

# **ANALISIS KEGIATAN KOMUNIKASI UNIT TRANSFUSI DARAH PMI KOTA SAMARINDA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MELAKUKAN DONOR DARAH**

**Erda Yoga R<sup>1</sup>, Chairul Aftah<sup>2</sup>, Kheyene Molekandella Boer<sup>3</sup>**

## ***Abstrak***

*Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau melukiskan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Dengan mengacu pada teori komunikasi Lasswel dirumuskan dalam strategi komunikasi Marhaeni. Dengan menggunakan informan sebagai sumber data, data-data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder melalui teknik wawancara, observasi, yang berkaitan dengan penelitian ini. Kemudian teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan model interaktif dari Miles and Huberman.*

*Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi pada Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Samarinda berjalan aktif. Namun dalam hal mengenal khalayak sasaran kegiatan dan masalah pendanaan untuk proses kegiatan masih terbilang kurang baik sehingga membuat segala kegiatan yang dilakukan masih mempunyai kendala dan sulit dalam mencapai tujuan dari PMI Kota Samarinda sendiri.*

***Kata kunci*** : Analisis, Strategi Komunikasi, UTD Samarinda

## **Pendahuluan**

Dalam setiap organisasi, lembaga atau instansi pemerintahan, dan juga perusahaan pasti memerlukan peran humas dalam menjalankan organisasinya. Humas dalam organisasi sangat berperan penting demi terwujudnya keberhasilan dalam meningkatkan hubungan komunikasi yang efektif dengan rekan kerja, masyarakat yang berperan penting bagi organisasi, pemerintah setempat, dan kompetitornya. Tujuan humas secara luas yaitu untuk menciptakan, meningkatkan, memelihara, dan memperbaiki citra perusahaan atau organisasinya di pikiran publik yang harus disesuaikan dengan kondisi yang terjadi pada publik. Untuk mencapai tujuannya itu, seorang humas harus menguasai peran dengan baik kepada publik atau

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email:

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

<sup>3</sup> Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

memperoleh respon baik dari publik dan menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik melalui strategi komunikasi.

Kepada RRI di Samarinda Jum'at (29/9/2018) Ketua Palang Merah Indonesia PMI Kota Samarinda Fahrudin Noor mengatakan, tingginya permintaan darah di daerah ini. Menurut Fahrudin Noor, PMI Samarinda tidak hanya melayani masyarakat kota Tepian, akan tetapi juga melayani seluruh masyarakat di Kalimantan Timur. "Karena untuk kebutuhan donor darah Samarinda ini hampir 34 ribu kantong darah setiap tahunnya, setiap tahun kami kurang lebih 2 ribu sampai 3 ribu mempersiapkan kebutuhan untuk Samarinda, karena tidak hanya Samarinda tetapi seluruh Kalimantan Timur, termasuk dari luar apabila memerlukan darah, karena rumah sakit umum A.Wahab Syahrani Samarinda merupakan rujukan seluruh Kalimantan Timur hal itulah yang perlu dipersiapkan." kata Fahrudin. Palang Merah Indonesia PMI Samarinda tidak hanya melayani pasien rumah sakit Pemerintah, tetap juga rumah sakit swasta apabila memerlukan darah. (rri.co.id)

Bahaya PMI jika tidak ada stok darah yaitu layanan kepada masyarakat terhambat dan tidak bisa terlayani dengan baik, bisa mengancam kematian pada pasien. Padahal permintaan darah per hari kurang lebih 116 kolf (kantong darah) pada Kota Samarinda. Langkah-langkah untuk mengantisipasi kehabisan stok darah adalah memberi kesadaran kepada masyarakat supaya melakukan donor darah demi membantu sesama jika benar-benar terjadi adanya wabah penyakit yang besar atau Kejadian Luar Biasa (KLB).

