



**STRATEGI KOMUNIKASI PEREKRUTAN DAN  
PELESTARIAN DONOR DARAH SUKARELA (PPDDS) PMI  
KOTA TANGERANG DALAM KEGIATAN SOSIALISASI  
DONOR DARAH DI MASA PANDEMI**

**SKRIPSI**

**Nama : CHRISTIAN APRIYADI**

**NIM : 20170400002**

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**2021**



**STRATEGI KOMUNIKASI PEREKRUTAN DAN  
PELESTARIAN DONOR DARAH SUKARELA (PPDDS) PMI  
KOTA TANGERANG DALAM KEGIATAN SOSIALISASI  
DONOR DARAH DI MASA PANDEMI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Nama : CHRISTIAN APRIYADI**

**NIM : 20170400002**

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**2021**



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Perekrutan Dan Pelestarian Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi.

Nama : Christian Apriyadi

NIM : 20170400002

Fakultas : Fakultas Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas akhir ini telah disetujui pada tanggal 10 Agustus 2021.

Tangerang, 11 Agustus 2021

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.I.Kom**

NIDN.0401018307

Dosen Pembimbing

**Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.I.Kom**

NIDN. 0401018307



## SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galuh Kusuma Hapsari.,S.Si.,M.IKom

Jabatan : Ketua Pogram Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan Bahwa

Nama : Christian Apriyadi

NIM : 20170400002

Fakultas : Fakultas Sosial & Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Perekrutan Dan Pelestarian Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi.

Tangerang, 11 Agustus 2021

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

**Galuh Kusuma Hapsari.,S.Si.,M.I.Kom**

**Galuh KusumaHapsari.,S.Si.,M.I.Kom**

NIDN.0401018307

NIDN. 0401018307



## LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Tugas Akhir** : Strategi Komunikasi Perekrutan Dan Pelestarian Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi.

**Nama** : Christian Apriyadi  
**NIM** : 20170400002  
**Fakultas** : Fakultas Sosial & Humaniora  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi

Tugas akhir ini telah disetujui pada tanggal 7 September 2021.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari.,S.Si.,M.I.Kom

Galuh KusumaHapsari.,S.Si.,M.I.Kom

NIDN.0401018307

NIDN. 0401018307



## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Christian Apriyadi  
NIM : 20170400002  
Fakultas : Fakultas Sosial & Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Perekrutan Dan Pelestarian Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi.

Telah berhasil dipertahankan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.

### Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji : PC Sudarmadi, S.Pd., SP.I.  
NIDN.0419055702
2. Penguji 1 : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.IKom  
NIDN.0310048205
3. Penguji 2 : Suryadi Wardiana, S.I.Kom., M.IKom  
NIDN.0411118205

Tanda Tangan

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora  
Universitas Buddhi Dharma

Dr. Lilie Suratminto, M.A  
NIDN.8875430017

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, dan dari semua sumber baik yang dikutip, maupun yang telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Christian Apriyadi

NIM : 20170400002

Tanda Tangan :



Tanggal : 16 Agustus 2021



## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana Strategi Komunikasi dari divisi Perekrutan Dan Pelestarian Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi. Penelitian ini dilakukan atas dasar masalah kekurangan stok darah di masa pandemi *covid-19*. PMI Kota Tangerang banyak melakukan kegiatan donor darah dengan tujuan untuk memenuhi ketersediaan stok darah di markas UDD PMI Kota Tangerang serta bagaimana PPDDS PMI Kota Tangerang melakukan berbagai jenis strategi komunikasinya dengan masyarakat khususnya di wilayah Kota Tangerang dan sekitarnya. Dalam hal ini penulis melakukan pendekatan kualitatif deskriptif karena penulis ingin mendeskripsikan realitas keadaan yang terjadi di PMI Kota Tangerang serta upaya-upaya dalam melestarikan pendonor darah di masa *covid-19*, terutama dalam segi kegiatan donor darah *PRC/WB/Konvalesen* yang dikatakan mengalami kekurangan stok darah. Hasil Penelitian mengungkapkan bahwa PPDDS PMI Kota Tangerang telah melakukan beberapa strategi Komunikasi, Dari ketiga jenis strategi yang dilakukan oleh pihak PPDDS PMI Kota Tangerang hanya terdapat 1 (satu) jenis yang tidak dapat diterapkan dan dilaksanakan oleh PPDDS PMI yaitu strategi persuasif. Ini disebabkan karena untuk dapat melakukan donor darah harus berdasarkan kesukarelaan tanpa adanya tahap membujuk bahkan hingga mempengaruhi alam bawah sadar berupa pikiran maupun perasaan dari calon pendonor darah. dalam konsep AIDDA PPDDS PMI Kota Tangerang mengharapkan terjadinya peningkatan dalam proses melakukan kegiatan donor darah yang nantinya akan berdampak kepada ketersediaan kantong darah yang dapat terpenuhi kembali setiap tipe golongan darah yang terdapat di bank darah PMI Kota Tangerang.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi, PMI Kota Tangerang, AIDDA**



