

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan orang lain untuk memenuhi berbagai kebutuhannya, yang menunjukkan bahwa individu tidak bisa hidup sendiri dan memenuhi segalanya secara mandiri. Ini mencakup kebutuhan untuk berinteraksi, saling membantu, serta membangun solidaritas dengan orang lain. Oleh karena itu, demi memenuhi kebutuhan tersebut, manusia tentu saja akan saling berinteraksi, dan terpenuhinya kebutuhan untuk saling tolong menolong dapat meningkatkan nilai kemanusiaannya.

Salah satu bentuk nyata dari sikap saling membantu antara manusia adalah melalui donor darah, karena kegiatan ini menunjukkan rasa kepedulian dan tanggung jawab sosial seseorang terhadap kesehatan dan keselamatan orang lain. Donor darah tidak hanya memenuhi kebutuhan transfusi darah bagi pasien yang membutuhkannya, namun juga mempererat hubungan sosial serta menumbuhkan rasa empati dalam masyarakat. Sebagai makhluk sosial, manusia terdorong untuk berbagi dan membantu satu sama lain, dan donor darah merupakan manifestasi konkret dari nilai-nilai kemanusiaan tersebut.

Disamping aspek sosial, donor darah juga memberikan keuntungan bagi kesehatan pendonor, seperti memperlancar sirkulasi darah dan menjaga keseimbangan zat besi dalam tubuh, sehingga kegiatan ini bermanfaat bagi baik pendonor maupun penerima darah (PMI Kota Depok, 2025). Maka dari itu, donor darah menjadi suatu kegiatan sosial yang memperkuat relasi antar individu di masyarakat sekaligus mendukung kesehatan secara keseluruhan dan kebersamaan.

Secara umum, aktivitas berdonor darah mencerminkan esensi manusia sebagai makhluk sosial yang hidup dalam suatu komunitas dan saling bergantung antara satu individu dengan individu lainnya, di mana tindakan berbagi darah menjadi simbol kepedulian, solidaritas, dan kemanusiaan yang sangat diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut (Yurman et al., 2023), kegiatan donor darah tidak hanya bermanfaat bagi penerima donor darah, tetapi juga memberikan manfaat yang signifikan bagi para pendonor, terutama dalam hal kesehatan pribadi.

Menjunjung penjelasan dari Pusapasari yang dicantumkan dalam (Yasin et al., 2021), Palang Merah Indonesia (PMI) merupakan sebuah lembaga yang berdedikasi untuk menyediakan layanan kepada setiap individu tanpa adanya diskriminasi, tanpa melihat latar belakang etnis, ras, ataupun agama. Dedikasi ini menunjukkan bahwa PMI sesungguhnya adalah sebuah organisasi kemanusiaan yang siap melayani masyarakat tanpa memandang siapa pun dan dalam situasi apapun. Dalam hal ini, siapapun itu, dari mana asalnya, dan dengan bahasa apa saja, keyakinan apa pun, warna kulit, serta status ekonomi, PMI tidak akan membedakan sama sekali (Palang Merah Indonesia, 2017).

Upaya Kesehatan Transfusi Darah (UKTD) merupakan salah satu program yang dikelola oleh PMI yang diberikan mandat oleh pemerintah sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 18 tahun 1980 mengenai transfusi darah. Pelaksanaan program tersebut dilakukan melalui pembentukan unit transfusi darah PMI, yang merupakan layanan teknis yang diatur dan berada di bawah naungan pengurusan PMI di setiap tingkatannya (Palang Merah Indonesia, 2017).

Sebagai sebuah lembaga yang bergerak di bidang kemanusiaan yang berfokus pada kesehatan, respon terhadap bencana, dan layanan kepada masyarakat, tugas utama yang harus dijalankan adalah mengatur penyediaan darah. Namun, tantangannya adalah

bahwa jumlah pasien yang memerlukan transfusi darah sangat tinggi. Sayangnya, ini tidak diimbangi dengan tingkat kesadaran masyarakat untuk mendonorkan darah secara sukarela. Permintaan akan darah terus meningkat setiap tahun, dan kebutuhan ini biasanya muncul dalam situasi yang mendesak yang berkaitan dengan nyawa seseorang. Contohnya termasuk anemia pada lanjut usia di atas 60 tahun, wanita hamil serta yang baru melahirkan, yang sering mengalami pendarahan cukup banyak, prosedur operasi yang memerlukan transfusi darah seperti bedah kepala, serta kasus kecelakaan yang menghasilkan pendarahan serius, dan juga penyakit kanker darah.