Dr. Asmarani Tenri mengatakan "sejauh ini PMI Samarinda sudah melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah mulai dari sosialisasi, seminar di tingkat sekolah dan perusahaan, penyebaran brosur, penyebaran berita melalui media elektronik, dan juga sosial media". Dalam melakukan kegiatannya tersebut tentunya PMI Samarinda memiliki strategi komunikasi yang harus baik agar proses penyampaiannya tidak dinilai sembarangan, efektif dan tertata rapi sesuai dengan strategi yang terbentuk melalui berbagai macam pertimbangan. Pertimbangan ini diambil dengan memperhatikan unsur – unsur komunikasi didalamnya. Adanya kegiatan PMI ini bertujuan agar masyarakat tahu bahwa kegiatan donor darah merupakan hal yang sangat penting dan bermanfaat baik bagi pendonor ataupun yang menerima donor.

Sesuai fakta yang terjadi, bahwa kesadaran masyarakat akan pengetahuan tentang PMI dan donor darah masih kurang. Peneliti memilih PMI Kota Samarinda sebagai obyek penelitian karena dalam kasus ini Samarinda termasuk daerah di Indonesia yang masyarakatnya masih kurang mengerti mengenai pentingnya dan mafaat donor darah, maka penelitian deskriptif kualitatif ini diharapkan akan diketahui bagaimana PMI Kota Samarinda dalam melakukan strategi komunikasi melalui kegiatan-kegiatannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melakukan donor darah

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijadikan perumusan masalah yaitu : “Bagaimana kegiatan komunikasi Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Samarinda dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah?”

### **Kerangka Dasar Teori**

#### ***Pengertian Komunikasi***

Dalam pergaulan hidup manusia dimana masing-masing individu satu sama lain beraneka ragam itu terjadi interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing, terjadilah saling mengungkapkan pikiran dan perasaan dalam bentuk percakapan. Dimana hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, yang dinyatakan dalam bentuk pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan Bahasa sebagai alat penyalurnya. (Effendy, 2003:27-28)

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan Bahasa sebagai alat penyalurnya. Istilah komunikasi yang dalam Bahasa Inggris Communication berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2013: 28-42).

Sedangkan Hovland yang dikutip oleh Hikmat (2011:69) dalam bukunya *Etika & Hukum Pers* menyatakan bahwa komunikasi adalah “proses mengubah perilaku orang lain (*communication in the process to modify the behavior of other individuals*)”. Demikian jelaslah bahwa komunikasi memungkinkan manusia untuk mengemukakan ide – ide atau gagasan, perasaan dan sikap yang dimilikinya kepada individu lain. Sebaliknya manusia dapat pula mengetahui atau memahami ide – ide perasaan dan sikap individu lainnya yang akhirnya terdapat pengertian diantara individu – individu, memiliki satu makna yang sama akan suatu hal dan dapat pula berubah perilakunya sesuai dengan pemahaman yang didapat dari individu lain.

#### ***Strategi***

Menurut Cangara (2013:61) kata strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti pemimpin. Dengan demikian, strategi yang dimaksud adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata “*strategos*” yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.

Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang

memiliki latar belakang militer, tetapi juga profesi lain. Pada dasarnya strategi adalah rencana manajemen instansi atau organisasi dalam jangka panjang dari hal yang umum ke hal yang khusus, untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh instansi dan akan dijadikan sebagai acuan dalam segala kegiatan instansi. Dengan adanya strategi maka sebuah instansi atau organisasi akan lebih mudah dalam melaksanakan berbagai kegiatannya.

Stephen Robbin (1990) dalam Morissan (2010:152) mendefinisikan “strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber – sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan”. Berdasarkan definisi diatas, dapat dipahami bahwa strategi sangatlah penting untuk dipahami oleh para eksekutif, manajer, kepala atau ketua, direktur, dan pejabat senior junior tinggi maupun rendah. Hal ini harus dipahami karena strategi adalah hal yang dilaksanakan oleh setiap orang dan pada setiap tingkat bukan hanya pada pejabat teratas.

### ***Strategi Komunikasi***

Menurut Effendy (2008:29) “strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (management planning) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk menapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi tersebut harus dapat menunjukkan secara taktis bagaimana operasionalnya. Dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu – waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi.”

