A Pilot Model of Change Management Among Millennials

Tri Susanto
trisusanto@gmail.com

Abstrak: Pemasaran sosial minangka strategi pemasaran sing nduweni tujuan kanggo nyukupi kabutuhan organisasi nirlaba kanggo pasar ide supaya bisa ngganti prilaku individu lan klompok wong. Salah satunggaling lembaga swadaya masyarakat inggih menika Teman Hijrah kanthi kagiyatan pengajian kangge ningkataken iman lan taqwa dening generasi mudha. Panliten iki nduweni tujuan kanggo njlentrehake program migrasi pemuda sing ditindakake dening komunitas kanca migrasi liwat media sosial Instagram. Lumantar pendekatan marketing sosial, dikarepake program iki entuk strategi sing luwih trep. Pemasaran sosial dhewe wis suwe nuduhake efektifitas kanggo ngganti prilaku. Panliten iki mujudake panliten kualitatif kanthi studi kasus kang njupuk aktivitas marketing online kang ditindakake lumantar Instagram lan digayutake karo kagiyatan pasinaon dakwah. Data utami dipunpendhet saking wawancara saha observasi. Asiling panaliten menika nedahaken bilih marketing sosial ingkang dipuntindakaken dening masarakat menika sampun kasil ndadosaken kathah para mudha ingkang kasengsem anggenipun sinau da'wah Komunitas Sahabat Hijrah kangge negesaken gagasan-gagasan ewah-ewahan tindak tanduk ing upaya ngiyataken iman lan taqwa. liwat jaringan. kanca kanthi slogan "Sahabat, Tempat Terindah, Sahabat Hijrah" kanthi konsep rutin maos Al Qur'an, mabit, Hijrah Run, lan sapiturute kanggo njaga kebersamaan mbangun iman lan taqwa kanthi saling ngeling-eling
Kata Kunci : Hijrah, Sosial, Keberkahan belajar bersama

PUSTAKA

Ariwibowo, ME (2019). STRATEGI PEMASARAN INSTITUSI PENDIDIKAN SWASTA. *JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis*, *2*(2), 181-190.

Ariwibowo, ME (2019). STRATEGI PEMASARAN INSTITUSI PENDIDIKAN SWASTA. *JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis*, *2*(2), 181-190.

Bungin, Burhan. 2010. Analisis Data Panaliten Kualitatif. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada

Davies, R. 2014. Civil Crowdfunding: Participatory community. Wirausaha lan ekonomi politik panggonan. Cambridge: Departemen Pasinaon Media Komparatif, Institut Teknologi Massachusetts.

Fadillah, M. (2019). Tinjauan Strategi Pemasaran Kopi ing Kompetisi Bisnis. *JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis*, *2*(2), 131-140.

Farhat, L. (2020). KEPUTUSAN tuku ONLINE. *JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis*, *3*(1), 51-60.

Kotler, Philip and Roberto, Eduardo L, 1989, Social Marketing Strategic Changing Public Behavior, Collier Macmillan-Canada

McLuhan, Marshall. 1990. Understanding Media: The Extension of Man. London: Roulege

Miles, Matthew and Huberman, A. Michael. 1992. Analisis data kualitatif: Buku sumber babagan metode anyar. Jakarta: UI Press