

STRATEGI CERDAS HUMAS PMI DALAM MENDORONG PARTISIPASI DONOR DARAH DI KABUPATEN JEMBER

Rinata Lya Erdana^{1*}, Ari Susanti²

Universitas Muhammadiyah Jember, Jalan Karimata No. 49, Sumbersari, Kabupaten
Jember, Jawa Timur, Indonesia

²Universitas Muhammadiyah Jember, Jalan Karimata No. 49, Sumbersari, Kabupaten
Jember, Jawa Timur, Indonesia

*Corresponding email: rinatalyaerdana@gmail.com

Abstract

The Indonesian Red Cross (IRC) holds responsibility for maintaining blood supply availability. Public relations strategies are crucial in raising awareness and encouraging public participation in blood donation. This study aims to describe the communication strategies of IRC in Jember Regency, the media used, and challenges encountered. Using a qualitative approach and the theory of Cutlip, Center, and Broom, data were collected through observation, interviews, and documentation. Informants were selected purposively, involving public relations staff, the Blood Donation Unit team, and administrative personnel. The findings reveal communication efforts through direct education, digital campaigns, and institutional collaboration. Programs such as mobile blood donation units, social media campaigns, and hospital partnerships served as key communication channels. Challenges include low public awareness, limited human resources, and negative perceptions. Although the strategy is relatively effective, stronger promotion and sustainable public engagement are still needed. Supporting factors include inter-institutional collaboration and favorable regulations, while key obstacles lie in the lack of ongoing education and low public commitment to regular blood donation.

Keywords: *Public Relations Strategy, Blood Donation, Indonesian Red Cross*

Abstrak

Palang Merah Indonesia (PMI) bertanggung jawab menjamin ketersediaan stok darah. Strategi Humas berperan penting dalam membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap donor darah. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi Humas PMI Kabupaten Jember, media yang digunakan, serta hambatan yang dihadapi. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori Cutlip, Center, dan Broom, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dipilih secara *purposive*, terdiri dari bagian Humas, tim Unit Donor Darah, dan staf administrasi. Hasil menunjukkan bahwa komunikasi dilakukan melalui edukasi langsung, kampanye digital, dan kerja sama lintas institusi. Program seperti donor darah keliling, kampanye media sosial, dan kemitraan rumah sakit digunakan untuk menyebarkan informasi. Hambatan yang dihadapi meliputi rendahnya pengetahuan masyarakat, keterbatasan SDM, dan persepsi negatif. Meski strategi tergolong efektif, masih diperlukan penguatan promosi dan keterlibatan masyarakat yang berkelanjutan. Faktor pendukung mencakup

kolaborasi dan regulasi pendukung, sedangkan kendala utamanya adalah kurangnya edukasi berkelanjutan serta rendahnya kesadaran donor rutin.

Kata Kunci: Strategi Humas, Donor Darah, Palang Merah Indonesia

Pendahuluan

Manusia ditakdirkan sebagai makhluk sosial yang hidup bermasyarakat (*Zoon Politicon*). Istilah *Zoon Politicon* dikemukakan oleh Aristoteles yang menekankan bahwa hakikat manusia adalah saling bergantung dan tolong-menolong. Sifat alamiah yang muncul pada diri manusia mendorong untuk memiliki nilai-nilai kemanusiaan. Nilai kemanusiaan ini tercermin dalam kegiatan donor darah, dimana individu secara sukarela memberikan bagian dari dirinya (darah) untuk menyelamatkan nyawa orang lain. (Rahman et al., 2023).

