

Kampanye pemasaran sosial donor darah sukarela Palang Merah Indonesia DKI Jakarta = Social marketing campaign of voluntary blood donation in Indonesian red cross Jakarta / Ina Rachmawati

Ina Rachmawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388871&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK
Tesis ini membahas strategi pemasaran sosial donor darah sukarela Palang Merah Indonesia terutama pada tahun 2012-2013. Dalam tesis ini dideskripsikan kegiatan-kegiatan promosi yang ditentukan dan dijalankan menurut kemampuan PMI. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran sosial yang dijalankan PMI tampaknya memberikan hasil walaupun dalam pelaksanaannya PMI memiliki keterbatasan sumber daya.

ABSTRACT

This thesis explores the social marketing strategy of voluntary blood donors in Indonesian Red Cross, especially in 2012-2013. In this thesis described promotional activities that are defined and executed according to the capabilities of Indonesian Red Cross. This study is a descriptive qualitative research design. The study states that a social marketing strategy that Indonesian Red Cross run seems to provide results even though Indonesian Red Cross implementation has experienced limited resources.