Rogers dalam Cangara (2012:61) kemudian memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide – ide baru. Seorang pakar perencana komunikasi Middleton juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa “strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

### ***Komunikasi Dalam Humas***

Wilbur Schramm (Effendy, 2006:13) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil (terdapat kesamaan makna) apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (frame of reference), yakni paduan pengalaman dan pengertian (collection of experiences and meanings) yang diperoleh oleh komunikan. Schramm menambahkan, bahwa bidang (field of experience) merupakan factor penting juga dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila bidang pengalaman komunikator tidak sama dengan komunikan, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.

### ***Pengertian Donor Darah***

Donor darah berarti memberikan sebagian darah yang kita miliki untuk disumbangkan kepada orang lain melalui tindakan penyadapan darah (Bambang,2007). Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1980 tentang Transfusi Darah. Dalam pasal 1 terdapat pengertian tentang transfuse darah adalah bagian dari tugas pemerintah dibidang pelayanan kesehatan rakyat dan merupakan suatu bentuk pertolongan yang sangat berharga kepada umat manusia yang berdasarkan ilmu pengetahuan kedokteran tentang sumber darah satu – satunya yang paling aman untuk keperluan transfusi darah adalah darah manusia. Penyumbang darah atau pendonor darah adalah proses pengambilan darah dari seseorang secara sukarela untuk disimpan di bank darah sebagai stok darah untuk kemudian digunakan untuk transfusi darah. Terdapat dua jenis donor darah, yaitu donor darah pengganti dan donor darah langsung.

### ***Definisi Konsepsional***

Definisi konsepsional merupakan batasan pengertian tentang suatu konsep ataupun pengertian dalam pembuatan skripsi. Dalam penelitian ini berdasarkan kajian teori diatas definisi konsepsional yang peneliti tentukan dalam penelitian ini adalah : Analisis Strategi Komunikasi Unit Transfusi Darah Pmi Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melakukan Donor Darah yang dalam hal kegiatan ini dilaksanakan atau dikerjakan oleh Unit Transfusi Darah PMI Kota Samarinda tersebut sesuai dengan Teori Komunikasi Lasswel yaitu “Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect” yang terdiri dari Komunikator, Pesan, Media, Komunikan dan Efek. Palang Merah Kota Samarinda sebagai komunikator dalam menentukan metode penyampaian pesan yang menggunakan metode komunikasi.

Pesan disini adalah isi laporan Unit Transfusi Darah mengenai pembinaan donor darah yang menjadi isi pesan dari kegiatan-kegiatan PMI ke masyarakat yang merupakan proses penanaman kepribadian atau transfer kebiasaan agar terbentuk kepribadian yang dapat mengikuti nilai dan norma sosial yang berlaku di lingkungannya.

Media disini adalah media yang digunakan PMI Kota Samarinda agar dapat mencapai khalayak sasaran yaitu seluruh warga Samarinda yang tentunya didahului dengan mengenal khalayak sasaran tersebut agar pesan sosialisasi yang disampaikan dapat sesuai dengan efek yang diharapkan yaitu warga Kota Samarinda yang dapat melakukan kegiatan donor darah sesuai dengan anjuran dari PMI.

Adapun susunan strategi komunikasi yang digunakan seperti dalam Marhaeni dimulai dari mengenal khalayak sasaran, mengelola pesan yang akan disampaikan, menentukan metode penyampaian, pemilihan media yang digunakan serta efek yang diharap dapat tercapai dalam setiap sosialisasinya.

## **Metode Penelitian**

### ***Jenis Penelitian***

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Secara global penelitian kualitatif bertolak dari paradigma fenomenologis, dalam hal ini kerangka logisnya adalah objektivitas yang dibangun dari rumusan keadaan atau situasi yang diamati. Sehingga kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang mendalam untuk memahami makna atau proses terjadinya fenomena yang diamati menggunakan logika ilmiah.