Semangat gotong royong inilah yang melandasi berdirinya Palang Merah Indonesia (PMI) sebagai organisasi kemanusiaan netral dan mandiri. PMI yang secara resmi dibentuk di Indonesia pada tanggal 17 September 1945, menjadikan donor darah sebagai salah satu wujud nyata dari prinsip *zoon politicon* dalam konteks modern. Pada kepemimpinan Presiden Pertama Indonesia yakni Ir. Soekarno, secara resmi membentuk organisasi kemanusiaan Palang Merah Indonesia (PMI). Organisasi pertama yang dibentuk setelah kemerdekaan ini memegang teguh pada prinsip-prinsip dasar gerakan Internasional Palang Merah dan Bulan Sabit Merah. Dengan tujuan menolong dan meringankan penderitaan pada sesama manusia, tanpa membedakan antara satu dengan lainnya. Mulai dari perbedaan golongan, agama, suku dan bangsa, warna kulit serta jenis kelamin, Palang Merah Indonesia hadir sebagai organisasi yang bersifat kemanusiaan. Tanpa pandang bulu dan tanpa membedakan tersebut yang menjadi prinsip dalam menjalankan tugas kemanusiaan oleh organisasi Palang Merah Indonesia (Sutrisna et al., 2023).

Pelayanan kesehatan nasional didukung oleh kegiatan donor darah yang bersifat sukarela. Donor darah bukan hanya sekedar tindakan medis, namun juga merupakan bentuk solidaritas sosial yang menunjukkan kepedulian terhadap sesama. Segudang manfaat diperoleh saat donor darah antara lain membuat tubuh sehat, meningkatkan produksi darah baru, mengurangi resiko penyakit jantung, membuat pikiran menjadi stabil, dan masih banyak lagi manfaat lainnya (DNS Marchamah, 2023). Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat kebutuhan darah yang cukup tinggi, dimana

kebutuhan darah terus meningkat seiring pertambahan penduduk, tingginya angka kejadian kecelakaan lalu lintas dan penyakit kronis yang memerlukan transfusi darah. World Health Organization (WHO) menyarankan agar setiap negara memiliki minimal dua persen dari jumlah total penduduknya sebagai pendonor aktif. Di Kabupaten Jember yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 2 juta jiwa, kebutuhan kantong darah idealnya mencapai lebih dari 46.000 kantong per tahun. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa PMI Jember masih menghadapi kesenjangan antara kebutuhan dan jumlah donor yang tersedia.

Rendahnya kesadaran dan partisipasi masyarakat untuk melakukan darah secara rutin merupakan salah satu permasalahan utama. Masyarakat masih banyak yang belum memiliki pemahaman menyeluruh terkait pentingnya donor darah, bahkan sebagian memiliki persepsi negatif terkait efek samping donor darah. Hal ini menjadi tantangan besar bagi PMI sebagai lembaga yang bertanggung jawab penuh akan ketersediaan stok darah di daerah tersebut. Humas berperan penting dalam menghadapi permasalahan tersebut, dimana memegang peranan strategis dalam menyampaikan pesan kemanusiaan dan membangun komunikasi efektif dan persuasif dengan masyarakat. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas bertujuan menyampaikan informasi yang benar mengenai donor darah, serta mengajak masyarakat untuk turut menjadi pendonor sukarela.

Pada beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sebuah strategi komunikasi yang baik akan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang baik mampu meningkatkan partisipasi publik dalam kegiatan sosial. Misalnya, penelitian (Saraswati, 2020) menunjukkan bahwa kampanye media sosial yang konsisten dapat meningkatkan intensi masyarakat untuk menjadi pendonor darah. Penelitian lain oleh (Widodo, 2021) menegaskan pentingnya komunikasi interpersonal dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan donor darah. Meski demikian, riset-riset tersebut belum banyak membahas bagaimana strategi komunikasi dilakukan secara komprehensif oleh Humas PMI di daerah, khususnya di wilayah yang masih memiliki tantangan literasi kesehatan yang rendah.

Research gap yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah kurangnya kajian empiris mengenai bagaimana strategi komunikasi Humas PMI bekerja dalam konteks

lokal seperti di Kabupaten Jember, yang memiliki karakteristik sosial, budaya, dan geografis tersendiri. Sebagian masyarakat Jember tinggal di wilayah pedesaan dengan akses terbatas terhadap media informasi modern, sehingga pendekatan komunikasi yang dilakukan harus disesuaikan dengan kondisi tersebut.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Humas PMI dalam mendorong kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap donor darah di Kabupaten Jember. Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam bagaimana tahapan komunikasi dilakukan, media apa saja yang digunakan, serta hambatan yang dihadapi dalam proses pelaksanaan strategi komunikasi tersebut.

