

**ABSTRACT**

**RECOMMENDATION OF SOCIAL MARKETING TO INCREASE  
UTILIZATION OF DENTAL CARE IN ANTENATAL CARE IN  
SURABAYA PUBLIC HEALTH CENTER**

Social marketing has been widely used in solving public health problems. Social marketing is applying marketing principles to influence target audience behaviors. In antenatal care manual (2007), the first visit antenatal be physically examined, including dental examination. The coverage of pregnant women visiting in Surabaya Public Health Center in 2016 only reached 38.15% of the 100% target.

The purposes of this research is to make recommendation of social marketing to increase utilization of dental care in antenatal care in Surabaya Public Health Center. The methods of this research is an observational analytic research with cross-sectional design. The sampling technique is multistage random sampling. The sample were pregnant women with inclusion criteria having done K1 pure and K1 access and were willing to become respondents.

The results of this research are 1) age characteristics of pregnant women have a significant relationship to utilization of dental care in antenatal care in Surabaya Public Health Center ( $p$  value=0,038), 2) job characteristics of pregnant women have a significant relationship to utilization of dental care in antenatal care in Surabaya Public Health Center ( $p$  value=0,030), 3) needs of pregnant women for checkup dental have a significant relationship to utilization of dental care in antenatal care in Surabaya Public Health Center ( $p$  value=0,000), 4) job characteristics of pregnant women have a significant effect to utilization of dental care in antenatal care in Surabaya Public Health Center ( $p$ =0,028), and 5) needs of pregnant women for checkup dental have a significant effect to utilization of dental care in antenatal care in Surabaya Public Health Center ( $p$ =0,000).

The conclusions is that social marketing is applied to influence the behavior of pregnant women in utilizing of dental care in antenatal care in Surabaya Public Health Center.

*Keywords: Social Marketing, Dental Care, Antenatal Care*

**ABSTRAK**

**REKOMENDASI PEMASARAN SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEMANFAATAN PELAYANAN KESEHATAN GIGI DAN MULUT PADA PELAYANAN ANTENATAL DI PUSKESMAS KOTA SURABAYA**

Pemasaran sosial telah banyak digunakan dalam memecahkan masalah kesehatan masyarakat. Pemasaran sosial adalah penerapan prinsip pemasaran untuk mempengaruhi perilaku masyarakat. Pada buku pedoman pelayanan antenatal tahun 2007, kunjungan antenatal pertama harus dilakukan pemeriksaan fisik, meliputi pemeriksaan gigi dan mulut. Cakupan kunjungan ibu hamil di poli gigi Puskesmas kota Surabaya tahun 2016 hanya mencapai 38,15% dari target 100%.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun rekomendasi pemasaran sosial untuk meningkatkan pemanfaatan pelayanan kesehatan gigi dan mulut pada pelayanan antenatal di Puskesmas kota Surabaya. Metode penelitian ini adalah penelitian observasional analitik dengan desain *cross-sectional*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *multistage random sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah ibu hamil dengan kriteria inklusi meliputi telah melakukan K1 murni maupun K1 akses dan bersedia menjadi responden.

Hasil penelitian ini antara lain, 1) karakteristik usia ibu hamil memiliki hubungan signifikan terhadap pemanfaatan pelayanan kesehatan gigi dan mulut pada pelayanan antenatal di Puskesmas kota Surabaya ( $p \text{ value}=0,038$ ), 2) karakteristik pekerjaan ibu hamil memiliki hubungan signifikan terhadap pemanfaatan pelayanan kesehatan gigi dan mulut pada pelayanan antenatal di Puskesmas kota Surabaya ( $p \text{ value}=0,030$ ), 3) kebutuhan ibu hamil melakukan pemeriksaan kesehatan gigi dan mulut memiliki hubungan signifikan terhadap pemanfaatan pelayanan kesehatan gigi dan mulut pada pelayanan antenatal di Puskesmas kota Surabaya ( $p \text{ value}=0,000$ ), 4) karakteristik pekerjaan ibu hamil berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan pelayanan kesehatan gigi dan mulut pada pelayanan antenatal di Puskesmas kota Surabaya ( $p=0,028$ ), dan 5) kebutuhan ibu hamil melakukan pemeriksaan kesehatan gigi dan mulut berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan pelayanan kesehatan gigi dan mulut pada pelayanan antenatal di Puskesmas kota Surabaya ( $p=0,000$ ).

Kesimpulan bahwa pemasaran sosial diterapkan untuk mempengaruhi perilaku ibu hamil dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan gigi dan mulut pada pelayanan antenatal di Puskesmas kota Surabaya.

*Kata kunci: Pemasaran Sosial, Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut, Pelayanan Antenatal*