Menurut Bogdan dan Tailor dalam Moleong (2012:4) penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang atau perilaku individu secara holistik atau utuh. Denzin dan Lincoln (Sugiyono, 2001) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang ilmiah, dengan maksud menfasirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

### ***Fokus Penelitian***

Fokus penelitian ini untuk membatasi dan juga mempermudah penelitian dalam mengelola data dan menarik kesimpulan dari penelitian yang sedang dilakukan maka yang menjadi fokus penelitian, yaitu UTD Palang Merah Kota Samarinda dalam melakukan :

1. Proses mengenal khalayak sasaran (Komunikan)
2. Menyusun pesan yang akan disampaikan (Pesan)
3. Penentuan metode penyampaian yang tepat (Komunikator)
4. Pemilihan media yang digunakan (Media)
5. Efek yang diharapkan dalam sosialisasi (Efek)

Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah :

Data primer yaitu data yang dibuat peneliti untuk khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat ojekt penelitiannya yaitu kanto Palang Merah Indonesia Kota Samarinda.

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literature, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian adalah penelitian lapangan, yaitu peneliti melakukan penelitian langsung dengan beberapa cara sebagai berikut :

Observasi (pengamatan langsung) Yaitu pengambilan atau pengumpulan data dan informasi secara langsung yang berkaitan dengan objek penelitian. Disini kegiatan observasi adalah kegiatan pengamatan yang dilakukan dengan panca indera kita. Bedanya kegiatan membaca, mendengar, berbincang – bincang adalah kegiatan yang memerlukan mediator seperti koran, radio, atau orang lain.

Interview (wawancara) Wawancara adalah percakapan antara peneliti, yaitu seseorang yang berharap mendapatkan informasi dari informan, yaitu seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting mengenai suatu objek. (Berger dalam Kriyantono, 2009:98)

Dokumentasi adalah instrument pengumpulan data yang sering digunakan berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi pendukung analisis dan interpretasi data. (Kriyantono, 2009:118)

### ***Teknik Analisis Data***

Untuk mengolah dan menganalisis data, penulis menggunakan data model interaktif sebagaimana yang dikemukakan oleh Miles, Huberman dan Saldana yang diterjemahkan oleh Tjeptjep (2013:247) yang meliputi 4 komponen, antara lain:

#### **1. Pengumpulan Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif (Kriyantono, 2006:192) yang dimulai dari analisis berbagai data yang berhasil dikumpulkan peneliti di lapangan. Data tersebut baik dari observasi, wawancara, maupun dari dokumen-dokumen.

#### **2. Reduksi Data**

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebagaimana kita ketahui reduksi data, berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung

#### **3. Penyajian Data**

Penyajian data yaitu sebagai kumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pengambilan data ini membantu penulis memahami peristiwa yang terjadi dan mengarah pada analisa atau tindakan lebih lanjut berdasarkan pemahaman.

#### **4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi**

Penarikan kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### ***Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

Unit Transfusi Darah adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pendonor darah, penyediaan darah, dan pendistribusian darah. UTD hanya diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah daerah, atau PMI. UTD yang diselenggarakan pemerintah dapat berbentuk unit pelaksana teknis atau unit pelayanan di rumah sakit milik pemerintah. UTD yang diselenggarakan oleh

pemerintah daerah juga dapat berbentuk lembaga teknis daerah, unit pelaksana teknis daerah, atau unit pelayanan di rumah sakit milik pemerintah daerah. UTD melaksanakan perekrutan donor dan pengambilan darah, pengamanan, pengolahan, penyimpanan, distribusi dan pemusnahan darah. Pada tahun 2016 terdapat sebanyak 421 UTD di 398 kabupaten/kota di Indonesia yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dan Palang Merah Indonesia.

### ***Proses Mengenal Khalayak Sasaran***

Dari hasil wawancara diatas, peneliti mendapatkan informasi bahwa PMI Kota Samarinda telah banyak bertemu dan mengenal bermacam-macam warga yang ada di Samarinda mulai dari warga yang dapat menerima dengan baik hingga warga yang belum mengerti akan informasi kegiatan donor darah. Peneliti juga mendapatkan informasi bahwa saat ini UTD PMI Kota Samarinda tidak memiliki divisi humas untuk mempermudah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh UTD PMI sendiri.