Untuk menjelaskan proses ini, peneliti menggunakan model strategi komunikasi Cutlip, Center, dan Broom sebagai kerangka teoritis utama. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu komunikasi strategis dalam konteks organisasi, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi PMI dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif ke depannya.

Terdapat pula tinjauan pustaka melalui tahapan mencari dan meninjau topik-topik penelitian sebelumnya yang masih ada kaitannya dengan penelitian yang sedang dikaji. Fungsinya untuk menghindari kesamaan topik yang telah dikaji sebelumnya. Selain itu, membantu memecahkan persoalan yang tengah dihadapi oleh peneliti pada situasi tertentu. Selanjutnya, berdasarkan penelusuran yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa hasil penelitian yang terkait dengan penelitian ini. Tinjauan pustaka diharapkan akan mampu memberikan kontribusi besar dalam sebuah perencanaan suatu penelitian.

Tinjauan pustaka dari hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Herial, 2022) tentang strategi komunikasi pondok pesantren Sumatera Thawalib Parabek dalam mensosialisasikan program unggulan melalui media sosial Instagram. Penelitian tersebut tentang strategi komunikasi yang dilakukan bagian Humas pondok pesantren Sumatera Thawalib Parabek dalam melakukan upaya untuk menyebarluaskan informasi terkait program unggulan yang dimiliki melalui media sosial Instagram. Pada penelitian dijelaskan bagaimana rancangan konten yang akan dibuat guna menyebarluaskan informasi tersebut melalui fitur-fitur yang terdapat pada sebuah aplikasi Instagram.

Hasil penelitian tersebut memaparkan adanya Humas, bisa menunjukkan bahwa pondok pesantren dapat ikut andil dalam mengambil peranan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan mengikuti perkembangan zaman. Humas pondok pesantren Sumatera Thawalib Parabek mensosialisasikan program unggulan melalui sosial media Instagram dengan menentukan konten apa yang akan ditampilkan kepada khalayak umum guna menarik minat masyarakat, terutama bagi orang tua santri yang merupakan langkah yang baik. Usaha yang dilakukan memberikan dampak yang sangat baik kepada pondok pesantren Sumatera Thawalib Parabek. Kesamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terkait dengan strategi yang dilakukan Humas dalam menyebarkan informasi dan terdapat perbedaan antara objek yang diteliti, pada penelitian terdahulu mengenai strategi Humas pondok pesantren Sumatera Thawalib Parabek sedangkan pada penelitian ini mengenai strategi Humas Palang Merah Indonesia.

Pada penelitian ini menggunakan teori Cutlip Center and Broom. Teori Cutlip, Center dan Broom menjelaskan bahwa dalam manajemen Humas terdiri empat tahapan utama (Scott M. Cutlip, Allen H. Center, 2009). Dalam tahapan-tahapan ini dapat membentuk sebuah kerangka kerja untuk menentukan dalam menjalankan tugas yang akan dilakukan Humas. Empat tahapan tersebut yaitu:

1. Pengumpulan Data

Tahapan pertama yakni pengumpulan data yang merupakan proses dari analisis masalah dengan cara memperhatikan sikap, pandangan dan perilaku terhadap suatu objek tertentu (Sofian & Abidin, 2024). Dalam penelitian ini Humas Palang Merah Indonesia mengumpulkan data terkait dengan kesadaran dan partisipasi masyarakat donor darah di Kabupaten Jember. Melalui tahapan pengumpulan data, suatu organisasi ataupun perusahaan dapat lebih mudah memahami, menganalisis dan mengelompokkan masalah yang tengah dihadapi. Pada tahapan ini memberikan dasar bagi langkah-langkah berikutnya dalam proses pemecahan masalah. Hasil dari tahapan analisis masalah ini didapatkan melalui pengolahan data, perbandingan dan proses evaluasi.