## ABSTRACT

*This study discusses how the Communication Strategy of the Division of Recruitment and Preservation of Voluntary Blood Donors (PPDDS) of PMI Tangerang City in the Dissemination of Blood Donors during the Pandemic Period. This research was conducted on the basis of the problem of lack of blood stock during the COVID-19 pandemic. PMI Tangerang City conducts a lot of blood donation activities with the aim of meeting the availability of blood stocks at the Tangerang City PMI UDD headquarters and how the Tangerang City PMI PPDDS implements various types of communication strategies with the community, especially in the Tangerang City and surrounding areas. In this case the author takes a descriptive qualitative approach because the author wants to describe the reality of the situation that occurred at PMI Tangerang City as well as the efforts to preserve blood donors during the Covid-19 period, especially in terms of PRC/WB/Convalesen blood donor activities which are said to be experiencing a shortage of stock. blood. The results of the study reveal that the Tangerang City PMI PPDDS has carried out several communication strategies. Of the three types of strategies carried out by the Tangerang City PMI PPDDS, there is only 1 (one) type that cannot be implemented and implemented by PMI PPDDS, namely a persuasive strategy. This is because to be able to donate blood, it must be based on volunteerism without any stage of persuading and even influencing the subconscious in the form of thoughts and feelings of prospective blood donors. In the AIDDA PPDDS concept, PMI Tangerang City expects an increase in the process of carrying out blood donation activities which will have an impact on the availability of blood bags that can be filled again for every type of blood group found in the Tangerang City PMI blood bank.*

**Keywords:** *Communication Strategy, PMI Tangerang City, AIDDA*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, kasih dan karunia-Nya, penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Perekrutan Dan Pelestarian Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah di Masa Pandemi”**. Dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu sesuai dengan yang telah ditentukan.

Penelitian ini dimaksudkan sebagai sebuah persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora. Penulis menyadari tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari semua pihak. Untuk itulah penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang mendukung, diantaranya:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan penulis begitu banyak kesempatan, kekuatan dan pertolongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Sofian Sugioko (Alm), MM, CPMA, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
3. Dr. Lilie Suratminto, M.A., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.
4. Iwan (Alm), S.pd., MM., M.Pd., Wakil Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.
5. Ibu Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.Ikom, selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Universitas Buddhi Dharma. Terima kasih telah memberikan banyak arahan dan bimbingan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Buddhi Dharma.
6. Ibu Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.IKom yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi penulis hingga selesai.
7. Bapak Suryadi Wardiana, S.I.Kom., M.IKom yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi penulis sampai dengan selesai.

8. Kedua Orang Tua penulis, dan keluarga yang tiada henti memberikan doa dan support dan harapan kepada saya. Tak banyak kata yang dapat diungkapkan oleh penulis untuk menunjukkan tanda terima kasih kepada kalian, terima kasih atas doa, darah, keringat serta air mata yang telah diberikan. Ini merupakan sebuah hadiah dan sebuah persembahan dari saya anak terakhir dikeluarga ini kepada Papa, Mama, Cici. Hanya inilah yang dapat saya berikan untuk kalian semua.
9. Para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang selama 4 tahun telah memberikan penulis pengalaman belajar dan ilmu yang bermanfaat.
10. Ibu Marsha T'Sal dan Bapak Femy Luwita yang senantiasa memberikan informasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh Unit Donor Darah PMI Kota Tangerang.
11. Lenny Tanuwijaya yang sudah membantu saya dalam mengkoreksi penulisan serta memberikan support berupa motivasi.
12. Merlin Liung, Danu, Yelsie, Liberyo, Enjel, Jevon. Dan teman-teman lainnya. Yang sudah menjadi teman seperjuangan satu angkatan dan jurusan yang selalu ada dari awal masuk kuliah hingga masa Praktek Kerja Langsung dan sampai tugas akhir. Terima kasih atas persahabatan yang luar biasa serta dukungannya selama perkuliahan.
13. Semua Pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa akan membalaskan setiap kebaikan semua pihak yang telah membantu. Besar kiranya harapan penulis agar skripsi ini memberikan manfaat yang besar bagi siapapun yang membacanya, khususnya bagi mahasiswa yang menempuh Studi Ilmu Komunikasi akhir kata penulis ucapkan. Terima Kasih.

