap Keberhasilan Pemasaran Sosial Kampanye Jantung Sehat. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik Pola Makan, Gaya Hidup, dan Edukasi maka semakin tinggi keberhasilan pemasaran sosial kampanye jantung sehat.

Kata Kunci : Kampanye Jantung Sehat, Pola Makan, Gaya Hidup, Edukasi.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT Tuhan Semesta Alam serta atas segala rahmat dan karunia-Nya lah pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul :

ANALISIS KEBERHASILAN PROGRAM PEMASARAN SOSIAL KAMPANYE JANTUNG SEHAT YANG DIPENGARUHI OLEH POLA MAKAN, GAYA HIDUP, DAN EDUKASI.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.

Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. M Ali Iqbal, M.Sc., selaku dosen pembimbing penulis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Augustina Kurniasih., ME selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan dan kepada penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
3. Dr. Aty Herawaty, M.Si., selaku ketua program studi Magister Manajemen, beserta seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Farida Elmi. MM., selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen.

5. Orang Tua tercinta, Mama Yuli, Papa Bowo, Ayah Kuroisin, Ibu Murtini, yang tidak pernah luput mendoakan dengan segenap ketulusan serta kasih sayang dan semangatnya yang selalu men-support penuh untuk kelancaran penulisan Tesis ini.
6. Istri tercinta, Mutiara Safitri Sulistiorini dengan penuh kasih sayangnya memberikan semangat, dukungan dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
7. Seluruh dosen dan staff administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Demikian prakata ini penulis sampaikan, atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11

### **BAB II. DESKRIPSI DAN PROFIL PENDERITA DIABETES**

2.1 Tentang Kardiovaskular.....	13
2.2 Profil Yayasan Jantung Indonesia.....	13

### **BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS**

3.1 Kajian Pustaka.....	24
3.2 Penelitian Terdahulu.....	48
3.3 Kerangka Pemikiran.....	50
3.4 Hipotesis.....	53

### **BAB IV. METODE PENELITIAN**

4.1 Jenis/Disain Penelitian.....	55
4.2 Variabel Penelitian.....	56
4.3 Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Sampling.....	58
4.4 Jenis dan Sumber Data.....	60
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	60
4.6 Teknik Analisis Data.....	61
4.7 Uji Hipotesis.....	67
4.8 Matris Korelasi Antar Dimensi.....	69

<b>BAB V.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	5.1 Hasil Penelitian .....	75
	5.2 Pembahasan .....	95
<b>BAB VI.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	6.1 Kesimpulan.....	97
	6.2 Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		101
<b>LAMPIRAN</b> .....		105



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel <i>Coronary Heart Disease by Country</i> (WHO).....	1
Tabel 1.2 Faktor Pola Makan.....	5
Tabel 1.3 Faktor Keturunan.....	6
Tabel 1.4 Faktor Edukasi... ..	7
Tabel 1.5 Faktor Gaya Hidup.....	7
Tabel 1.6 Faktor Lingkungan Hidup.....	8
Tabel 1.7 Rekapitulasi Berdasarkan Faktor Resiko.....	8
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	48
Tabel 4.1 Variabel Operasional .....	57
Tabel 4.2 Korelasi antar Dimensi .....	70
Tabel 4.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi .....	71
Tabel 5.1 Identifikasi Responden .....	76
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan program jantung sehat ...	78
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Variabel Pola makan .....	78
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya hidup .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Preverensi Hipertensi Riskesdas 2007 dan 2013.....	2
Gambar 1.2 Hasil Persentase responden terkait Pola Makasn Secara Spesifik .....	4
Gambar 1.3 Pemberian Simbolis alat ukur tekanan darah otomatis.....	4
Gambar 2.1 Dewi Sartika dan Peresmian Yayasan Jantung Indonesia.....	14
Gambar 2.2 Ahli Kardiologi Pendiri Yayasan Jantung Indonesia.....	15
Gambar 2.3 Pembina Yayasan Jantung Indonesia.....	21
Gambar 2.4 Pengawas Yayasan Jantung Indonesia.....	22
Gambar 2.5 Anggota Pengurus Harian Yayasan Jantung Indonesia.....	22
Gambar 2.5 Pengurus Harian Yayasan Jantung Indonesia.....	23
Gambar 3.1 Rincian Bauran Pemasaran .....	31
Gambar 3.2 Bauran Pemasaran Sosial Menurut Kotler & Seymour.....	32
Gambar 3.3 Model Penelitian.....	53