2. Perencanaan

Tahapan selanjutnya yakni perencanaan merupakan proses dari pengambilan keputusan melalui cara penyusunan program-program apa saja yang akan dilakukan agar tujuan dalam suatu organisasi dapat tercapai (Anggraeni, 2018). Pada penelitian ini melakukan rancangan perencanaan terkait strategi yang dibutuhkan Humas Palang Merah

Indonesia untuk membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat donor darah di Kabupaten Jember. Dengan adanya proses perencanaan diharapkan dapat mengurangi kesalahan ataupun permasalahan. Informasi dan data yang didapat pada tahap pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang tujuan, tindakan, program publik, dan strategi komunikasi yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Pada sebuah organisasi harus memiliki ide kreatif dan inovatif dalam merancang dan menyusun strategi perencanaan untuk membantu mencapai tujuan organisasi yang diharapkan.

3. Aksi dan komunikasi

Tahapan ketiga merupakan tahapan implementasi dari tahapan perencanaan. Pada tahapan ini rancangan perencanaan strategi Humas Palang Merah Indonesia yang sudah dibuat akan dilaksanakan untuk membangun tujuan organisasi yakni membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat donor darah di Kabupaten Jember. Komunikasi efektif juga mendukung organisasi dalam menyampaikan pesan yang berdampak untuk mencapai tujuan organisasi kepada masyarakat. Selain itu, melalui aksi dan komunikasi membantu organisasi dalam proses mengendalikan persepsi publik terhadap mereka.

4. Evaluasi

Tahapan terakhir melibatkan mulai dari tahapan awal pengumpulan data, perencanaan persiapan, implementasi dan hasil program. Tahapan evaluasi dilakukan setelah proses implementasi dari strategi Humas Palang Merah Indonesia mencapai tujuan membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat donor darah di Kabupaten Jember. Penyesuaian dilakukan selama program berlangsung, berdasarkan umpan balik evaluasi mengenai sejauh mana efektivitas dan keberhasilan program. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui masalah yang mungkin saja muncul selama program berlangsung. Keputusan untuk melanjutkan ataupun menghentikan program dapat diambil setelah proses evaluasi. Keberadaan tahap evaluasi memiliki peran yang sangat penting untuk mendorong adanya perubahan yang baik bagi sebuah organisasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali dan menganalisis secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kabupaten Jember dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap donor darah. Pendekatan kualitatif dipilih karena relevansinya dalam

memahami proses komunikasi, dinamika sosial, serta tantangan yang dihadapi oleh institusi kemanusiaan dalam menjalin hubungan langsung dan berkelanjutan dengan masyarakat. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007), pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, dengan tujuan untuk memahami makna yang terkandung dalam interaksi sosial yang sedang berlangsung.

Penelitian ini berfokus pada studi kasus di PMI Kabupaten Jember yang dipilih secara sengaja (*purposive*) karena relevansi dan intensitas aktivitas kampanye donor darah yang dilakukan oleh institusi tersebut. Dengan pendekatan ini, peneliti berusaha untuk menangkap fenomena sosial yang terjadi secara alami, sebagaimana yang dialami oleh para pelaku komunikasi, khususnya tim Humas PMI, dalam menyampaikan pesan kemanusiaan mengenai donor darah kepada masyarakat.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap informan utama yang berperan langsung dalam kegiatan komunikasi donor darah, yaitu Humas PMI Kabupaten Jember, Humas Unit Donor Darah (UDD) PMI, Kepala UDD PMI Jember, dan Kepala Administrasi UDD PMI Jember. Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria bahwa mereka harus memiliki keterlibatan langsung dalam penyusunan dan pelaksanaan strategi komunikasi, pengetahuan yang memadai tentang program donor darah yang dijalankan, serta kapasitas dalam pengambilan keputusan komunikasi di institusi masing-masing. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi nonpartisipatif yang mencakup pengamatan terhadap aktivitas komunikasi yang berlangsung di lingkungan PMI, seperti penyusunan pesan publik, kegiatan kampanye donor darah, serta interaksi langsung antara Humas dengan masyarakat melalui kegiatan *mobile unit*. Dokumentasi juga menjadi sumber data sekunder yang penting, dengan mengumpulkan berbagai dokumen pendukung seperti rekaman siaran, pamflet, poster digital, data jumlah pendonor, unggahan media sosial, dan arsip kegiatan kampanye PMI. Untuk memperkuat kerangka teoritis, peneliti juga mengkaji literatur terkait strategi komunikasi, kehumasan organisasi kemanusiaan, serta studi terdahulu tentang komunikasi donor darah di berbagai daerah di Indonesia.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (1994), melalui tiga tahap utama yaitu reduksi