Kebutuhan darah bagi pasien yang memerlukannya saat ini masih sangat kurang untuk dipenuhi, akibat rendahnya kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi sebagai pendonor darah sukarela. Berdasarkan informasi pada tahun 2024, Wakil Presiden Ma'ruf Amin dalam pidatonya saat penganugerahan Satyalencana Kebaktian Sosial kepada para pendonor darah di Hotel Sahid Jaya, Jakarta, pada hari Senin, 5 Agustus 2024, mengungkapkan bahwa persediaan darah Palang Merah Indonesia (PMI) baru mencapai 91 ribu kantong setiap tahunnya. Ia menekankan bahwa jumlah ideal stok darah di Indonesia seharusnya adalah 7 juta kantong per tahun, yang setara dengan 2,5% dari total populasi (Detik. com). Sedangkan data rekapitulasi stok darah Unit Donor Darah (UDD) PMI secara nasional per 27 Februari 2025 adalah sebagai berikut:

A+: 25.398 kantong

B+: 37.127 kantong

O+: 48.239 kantong

AB +: 12.327 kantong

Data rekapitulasi yang disampaikan di atas menunjukkan bahwa stok darah di Indonesia masih perlu ditingkatkan jumlah pedonor darah untuk memastikan ketersediaan minimal sekitar 7 juta kantong per tahunnya. Donor darah adalah kegiatan

sosial yang sangat esensial dalam mendukung pelayanan kesehatan di negara ini. Ketersediaan stok darah yang cukup dan aman menjadi prioritas utama bagi rumah sakit dalam menangani berbagai masalah medis, seperti operasi, kecelakaan, dan penyakit kronis. Namun, sampai saat ini, tingkat kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam melakukan donor darah secara sukarela masih sangat rendah. Hal ini mengakibatkan sering terjadinya kekurangan stok darah di berbagai wilayah di Indonesia.

Rendahnya antusiasme masyarakat untuk melakukan berdonor darah secara sukarela dipengaruhi oleh beberapa alasan dan faktor. Berdasarkan penjelasan UTD PMI (2020), "jumlah pendonor sukarela yang hadir secara langsung ke UTD PMI untuk memberikan darah sangat sedikit karena jarak yang jauh dari tempat tinggal. Hal ini membuat banyak orang ragu untuk datang mendonorkan darah secara langsung dan lebih memilih untuk mendonorkan darah kepada anggota keluarga atau teman dekat saat dibutuhkan saja."

Penelitian yang lain juga mengungkapkan bahwa adanya masalah kesehatan dan kekurangan fasilitas untuk donor darah merupakan faktor lain yang menyebabkan rendahnya minat untuk berpartisipasi dalam berdonor darah. Selain itu, rasa takut terhadap proses donor darah, seperti ketakutan terhadap jarum suntik, fobia terhadap darah, kekhawatiran akan pingsan, persepsi yang salah tentang donor darah, anggapan bahwa donor darah tidak penting, merasa sakit saat pengambilan darah, dan keyakinan bahwa darah tidak akan pulih setelah diambil, juga menjadi alasan bagi beberapa orang untuk tidak mendonorkan darahnya (Dewi et al. , 2022). Hal ini sejalan dengan temuan dari penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa di antara semua faktor yang mengurangi minat untuk mendonorkan darah, kurangnya pengetahuan tentang ketentuan dan manfaat donor darah menjadi penyebab utama yang berkontribusi tinggi terhadap rendahnya niat seseorang untuk mendonorkan darahnya (Rahmatullah et al. , 2021).

