

Merubah perilaku masyarakat untuk memiliki perilaku hidup yang sehat bukan hal yang mudah. Berbeda dengan kita memasarkan produk barang yang kasat mata, maka guna menyebar luaskan pesan kesehatan membutuhkan strategi pemasaran sosial yang efektif. **Buku Pemasaran Sosial : Teori dan Praktik dalam Bidang Kesehatan Masyarakat** ini menjadi salah satu rujukan yang sangat dianjurkan dalam rangka memasarkan pesan-pesan kesehatan kepada masyarakat.

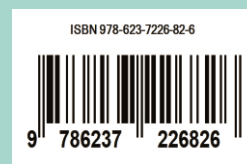
Buku ini membahas secara detail dari pendekatan teori maupun praktik/aplikasi dan contoh-contoh dalam memasarkan pesan-pesan kesehatan kepada khalayak masyarakat. Buku Ini memiliki bahasan yang terdiri dari: Konsep Dasar Pemasaran, Manajemen Pemasaran, Pemasaran Sosial, Bauran Pemasaran, Strategi dan Proses Pengelolaan Pemasaran Sosial, Riset Pemasaran Sosial, Periklanan, Komunikasi Pemasaran Sosial, Pemasaran Sosial Bidang Kesehatan, Peran dan Determinan Pemasaran Sosial dalam Kesehatan Masyarakat, dan Penanganan Masalah Dalam Kesehatan Masyarakat.

Buku ini sangat tepat menjadi pegangan para **mahasiswa, dosen, praktisi, peneliti maupun dari kalangan umum** dalam rangka memahami dan mengaplikasikan pemasaran sosial dalam program kesehatan masyarakat.

Anggota APPTI No. 036/KTA/APPT/2015

Anggota IKAPI No. 127/JTI/2011

Jember University Press  
Jl. Kalimantan 37 Jember 68121  
Telp. 0331-330224, psw. 0319  
E-mail: [upt-penerbitan@unej.ac.id](mailto:upt-penerbitan@unej.ac.id)



PEMASARAN SOSIAL: Teori dan Praktik dalam Bidang Kesehatan Masyarakat

Dewi Rokhmah, dkk



BUKU AJAR

# PEMASARAN SOSIAL

(Teori dan Praktik Dalam Bidang Kesehatan Masyarakat)

Penulis :  
Dewi Rokhmah  
Iken Nafikadini  
Afif Hamdalah  
Taufan Asrisyah Ode