data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi penting dari data mentah agar fokus pada aspek-aspek yang relevan dengan rumusan masalah. Penyajian data dilakukan dengan menyusun data yang telah direduksi dalam bentuk narasi dan matriks tematik agar lebih mudah dianalisis secara menyeluruh. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan dengan menyusun pola-pola temuan dan menarik makna yang dapat dikaitkan dengan teori serta konteks lapangan. Untuk menjaga validitas dan keabsahan data, dilakukan triangulasi metode dan triangulasi sumber, yang mencakup perbandingan antara hasil wawancara dengan hasil observasi langsung dan dokumen resmi dari PMI Kabupaten Jember. Peneliti juga melakukan *member checking* kepada informan utama untuk memastikan bahwa interpretasi data yang dilakukan telah sesuai dengan kenyataan di lapangan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini mengkaji mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas PMI untuk membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat donor darah di Kabupaten Jember, dimana Humas sangatlah berperan penting untuk membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat terutama yang berkaitan dengan donor darah. Oleh karena itu, Humas PMI memerlukan strategi atau upaya komunikasi agar tujuan yang telah ditetapkan yaitu membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat donor di Kabupaten Jember bisa tersampaikan dan diterima dengan baik oleh masyarakat.

Peran Humas dalam organisasi Palang Merah Indonesia sangatlah penting terutama yang berkaitan dengan penyebarluasan informasi terutama yang berkaitan dengan donor darah, Humas diharapkan mampu mengatur strategi komunikasi yang baik dan efektif dengan masyarakat agar mau untuk mendonorkan darahnya. Seperti halnya yang dilakukan oleh Humas Palang Merah Indonesia Kabupaten Jember. Berikut merupakan uraian yang telah diteliti oleh peneliti sebagai bentuk dari rumusan masalah yang telah diangkat sebagai pembahasan dalam penelitian ini. Banyak data yang dapat diambil peneliti dalam penelitian ini, dengan tahapan dan berbagai rangkuman yang telah peneliti lakukan dan telah dianggap mampu untuk menyelesaikan hasil dari keseluruhan pada penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Kabupaten Jember dalam mendorong kesadaran dan

partisipasi masyarakat terhadap donor darah. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi, ditemukan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas PMI tidak hanya melibatkan penyebaran informasi, tetapi juga penguatan hubungan emosional antara PMI dan masyarakat, yang dilakukan melalui pendekatan edukatif, partisipatif, dan persuasif. Humas PMI Jember memiliki peran penting sebagai penyambung pesan kemanusiaan kepada masyarakat. Mereka menjalankan fungsi tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola hubungan publik dan penggerak kesadaran kolektif tentang pentingnya donor darah. Dalam proses perencanaannya, Humas PMI terlebih dahulu melakukan pemetaan wilayah, pengamatan terhadap kecenderungan partisipasi pendonor, serta kajian terhadap hambatan yang dihadapi masyarakat dalam berdonor. Temuan lapangan menunjukkan bahwa Humas PMI menyusun kampanye secara sistematis, mulai dari penyusunan jadwal, penentuan pesan utama, hingga pelibatan institusi mitra seperti sekolah, universitas, dan lembaga pemerintahan.