Pengetahuan mengenai donor darah dapat didefinisikan sebagai semua informasi tentang donor darah yang dimiliki oleh pendonor, termasuk mengenai golongan darah, tipe pendonor, kriteria, manfaat, efek samping, proses, dan pengelolaan donor darah. Menurut Notoatmodjo (2012) dalam (Dewi et al. , 2022), ada sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan individunya, seperti pendidikan, umur, pengalaman, lingkungan, serta informasi yang didapat. Dalam konteks donor darah, individu yang menerima informasi mengenai donor darah dari berbagai sumber cenderung memiliki tingkat pengetahuan yang lebih baik.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Karolina dan tim (2022) dalam (Wulandari et al, 2023) yang menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai donor darah dari para pendonor dipengaruhi oleh banyak hal, termasuk sumber informasi yang diterima. Semakin banyak informasi yang dimiliki, maka pengetahuan tentang donor darah akan semakin baik. Individu yang memahami dengan baik tentang donor darah biasanya akan lebih berminat untuk menyumbangkan darahnya (Beyene, 2020).

Berikut adalah beberapa isu utama yang dihadapi Palang Merah Indonesia (PMI) dalam upayanya untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam donor darah di tanah air. Pertama, ada kendala terbatasnya anggaran untuk sosialisasi dan kampanye PMI di banyak daerah yang menyulitkan mereka untuk melakukan sosialisasi secara luas. Hal ini mengakibatkan kampanye donor darah hanya dapat berlangsung di lokasi-lokasi tertentu seperti sekolah, perguruan tinggi, atau perusahaan yang mengadakan acara kerjasama dengan PMI. Keterbatasan dana juga mengakibatkan PMI kesulitan dalam menggunakan media massa seperti televisi dan radio untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Malik, H. A. , Said, I. , dan Hajar, I, 2020). Selanjutnya, ada kurangnya informasi dan pendidikan yang diberikan kepada masyarakat. Banyak orang yang menyadari adanya kegiatan donor darah, tetapi tidak tahu kapan dan bagaimana

proses donor tersebut berlangsung. Kurangnya sosialisasi yang efektif menyebabkan masyarakat tidak mengerti tentang prosedur donor darah dan manfaatnya (Sari, D. N. I., dan Farista, G, 2025).

Selain itu, masih banyak orang yang merasa takut untuk mendonorkan darah karena berbagai alasan, seperti ketakutan terhadap jarum suntik, kekhawatiran tertular penyakit, atau percaya pada mitos-mitos yang salah. Stigma negatif ini menghalangi partisipasi masyarakat dalam donor darah secara sukarela. Keterbatasan fasilitas dan sumber daya, termasuk kendaraan dan sistem database donor darah yang belum optimal juga menjadi hambatan dalam implementasi program donor darah.

Permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya menjadi kendala bagi PMI untuk meningkatkan jumlah cadangan darah yang seharusnya mencapai sekitar 7 juta kantong setiap tahunnya. Berikut adalah landasan hukum yang mengatur kegiatan donor darah di Indonesia:

- 1) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
UU ini menetapkan bahwa layanan darah merupakan bagian dari layanan kesehatan yang memanfaatkan darah manusia untuk tujuan kemanusiaan dan bukan untuk kepentingan komersial. Donasi darah harus dilakukan secara sukarela oleh individu yang sehat dan memenuhi persyaratan tertentu.
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2011 tentang Pelayanan Darah
PP ini menjelaskan secara rinci tentang manajemen darah dan layanan transfusi, mencakup perencanaan, penggalangan, dan pengelolaan donor darah, serta proses seleksi, pengambilan, pengujian, pengolahan, penyimpanan, dan distribusi darah. PP ini juga menekankan bahwa darah yang diperoleh dari pendonor sukarela mesti melalui pemeriksaan laboratorium untuk memastikan kualitas dan keamanan darah.

- 3) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2018 tentang Kepalangmerahan UU ini memberikan dasar hukum bagi Palang Merah Indonesia (PMI) sebagai lembaga kemanusiaan yang berperan dalam pelaksanaan penyediaan layanan darah dan donor darah di Indonesia.
- 4) Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 83 Tahun 2014 tentang Unit Transfusi Darah, Bank Darah Rumah Sakit dan Jejaring Pelayanan Transfusi Darah Permenkes ini mengatur standar operasional untuk unit transfusi darah serta bank darah di rumah sakit dan jaringan layanan transfusi darah guna menjamin kualitas dan keamanan darah yang disalurkan.
- 5) Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 91 Tahun 2015 tentang Standar Pelayanan Transfusi Darah
Permenkes ini menetapkan kriteria standar pelayanan transfusi darah yang harus dipatuhi oleh unit transfusi darah dan penyelenggara layanan darah untuk menjamin keselamatan bagi pendonor dan penerima darah.
- 6) Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 1980 tentang Transfusi Darah PP ini mengatur mengenai prosedur medis transfusi darah, pengadaan darah secara sukarela tanpa kompensasi, larangan perdagangan darah, serta pengawasan dan pembinaan terhadap penyelenggaraan transfusi darah oleh pemerintah dan PMI.
- 7) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan UU terbaru ini memberikan rincian lebih dalam terkait pengelolaan darah dan bank plasma, memberikan hak kepada fasilitas kesehatan untuk memiliki dan mengelola bank plasma, serta menetapkan sanksi untuk pelanggaran terkait layanan darah.