### ***Menyusun Pesan Yang Akan Disampaikan***

Peneliti mendapat informasi bahwa UTD PMI Kota Samarinda dalam menyusun pesan yang akan disampaikan pada saat kegiatan donor darah memiliki tim khusus yaitu Unit Transfusi Darah (UTD) yang ditunjuk untuk menyusun pesan yang akan disampaikan. Adapun bentuk pesan yang sudah dibuat oleh PMI Kota Samarinda adalah sebagai berikut :

1. Materi untuk penyuluhan di beberapa perguruan tinggi, SLTA, dan masyarakat luas
2. Materi untuk penyuluhan melalui TVRI, RRI, dan radio swasta lainnya
3. Membuat konten gambar dan tulisan yang berisi ajakan untuk melakukan donor darah
4. Ekspose melalui media massa cetak (koran)

### ***Metode Penyampaian Pesan Yang Akan Disampaikan***

Dalam menyampaikan pesan untuk kegiatan donor darah kepada khalayak yang dituju perlu ditentukan metode apa yang akan digunakan dalam penyampaiannya. Hal ini sangat penting karena selain pesan yang baik, diperlukan juga metode penyampaian yang dapat dipahami dengan baik oleh khalayak yang dituju, dan juga dapat diterima dengan baik dan bisa memperkecil kemungkinan adanya penolakan dari khalayak kepada UTD PMI Samarinda selaku penyampai pesan. Setiap instansi atau organisasi pastinya memiliki petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) dalam melakukan kegiatan, berikut keterangan Dr. Asmarani Tenri menyangkut pembuatan juklak dan juknis :“Untuk juklak dan juknisnya tim UTD yang membuatnya, kami merumuskan kemudian meminta persetujuan dari Ketua PMI. Jika disetujui baru kami berlakukan kepada semua staff atau anggota.” (Wawancara 15 Agustus 2018)

***Menampung, meneliti dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, kritik, dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran***

Berdasarkan observasi dan wawancara peneliti di lapangan menunjukkan masyarakat masih sangat belum responsif dalam melakukan aduan, pelaporan, serta masukan kepada KPID Kaltim ataupun langsung kepada media penyiaran terkait. Baik itu karena kurangnya pengetahuan tentang pelanggaran yang di lihat ataupun sikap masyarakat sendiri yang seolah acuh tak acuh terhadap penyiaran khususnya siaran televisi swasta lokal.

***Media yang Digunakan***

Dari hasil wawancara diatas diketahui bahwa UTD PMI Kota Samarinda sekarang lebih sering menggunakan selebaran, brosur, poster, spanduk dan media sosial facebook untuk melakukan penyebaran informasinya. Dan juga UTD PMI Kota Samarinda juga menggunakan media elektronik seperti televisi dan radio namun tidak seintensif dulu dikarenakan minimnya dana yang dimiliki UTD PMI Kota Samarinda.

***Efek Yang Diharapkan***

Dari hasil wawancara diatas peneliti mendapatkan informasi bahwa UTD PMI Kota Samarinda dalam strategi meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan kegiatan donor darah mengaharapkan efek besar dari kegiatan-kegiatannya tersebut. UTD PMI Kota Samarinda mengharapkan adanya kesadaran dan kepekaan mengenai pentingnya kegiatan donor darah serta mengetahui manfaat baik dari donor darah itu sendiri.

***Pembahasan***

***Proses Mengenal Khalayak***

Semua hal yang dipahami oleh UTD PMI Kota Samarinda bukanlah sebuah tanda bahwa UTD PMI Kota Samarinda sudah memahami bagaimana masyarakat Kota Samarinda. Hasil pemahaman yang diperoleh hanyalah bentuk efek atau umpan balik yang terjadi akibat komunikasi yang dilakukan saat kegiatan bukanlah pemahaman mengenai siapa dan bagaimana khalayak kegiatan yang dituju. Seperti yang dikatakan oleh Lasswell dalam Effendy (2013:10) mengenai efek yaitu “Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan sebelum dan sesudah menerima pesan.”

Dengan strategi ini UTD PMI Kota Samarinda terus melanjutkan kegiatan-kegiatannya dan sedang berfokus melakukan kegiatannya di daerah atau pemukiman yang dirasa kurang menerima informasi mengenai donor darah.