Seperti dalam wawancara bersama Humas UDD PMI Kabupaten Jember, menjelaskan bahwa kegiatan strategi komunikasi dilakukan dalam upaya mendorong masyarakat untuk mau mendonorkan darahnya melalui berbagai upaya, diantaranya melakukan sosialisasi secara langsung ke lembaga pendidikan seperti sekolah dan universitas. Hal ini dilakukan agar supaya penyampaian informasi terkait donor darah dapat diterima dan mendapatkan umpan balik dalam proses komunikasinya. Sehingga diharapkan dalam kegiatan sosialisasi dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yakni masyarakat yang memiliki kesadaran untuk mau menjadi pendonor sukarela. Diharapkan melalui upaya sosialisasi timbul bibit baru pendonor yang mau secara sukarela mendonorkan darahnya.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi, Humas PMI memanfaatkan beragam saluran media. Media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook digunakan untuk menyampaikan jadwal kegiatan donor, edukasi seputar manfaat donor darah, dan testimoni dari para pendonor. Melalui optimalisasi saluran media komunikasi, Humas PMI memerhatikan dan mencoba segala fitur yang tersedia di media tersebut, seperti pada media sosial yang dibangun melalui berbagai fitur *broadcast*, postingan terjadwal, dan konten edukasi. Selain itu, mereka juga mengoptimalkan

media tradisional seperti radio lokal dan televisi lokal untuk menjangkau masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan. Di sisi lain, kegiatan donor darah keliling atau *mobile unit* menjadi sarana komunikasi langsung dengan masyarakat, yang terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan partisipasi. Komunikasi interpersonal pun turut berperan penting, di mana petugas atau relawan PMI secara langsung mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk mendonorkan darah.

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa pendekatan komunikasi interpersonal menjadi salah satu kunci keberhasilan strategi ini. Humas dan petugas donor menjelaskan secara langsung kepada calon pendonor mengenai manfaat donor darah, serta meluruskan berbagai miskonsepsi yang beredar di masyarakat. Salah satu informan dari UDD menyampaikan bahwa masih banyak masyarakat yang takut donor karena menganggap donor bisa menyebabkan tubuh menjadi lemas atau menimbulkan efek samping lainnya. Tak sedikit pula masyarakat masih banyak yang takut akan jarum suntik yang digunakan saat proses tranfusi darah, dimana menganggap jarum yang digunakan tidak steril dan dapat menularkan penyakit. Kenyataan dilapangan bahwa segala bentuk proses transfusi darah dilakukan dengan steril dan mengikuti standart yang terjamin mutunya. Oleh karena itu, komunikasi langsung yang bersifat dialogis dan empatik dianggap lebih mampu membangun pemahaman dan mengurangi kecemasan masyarakat.

Meskipun strategi komunikasi telah dijalankan secara intensif, beberapa hambatan tetap muncul dalam pelaksanaannya. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya literasi masyarakat mengenai donor darah, khususnya terkait mitos dan informasi yang keliru. Selain itu, tidak semua masyarakat merespons dengan baik pesan yang disebarakan melalui siaran digital seperti *broadcast* WhatsApp. Banyak pesan yang diabaikan atau tidak dibaca, sehingga efektivitas media digital sebagai satu-satunya saluran informasi menjadi terbatas. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran promosi juga menjadi kendala tersendiri bagi PMI dalam menjangkau wilayah yang lebih luas secara konsisten.

Meskipun demikian, hasil evaluasi yang dilakukan secara rutin oleh PMI menunjukkan adanya peningkatan jumlah pendonor setelah kegiatan promosi dilakukan secara intensif melalui media sosial dan kegiatan donor keliling. Evaluasi

dilakukan setiap bulan dengan meninjau jumlah kantong darah yang berhasil dikumpulkan, efektivitas media yang digunakan, serta masukan dari mitra kerja PMI. Salah satu strategi yang dianggap efektif dalam mempertahankan loyalitas pendonor adalah pengiriman pesan ucapan ulang tahun dan ucapan terima kasih pasca donor. Pendekatan ini membangun hubungan emosional antara organisasi dan pendonor, sehingga mereka terdorong untuk mendonorkan darah secara rutin.