Berdasarkan peraturan yang telah ada, sebenarnya sudah sesuai untuk mengadakan kegiatan donor darah, tetapi situasi di lapangan tidak seideal yang diharapkan. Para relawan PMI menghadapi berbagai hambatan dan tantangan dalam melaksanakan kampanye atau sosialisasi mengenai donor darah. Rendahnya kesadaran, motivasi, dan partisipasi masyarakat untuk berdonor di Indonesia menjadi suatu tantangan tersendiri bagi relawan PMI untuk memberikan edukasi agar ketakutan dan stigma negatif tentang donor darah bisa berubah menjadi pandangan positif. Dengan demikian, diharapkan masyarakat ke depannya akan lebih antusias untuk melaksanakan donor darah secara sukarela, guna menciptakan budaya donor darah yang berkelanjutan di tanah air.

Palang Merah Indonesia (PMI) sebagai lembaga kemanusiaan yang bertugas menyediakan darah, menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan jumlah pendonor darah sukarela. Salah satu langkah strategis yang diambil oleh PMI adalah menerapkan strategi komunikasi, kampanye sosial serta media sosial yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Komunikasi ini melibatkan berbagai komponen seperti komunikator, pesan yang disampaikan, media, dan penerima pesan yang disusun sedemikian rupa agar tujuan komunikasi bisa tercapai dengan baik.

Di samping itu, kampanye sosial PMI juga menekankan pada penyampaian informasi yang jelas mengenai keuntungan dari donor darah, prosedur yang aman, serta menghilangkan stigma dan ketakutan yang sering kali menghalangi partisipasi masyarakat. Kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk lembaga pemerintah, sektor swasta, komunitas, dan media massa, menjadi bagian penting dalam memperkuat kampanye tersebut.

Dengan kemajuan teknologi saat ini, terdapat banyak cara untuk melaksanakan kampanye kesadaran mengenai donor darah. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, serta saluran komunikasi seperti WhatsApp atau Telegram. Media sosial juga berfungsi sebagai alat penting, termasuk bagi organisasi nirlaba untuk mempromosikan kegiatan donor darah dan terhubung dengan komunitas, serta memperluas jangkauan mereka. Perusahaan yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi dapat kehilangan daya saing dan kesulitan dalam menarik perhatian pelanggan (Proença dan Martins, 2023). Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial adalah platform yang sangat dibutuhkan karena memungkinkan koneksi dan komunikasi. Media sosial memfasilitasi interaksi dengan mudah dan cepat, khususnya dengan para pendonor. Namun dalam penelitian ini, akan digunakan aplikasi WhatsApp, yang memang lebih efektif untuk berkomunikasi dan menyampaikan pesan kepada orang yang dituju kapan saja.

WhatsApp dipilih karena kebanyakan orang sudah familiar dengan aplikasi ini dan penggunaannya juga sangat sederhana. Dalam aplikasi WhatsApp, terdapat berbagai fitur yang memudahkan pengiriman media seperti pesan teks, foto, audio, gambar, file, kontak, dan lokasi kepada pengguna lain, serta memungkinkan untuk melakukan panggilan telepon, video call, dan membuat cerita (T. Siti, M. Lestari, S. M. Jaya, N, 2021).