***Menyusun Pesan Yang Akan Disampaikan***

Yang menjadi masalah saat ini dari UTD PMI Kota Samarinda adalah mengenai waktu dalam melakukan penyusunan pesan untuk kegiatan, dimana waktu untuk mengelola pesan tidak menentu, tidak ada target untuk selalu berinovasi membuat rangkaian pesan baru yang nantinya akan disampaikan kepada khalayak setiap beberapa periode tertentu. Hambatan lain dari

pengerjaannya yaitu masalah dana dari pemerintah Kota Samarinda yang saat ini sudah tidak diberikan lagi kepada UTD PMI Kota Samarinda untuk melakukan kegiatan sehingga membuat banyak bahan kegiatan pun tidak dapat direalisasikan kedalam bentuk media pesan karena membutuhkan dana yang lumayan banyak.

### ***Metode Penyampaian Pesan***

UTD PMI Kota Samarinda dalam melakukan kegiatan meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah tentunya harus memikirkan strategi mengenai metode apa yang disampaikan setelah mengenal khalayak dan membuat pesan yang akan disampaikan agar sesuai dengan khalayak yang dituju sehingga pesan yang akan disampaikan tidak sulit untuk dimengerti atau diterima oleh khalayak sasaran kegiatan. Sebuah organisasi atau instansi tentunya memiliki petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis mengenai penyelenggaraan kegiatannya. Dalam hal ini UTD PMI Kota Samarinda mengenai kegiatannya, petunjuk pelaksana dan petunjuk teknis dibuat dan disusun oleh tim UTD PMI Kota Samarinda. Ini meliputi apa saja yang harus dilakukan tim saat dilapangan. Namun tidak cukup mencakup bagaimana cara melakukan kegiatan atau dengan metode seperti apa menyampaikannya.

Dalam penelitian ini UTD PMI Kota Samarinda melakukan proses penyampaian pesan menggunakan alat atau sarana seperti meletakkan banner, poster, dan spanduk sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media tersebut diletakan atau dipasang di tempat-tempat umum yang dapat dilihat masyarakat Kota Samarinda. Dalam metode penyampaian ini terdapat beberapa program yang sudah dibahas sebelumnya dan lagi-lagi UTD PMI Kota Samarinda mendapat kendala pada dana yang masih kurang, yang membuat UTD PMI Kota Samarinda sudah jarang lagi membuat forum atau mengumpulkan masyarakat untuk melakukan kegiatan.

Tindakan penyampaian kegiatan oleh UTD PMI Kota Samarinda tidak dilakukan dengan penyesuaian atau tidak disesuaikan dengan khalayak yang dituju. Kurangnya pengetahuan mengenai masyarakat Kota Samarinda secara menyeluruh yang menjadi khalayak sasarannya membuat tindakan penyampaian pesan yang dilakukan oleh UTD PMI Kota Samarinda hanya dilakukan dengan cara yang umum yang dilakukan seseorang saat pertama kali melakukan komunikasi dengan orang lain. Cara komunikasinya hanyalah melakukan komunikasi dengan penggunaan bahasa yang diusahakan sebaik dan sesantai mungkin agar menimbulkan anggapan yang positif dari masyarakat Kota Samarinda.

### ***Media yang Digunakan***

UTD PMI Kota Samarinda dalam melakukan kegiatan meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah menggunakan beberapa media sebagai sarana kegiatannya. Beberapa media yang digunakan bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan kegiatan. Media disini adalah media kedua yang menurut Effendy (2013:11) media kedua tersebut adalah media komunikasi sekunder yang merupakan : “proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada

orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, telex, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.”

Sesuai dengan hasil wawancara dan pengamatan peneliti, UTD PMI Kota Samarinda menggunakan beberapa media dalam menunjang kegiatan meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah seperti banner, poster, brosur, selebaran, spanduk dan sempat menggunakan media massa seperti radio dan televisi namun sudah jarang dikarenakan biaya yang sangat mahal. Sehingga dari semua media yang digunakan tersebut UTD PMI Kota Samarinda merasa media yang paling sulit untuk digunakan adalah media massa seperti radio dan televisi dimana kedua media tersebut dianggap terlalu banyak memakan dana.