Jika dianalisis menggunakan teori strategi komunikasi Cutlip, Center, dan Broom, maka strategi Humas PMI Jember telah melalui empat tahapan strategis. Tahap pertama yaitu pengumpulan fakta dilakukan melalui identifikasi masalah utama seperti kurangnya partisipasi donor dan pemetaan wilayah yang memiliki tingkat donor rendah. Tahap kedua adalah perencanaan strategi komunikasi, di mana Humas merumuskan pesan-pesan yang relevan, memilih media yang sesuai, serta menetapkan jadwal kampanye yang sistematis. Tahap ketiga adalah pelaksanaan atau eksekusi strategi, yang diwujudkan melalui penyebaran informasi di media sosial, siaran radio, kegiatan donor keliling, dan interaksi langsung di lapangan. Tahap terakhir adalah evaluasi, yang dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas pendekatan yang telah dilakukan.

Selain teori tersebut, strategi komunikasi PMI Jember juga dapat dikaji melalui pendekatan komunikasi dua arah simetris dari Grunig, yang menekankan pentingnya dialog dan saling memengaruhi antara organisasi dan publiknya. Hal ini tercermin dari cara PMI menjalin komunikasi dengan komunitas, mendengarkan aspirasi masyarakat, serta menyesuaikan pesan dan pendekatan komunikasi dengan karakteristik audiens yang beragam. Sehingga diharapkan dengan pendekatan ini mendapatkan timbal balik dari masyarakat terkait proses komunikasi yang dilakukan oleh Humas PMI dalam menyalurkan informasi terkait donor darah. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya proses pertukaran informasi yang sehat, dan mendorong masyarakat untuk tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga memberikan umpan balik kepada PMI.

Pada proses menjalankan strategi komunikasi dalam membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat donor darah yakni terletak pada bagaimana pemahaman masyarakat yang belum memiliki pengetahuan yang baik terkait donor darah. hal tersebut dapat berpengaruh terhadap pesan yang disampaikan apakah dapat

tersampaikan dengan baik atau tidak. Selain dari kurangnya pengetahuan mengenai donor darah, terdapat hal lain yang mengakibatkan terganggunya proses komunikasi pada saat pelaksanaan strategi yakni masih adanya stigma negatif masyarakat terhadap kegiatan donor darah. Stigma negatif ini dapat muncul disebabkan oleh minimnya pengetahuan terkait donor darah, sehingga pandangan buruk ini dibiarkan dan terus menyebar dikalangan masyarakat yang minim informasi donor darah. Hal ini yang menyebabkan orang dengan pengetahuan rendah terkait donor darah enggan untuk jadi seorang pendonor.

Dari hambatan tersebut dapat diketahui bahwa strategi yang dilakukan oleh Humas PMI tidak sepenuhnya berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dimana tantangan tersebut menjadi hambatan yang perlu dengan segera mendapatkan perhatian untuk dicari cara penanganannya yang tepat. Namun setiap hambatan yang dihadapi pasti juga sudah mendapatkan perhatian untuk menyelesaikannya. Perlu adanya evaluasi terkait kinerja yang sudah dilakukan sebagai sarana perbaikan.

Temuan-temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi strategis yang dijalankan oleh Humas PMI Jember memiliki dampak nyata dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya donor darah. Strategi yang dirancang secara holistik, dikombinasikan dengan komunikasi yang empatik dan partisipatif, mampu meningkatkan keterlibatan publik, khususnya dari kalangan mahasiswa, ASN, komunitas sosial, dan masyarakat umum di sekitar Jember. Meski tantangan masih ada, strategi komunikasi Humas PMI Jember dapat menjadi model yang relevan bagi lembaga kemanusiaan lainnya yang menghadapi permasalahan serupa.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi PMI Kabupaten Jember memegang peranan penting dalam upaya membangun kesadaran dan meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap donor darah. Strategi ini tidak hanya bertumpu pada penyampaian informasi satu arah, melainkan dilaksanakan melalui pendekatan komunikasi yang berlapis dan berkelanjutan, dengan

menggabungkan media sosial, media tradisional, kegiatan langsung seperti *mobile unit*, serta komunikasi interpersonal yang bersifat dialogis dan partisipatif.

