

INTISARI

Latar Belakang : Di negara berkembang, termasuk Indonesia, 80-90% penderita kanker serviks biasanya sulit disembuhkan, karena lebih dari 70% terlambat datang ke pelayanan kesehatan dengan kondisi yang sudah dalam stadium lanjut. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan wanita tentang skrining kanker serviks. Salah satu tindakan skrining kanker serviks adalah melalui pemeriksaan IVA (*visual inspection with acetic acid* atau VIA). Untuk memperkenalkan pentingnya skrining kanker serviks melalui metode IVA dapat dilakukan dengan pemasaran sosial melalui *special event*. *Special event* yang dikemas dengan berbagai acara kreatif yang menarik dapat memberikan pemahaman tentang keunggulan produk secara langsung sehingga calon konsumen bisa memiliki pengetahuan tentang produk tersebut dalam waktu yang lama.

Tujuan : Untuk mengetahui pengaruh pemasaran sosial melalui *special event* terhadap peningkatan pengetahuan, sikap dan niat wanita tentang skrining penyakit kanker serviks dengan metode inspeksi visual asam asetat (IVA) di Kota Kendari.

Metode : Jenis penelitian eksperimen semu (*quasi-experiment*) dengan rancangan *one group pre-test post-test*, yaitu rancangan penelitian yang hanya menggunakan 1 kelompok subjek penelitian. Sebelum melakukan penelitian terlebih dahulu diberikan pengenalan skrining kanker serviks dengan metode inspeksi visual asam asetat melalui sebuah *event*. Pemilihan subjek menggunakan metode *accidental sampling* yang memenuhi kriteria inklusi. Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner tertutup, disusun secara terstruktur. Uji statistik menggunakan *paired sample t-test*.

Hasil : Hasil analisis menunjukkan bahwa pemasaran sosial melalui *special event* dapat meningkatkan pengetahuan, sikap dan niat wanita tentang skrining penyakit kanker serviks dengan metode inspeksi visual asam asetat (IVA) dengan nilai $p < 0.05$.

Kesimpulan : Pemasaran sosial melalui *special event* dapat meningkatkan pengetahuan, sikap dan niat wanita tentang skrining penyakit kanker serviks dengan metode inspeksi visual asam asetat (IVA) di Kota Kendari.

Kata Kunci : skrining kanker serviks, sikap, niat, pengetahuan, *special event*

ABSTRACT

Background: In developing countries, including Indonesia, as much as 80-90% of cervical cancer patients are usually difficult to cure, because more than 70% is late to come to the health service with the conditions already in advanced stage. This is due to lack of knowledge of women about cervical cancer screening. One action of cervical cancer screening is through an examination of IVA (visual inspection with acetic acid or VIA). To introduce the importance of cervical cancer screening through IVA methods can be done with social marketing through a special event.

Objective: To determine the effect of social marketing through special events to increase the knowledge, attitudes and intentions of women about cervical cancer screening by visual inspection method with acetic acid (IVA) in Kendari.

Method: This was a quasi-experimental research (quasi-experiment) with the design of one group pre-test post-test, the research design that uses only one group of research subjects. Before doing the research initially an introduction screening for cervical cancer with visual inspection method with acetic acid was given through an event. Selection of subjects was conducted by using accidental sampling method that fulfills the inclusion criteria. The collection of data was conducted by using the closed questionnaire, compiled in a structured way. Statistical test was conducted using paired sample t-test.

Results: The results showed that social marketing through special events can increase the knowledge, attitudes and intentions of women about cervical cancer screening by visual inspection method with acetic acid (VIA) with a p-value of < 0.05.

Conclusion: Social marketing through special events can increase the knowledge, attitudes and intentions of women about cervical cancer screening by visual inspection method with acetic acid (VIA) in Kendari.

Keywords: screening, cervical cancer, knowledge, special events