Dengan kondisi keuangan yang minim ini, media lain pun ikut sulit digunakan karena terbatasnya dana yang dimiliki untuk merealisasikan pesan yang sudah disusun untuk media-media seperti banner, poster, brosur, dan spanduk. Dan ini pula yang menyebabkan UTD PMI Kota Samarinda lebih berfokus memanfaatkan media yang ada dan lebih banyak melakukan kegiatan langsung tanpa banyak menyebar media cetak dan langsung berbicara pada khalayak. Hal ini juga dikarenakan minimnya dukungan berupa dana dari pemerintah untuk membantu PMI Kota Samarinda dalam menggunakan media untuk merealisasikan tujuan PMI Kota Samarinda.

### ***Efek yang Diharapkan***

Dari awal sekian banyaknya kegiatan yang dilakukan hingga saat ini, efek yang diharapkan seperti diatas nampak belum terwujud dimana masih banyak masyarakat yang belum sadar dan belum dapat dijangkau oleh UTD PMI Kota Samarinda ini menjadi sulit karena kurangnya pemahaman mengenai khalayak sasaran kegiatan yang dituju. Sesuai dengan teori komunikasi menurut Lasswell dalam Effendy (2013:10) komunikasi bahwa komunikasi memiliki 5 unsur yaitu “Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?” adanya unsur komunikasi yang terdiri dari Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, dan Efek.

Dari semua unsur komunikasi yang digunakan untuk menyusun strategi komunikasi, UTD PMI Kota Samarinda melewatkan satu unsur penting dimana unsur tersebut adalah unsur krusial yang memiliki pengaruh besar terhadap tingkat efektifitas komunikasi yang dilakukan. UTD PMI Kota Samarinda tidak melakukan strategi mengenal khalayak dimana disini adalah unsur komunikator. Ini tidak dilakukan sebelum melakukan kegiatan sehingga ini menyulitkan strategi penyusunan pesan yang akan disampaikan mengenai pesan seperti apa yang efektif, penentuan metode penyampaian yang pas dengan khalayak yang dituju, menggunakan media apa sebaiknya. Pada akhirnya dikarenakan kesulitan yang ditimbulkan akibat kurangnya pemahaman tentang khalayak yang dituju, efek yang diharapkan dari kegiatan meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah pun tidak dapat dicapai.

## **Penutup**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Analisis Strategi Komunikasi Unit Transfusi Darah PMI Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melakukan Donor Darah, maka dengan ini peneliti menarik kesimpulan dari permasalahan diatas sebagai berikut :

#### 1. Mengenai Khalayak

Strategi mengenal khalayak tidak dilakukan sebelum melakukan kegiatan, hal ini mengakibatkan terjadinya kesulitan saat melakukan kegiatan dan kesalahpahaman dimana sikap apatis masyarakat yang merupakan efek dari kegiatan yang tidak sesuai dengan pemahaman masyarakat Kota Samarinda.

#### 2. Menyusun Pesan

Penyusunan pesan tidak terjadwal sehingga tidak banyak yang dibuat, waktu pembuatan juga relatif lama dan tidak memiliki batas waktu pengerjaan. Dana yang terbatas juga menjadi pengaruh menurunkan kinerja dalam pembuatan pesan.

#### 3. Metode Penyampaian

Kegiatan disampaikan dengan metode tatap muka baik perorangan atau dalam forum dengan cara edukatif, juga menggunakan komunikasi sekunder atau tidak langsung berbentuk ajakan. Metode tidak selalu sesuai dengan apa yang masyarakat harapkan dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai khalayak sasaran. Kurangnya dana juga menghambat proses kegiatan.

#### 4. Media Yang Digunakan

Menggunakan media seperti *banner*, poster, brosur, selebaran, spanduk dan sesekali menggunakan media massa seperti radio dan televisi. Namun kurangnya dana menjadi penghambat produksi semua media diatas.