Dalam pelaksanaannya, Humas PMI Jember menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap dinamika sosial dan karakteristik masyarakat setempat. Hal ini tercermin dalam fleksibilitas pemilihan saluran komunikasi serta kemampuan dalam menyesuaikan pesan sesuai dengan audiens yang dituju. Pendekatan berbasis edukasi dan kemitraan terbukti efektif dalam menumbuhkan kepercayaan publik dan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan donor darah. Evaluasi rutin dan respons cepat terhadap umpan balik masyarakat menjadi bagian integral dari strategi yang dijalankan, sehingga proses komunikasi tidak berhenti pada tahap penyebaran pesan, tetapi berkembang menjadi hubungan jangka panjang antara PMI dan komunitas.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas PMI Jember sejalan dengan model strategi komunikasi Cutlip, Center, dan Broom, yang menekankan pentingnya tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi secara sistematis. Selain itu, pendekatan komunikasi dua arah simetris dari Grunig juga terlihat dalam praktik PMI yang mendorong terjadinya pertukaran informasi yang adil dan terbuka antara lembaga dan publiknya. Humas PMI tidak hanya berbicara kepada masyarakat, tetapi juga mendengarkan dan merespons kebutuhan serta kekhawatiran mereka secara aktif.

Dengan demikian, komunikasi strategis yang dibangun oleh Humas PMI Kabupaten Jember bukan sekadar instrumen penyuluhan, tetapi telah berkembang menjadi mekanisme sosial yang memperkuat solidaritas, menumbuhkan budaya donor darah sebagai bagian dari gaya hidup, dan mendukung ketahanan sistem kesehatan lokal. Keberhasilan pendekatan ini menjadi bukti bahwa komunikasi yang dijalankan dengan empati, partisipasi, dan komitmen dapat menghasilkan perubahan sosial yang nyata di tengah masyarakat.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, B. P. D. (2018). Peran Humas Ombudsman Republik Indonesia Dalam Mensosialisasikan Layanan Aspirasi Pengaduan Praktik Maladministrasi. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 6.
- Bogdan, R. C., & Taylor, S. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Terjemahan oleh Lexy J. Moleong. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations* (9th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- DNS Marchamah, R. D. C. L. E. A. (2023). Peningkatan Kesadaran Donor Darah Bagi Masyarakat Sebagai Gaya Hidup Untuk Mewujudkan Generasi Sehat. *ALAMTANA: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 4(3), 317–325.
- Firmansyah, R. (2019). Pendekatan Komunikasi Interpersonal dalam Sosialisasi Donor Darah. *Jurnal Penelitian Kesehatan*, 7(3), 33–44.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Herial, V. (2022). Strategi Humas Pondok Pesantren Sumatera Thawalib Parabek Dalam Mensosialisasikan Program Unggulan Melalui Media Sosial Instagram. In *Universitas Islam Negeri Jakarta* (Vol. 33, Issue 1).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). California: Sage Publications.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century* (6th ed.). New York: Routledge.
- Rahman, M. S., Tarring, A. D., & Dj, R. (2023). Berbagi Hidup, Berbagi Darah: Pengalaman Bakti Sosial Donor Darah. *Amsir Community Service Journal*, 1(2), 101–104. <https://doi.org/10.62861/acsj.v1i2.338>
- Scott M. Cutlip, Allen H. Center, G. M. B. (2009). *Effective Public Relations*. Kencana.
- Sofian, F., & Abidin, S. (2024). Strategi Public Relation Dalam Mempertahankan Citra Positif Hotel Swis-Bell Harbour Bay Dikota Batam Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol 6*(Vol. 6 No. 1 (2024): Scientia Journal).
- Sutrisna, M., Hasymi, Y., Susanti, I., Utama, T. A., & Wati, M. (2023). Fasilitator dan Pendidikan Kesehatan Tentang Manfaat Donor Darah “Sehat dan Selamatkan Jiwa”. *Community Development Journal*, 4(5), 9802–9806.
- Saraswati, D. (2020). Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Donor Darah. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 5(2), 115–128.
- Widodo, A. (2021). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Donor Darah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 42–56.