Oleh karena itu, strategi komunikasi serta kampanye sosial yang dilakukan oleh PMI dan melalui media sosial (WhatsApp) tidak hanya bertujuan untuk menambah jumlah pendonor darah, tetapi juga untuk menciptakan budaya mendonor yang bersifat sukarela dan berkelanjutan di Indonesia. Dengan pendekatan yang tepat dalam strategi komunikasi, PMI berusaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan melibatkan mereka secara aktif dalam menyelamatkan nyawa melalui kegiatan donor darah.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Strategi Komunikasi Palang Merah Indonesia dalam Kampanye Donor Darah melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat.”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran, partisipasi, dan motivasi masyarakat untuk melakukan donor darah secara sukarela masih rendah.
2. Keterbatasan anggaran untuk sosialisasi dan kampanye PMI di berbagai daerah berpengaruh pada kemampuan untuk melakukan sosialisasi secara luas.
3. Kurangnya informasi dan edukasi mengenai donor darah yang efektif.
4. Munculnya stigma dan ketakutan di kalangan masyarakat mengenai donor darah.
5. Kurangnya metode kreatif dalam kampanye dan sosialisasi kegiatan donor darah.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan penentuan persoalan yang telah diuraikan diatas, pembatasan fokus dalam penelitian ini akan mengkaji tentang strategi komunikasi, kampanye sosial dan media sosial yang dilakukan oleh PMI untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam berdonor darah di Indonesia. Hal ini juga mencakup analisis terhadap kebijakan mengenai keterbatasan anggaran dalam melaksanakan kegiatan donor darah.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan dalam bagian latar belakang, maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam studi ini adalah:

1. Bagaimana cara strategi komunikasi, kampanye sosial dan media Sosial PMI dalam meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat untuk Berdonor Darah di Indonesia?
2. Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi komunikasi, kampanye sosial dan media sosial PMI dalam meningkatkan kesadaran serta partisipasi masyarakat untuk berdonor darah di Indonesia?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana cara strategi komunikasi, kampanye sosial dan media sosial PMI dalam meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat untuk Berdonor Darah di Indonesia.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat implementasi strategi komunikasi, Kampanye Sosial dan media sosial PMI dalam meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat untuk Berdonor Darah di Indonesia?

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat memperkaya pengembangan teori ilmu komunikasi, terutama dalam bidang strategi komunikasi dan analisis kebijakan. Hal itu karena penelitian ini di samping mendalami konsep-konsep teori-teori yang terdahulu, tetapi juga memberikan referensi dalam menangani berbagai isu nyata yang ada saat ini, sehingga secara ilmiah bisa memperkaya nilai pada konsep, definisi, serta proposisi dalam bidang ilmu komunikasi.

1.6.2 Manfaat Praktis

Dalam konteks praktis, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai panduan dan referensi bagi aparat pemerintahan untuk memahami bagaimana strategi Komunikasi, Kampanye Sosial dan Media Sosial PMI dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat untuk berdonor darah di Indonesia.

1.7. Signifikansi dan Kebaruan Penelitian

Pentingnya signifikansi serta kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pendekatan strategi komunikasi yang terintegrasi dengan teori strategi SWOT. Penggunaan analisis SWOT untuk mengevaluasi dan mengembangkan strategi, di mana penelitian ini menggabungkan analisis SWOT untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pelaksanaan strategi komunikasi PMI. Pendekatan ini menawarkan kerangka kerja yang lebih teratur dan menyeluruh dalam merancang kampanye donor darah, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih menekankan pada aspek komunikasi saja.

Selain itu, pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih detail dan terukur untuk perbaikan berkelanjutan dalam kampanye donor darah. Selanjutnya, analisis juga dilakukan terhadap kebijakan yang menyebabkan keterbatasan dana dalam pelaksanaan

kegiatan donor darah. Faktor-faktor ini berkontribusi terhadap kurangnya sosialisasi dan fasilitas yang ada, sehingga menghalangi terciptanya budaya donor darah yang berkelanjutan di Indonesia, untuk mencapai target minimal penyimpanan kantong darah sebesar 7 juta kantong per tahun.

Kebaruan lain pada penelitian ini adalah perlunya pemanfaatan media sosial dengan cara yang lebih intensif, inovatif dan kreatif, termasuk penggunaan storytelling digital dan konten visual menarik yang sesuai dengan karakteristik generasi muda. Ini adalah respons terhadap tantangan kurangnya inovasi dalam strategi komunikasi yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya.