

Perencanaan program komunikasi pemasaran terpadu Palang Merah Indonesia:muda periode Januari 2015-Desember 2015 = Integrated social marketing communication program Palang Merah Indonesia: darah muda in January 2015-December 2015

Yanuardi Budilaksono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20392877&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia setiap tahun membutuhkan 4,8 juta kantong darah namun yang dapat terkumpul baru mencapai 3,8 juta kantong darah. Kondisi tersebut menjadikan pentingnya regenerasi usia pendonor yakni dengan memobilisasi anak muda sebagai generasi baru pendonor darah sukarela. Oleh karena itu, program kampanye Palang Merah Indonesia “Darah Muda” dibuat dengan tujuan memobilisasi anak muda untuk menjadi generasi pendonor darah sukarela. Diharapkan melalui program kampanye ini dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi anak muda untuk aktif menjadi pendonor darah sukarela.

Indonesia needs 4.8 million blood bags, but only 3.8 million blood bags are collected every year. Thus, Indonesia needs more blood bags from young donors to make the blood supply sufficient. Palang Merah Indonesia (Indonesia Red Cross) needs to create a campaign program called Darah Muda. The campaign aims to mobilize young people to become blood donators. This campaign is created to trigger interest and to provide knowledge about the voluntary blood donation to target adopter. The aim is to increase the awareness and participation of target adopter to voluntarily donate their blood.