



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

Nama : Devina Wulandari
NIM : 44213210013
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PT YOT INSPIRASI NUSANTARA
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PEMUDA
TENTANG DONOR DARAH
Bibliografi : V Bab, 69 Halaman, 2 Lampiran, 17 Buku (2007-2013), 3 sumber
lain.

ABSTRAK

Penelitian ini didasari karena setiap 8 detik ada satu orang Indonesia yang membutuhkan transfusi darah dan Palang Merah Indonesia (PMI) menargetkan untuk memperoleh 4,5 juta kantong darah setiap tahunnya. Dalam hal ini, PT YOT Inspirasi Nusantara melalui *Young On Top Campus Ambassadors* bermaksud menyelenggarakan kegiatan donor darah tahunan yang dikenal dengan nama *Love Donation* untuk membantu Palang Merah Indonesia (PMI) dalam meningkatkan kesadaran pemuda tentang donor darah.

Penelitian berdasarkan pada strategi *Public Relations* dalam berkomunikasi yaitu menurut Cutlip & Broom yang dikenal dengan istilah “7-Cs *PR Communications*”.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif melalui wawancara mendalam dengan sejumlah pihak yang relevan dan studi pustaka.

Di dalam strategi *Public Relations* terdapat hubungan komunikasi dan organisasi, namun yang menjadi fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi PT YOT Inspirasi Nusantara melalui *Young On Top Campus Ambassadors Mentorship Program* dalam meningkatkan kesadaran pemuda tentang donor darah, diantaranya dengan melakukan komunikasi terus menerus melalui kegiatan tambahan *Love Donation Campus Roadshow (LDCR)* dan melakukan media *partnership* dengan media yang sesuai dengan *stakeholders* yang ingin dituju.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan strategi komunikasi yang paling sering dijalankan adalah dengan komunikasi yang dilakukan berulang-ulang yakni melalui kegiatan tambahan *Love Donation Campus Roadshow (LDCR)* serta dengan publikasi yang dilakukan oleh media yang menjadi *partner* acara.