#### 5. Efek Yang Diharapkan

Efek yang diinginkan belum dapat terealisasikan karena masih banyak masyarakat yang tidak menunjukkan efek yang diharapkan setelah diberikan kegiatan.

## **Saran**

Tidak dilakukannya pengenalan khalayak sebelum melakukan kegiatan mengakibatkan kesulitan untuk mengelola pesan dikarenakan tujuan pembuatan pesan untuk khalayak yang belum dipahami, tidak berjalannya divisi humas juga menjadi kendala dalam melakukan kegiatan komunikasi kepada khalayak atau masyarakat, metode yang dilakukan tidak selalu sesuai dengan yang diinginkan khalayak, media yang digunakan juga tidak dipakai berdasarkan pemahaman mengenai khalayak, sehingga efek yang diharapkan pun tidak tercapai. Oleh karena kekurangan diatas disarankan untuk UTD PMI Kota Samarinda untuk :

1. Sebaiknya UTD PMI Kota Samarinda melakukan pengenalan khalayak sasaran kegiatannya terlebih dahulu guna mempermudah penyusunan strategi komunikasi sehingga tidak kekurangan informasi tentang khalayak sasaran dan mengerti apa yang khalayak butuhkan.

2. Diharapkan kepada UTD PMI Kota Samarinda untuk segera mengaktifkan atau menjalankan divisi humasnya dengan menunjuk humas yang berkompeten dan memiliki pengalaman dalam bidang kehumasan agar segala kegiatan komunikasi yang berhubungan langsung dengan khalayak dapat berjalan dengan maksimal.
3. Sebaiknya UTD PMI Kota Samarinda lebih aktif dalam menggunakan media yang ada dan dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Contohnya bisa dengan menggunakan sosial media seperti *Facebook* atau *Instagram* dimana kedua media sosial tersebut memiliki jumlah pengguna yang banyak dan juga selalu *up to date*.
4. UTD PMI Kota Samarinda juga sebaiknya lebih banyak melakukan kerja sama dengan pihak komersil yang dapat menunjang kegiatan PMI Kota Samarinda sendiri. Sebagai contoh PMI Kota Samarinda dapat melakukan kerja sama dengan mall atau pihak komersil lainnya dimana kedua belah pihak akan sama-sama mendapatkan keuntungan.
5. Diharapkan dengan pengetahuan yang sudah didapat mengenai khalayak, sebaiknya UTD PMI Kota Samarinda dapat menyampaikan pesan dengan metode yang sesuai.

### **Daftar Pustaka**

- Anggoro M, Linggar. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan (serta aplikasinya di Indonesia)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi*. Bandung: CV Amrico.
- Effendy, Onong, Uchjana, 1986, *Dimensi – Dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung
- , 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- , 1994. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Frida, Kusumastuti. 2002. *Dasar – Dasar Humas*. Cetakan Pertama. Jakarta. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suhandang, Kustandi, 2004, *Public Relations : Kajian, Program dan Implementasi*. Bandung : Nuansa.
- Mulyana, Dedy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bnadung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : PT. LKiS Pelangi Aksara.
- Rusdy, Ruslan. 1995. *Praktik dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Kritis dan Pemulihan Citra*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Rusdy Ruslan. 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi. Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- <http://www.pmi.or.id/>
- <http://www.pmi.or.id/index.php/hubungi-kami/pmi-provinsi/25-pmi-daerah-kalimantan-timur.html>

<http://kaltim.prokal.co/read/news/303412-ayo-donor-stok-darah-pmi-samarinda-kritis>

[http://rri.co.id/samarinda/post/berita/577374/sosial\\_dan\\_budaya/kaltim\\_butuhkan\\_34\\_ribu\\_kantong\\_darah\\_pertahun.html](http://rri.co.id/samarinda/post/berita/577374/sosial_dan_budaya/kaltim_butuhkan_34_ribu_kantong_darah_pertahun.html)

[kaltim.tribunnews.com](http://kaltim.tribunnews.com)

[akfarsam.ac.id](http://akfarsam.ac.id)

[ksrpmisamarinda.com](http://ksrpmisamarinda.com)