Tangerang, September 2021

Penulis

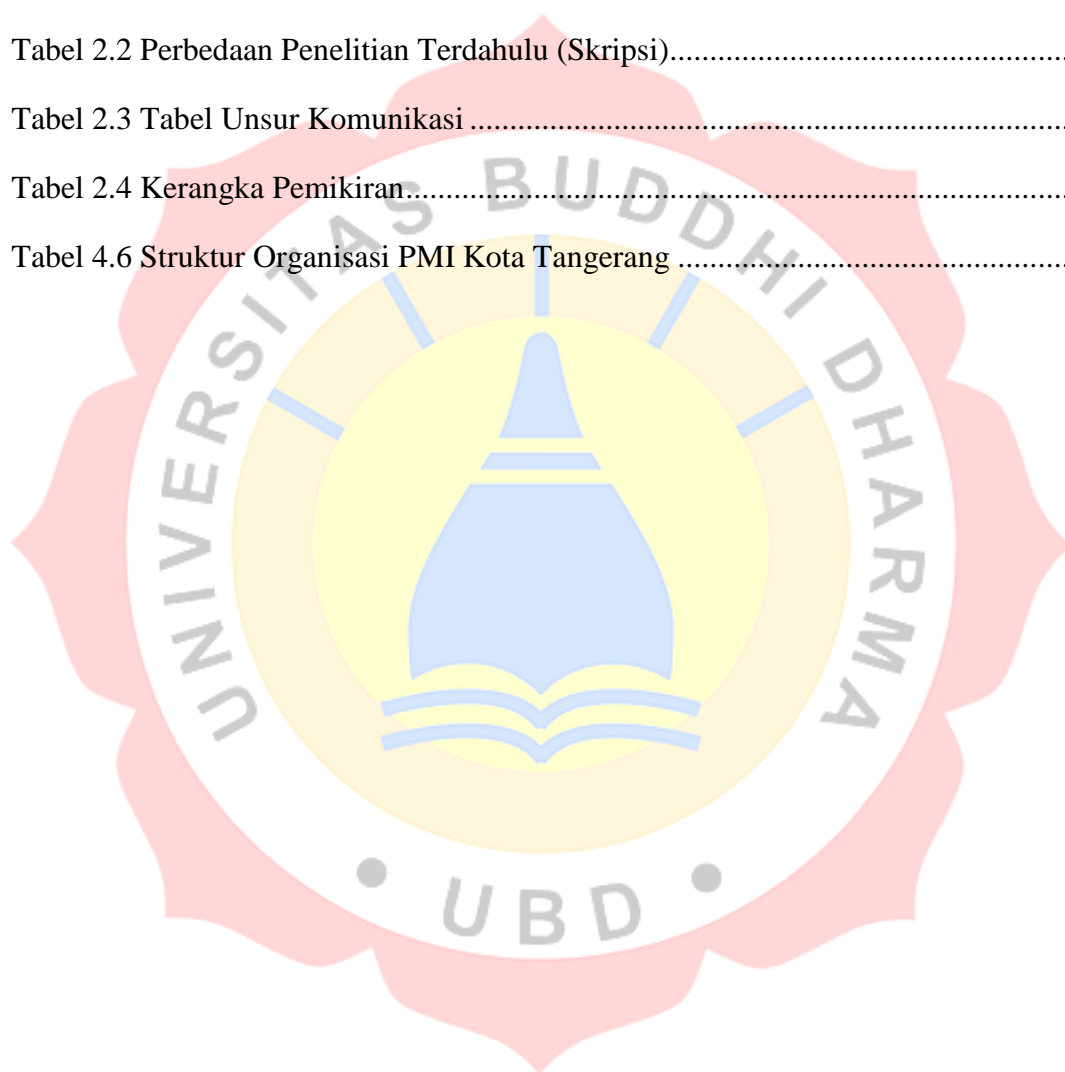
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PEROLEHAN GELAR</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Fokus Penelitian .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Kerangka Teoritis .....	13
2.2.1 Komunikasi .....	13
2.2.1.1 Unsur Komunikasi .....	14
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi .....	15
2.2.2 Strategi Komunikasi .....	16
2.2.2.1 Fungsi Strategi Komunikasi .....	18
2.2.2.2 Komponen Strategi Komunikasi .....	18
2.2.2.3 Jenis Strategi .....	20
2.3 Donor Darah .....	21

2.4 Donor Darah Plasma Konvalesen .....	22
2.5 Teori AIDDA .....	22
2.6 Kerangka Pemikiran .....	25
<b>BAB 3 METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Pendekatan Penelitian .....	27
3.3 Metode Penelitian.....	27
3.4 Subjek/Objek Penelitian.....	28
3.4.1 Subjek Penelitian.....	28
3.4.2 Objek Penelitian .....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.1 Data Primer .....	28
3.5.2 Data Sekunder .....	32
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	34
4.1.1 Profil Umum Palang Merah Indonesia.....	34
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi .....	42
4.2 Hasil Penelitian .....	43
4.3 Pembahasan.....	44
4.3.1 Strategi Komunikasi Perekrutan Dan Pelayanan Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi.....	47
A. Strategi Komunikasi Unit Donor Darah PMI Kota Tangerang.....	48
B. Hambatan Divisi PPDDS PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi covid-19 .....	50
4.3.2 Konsep AIDDA.....	52
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran.....	55
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>57</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>.....</b>

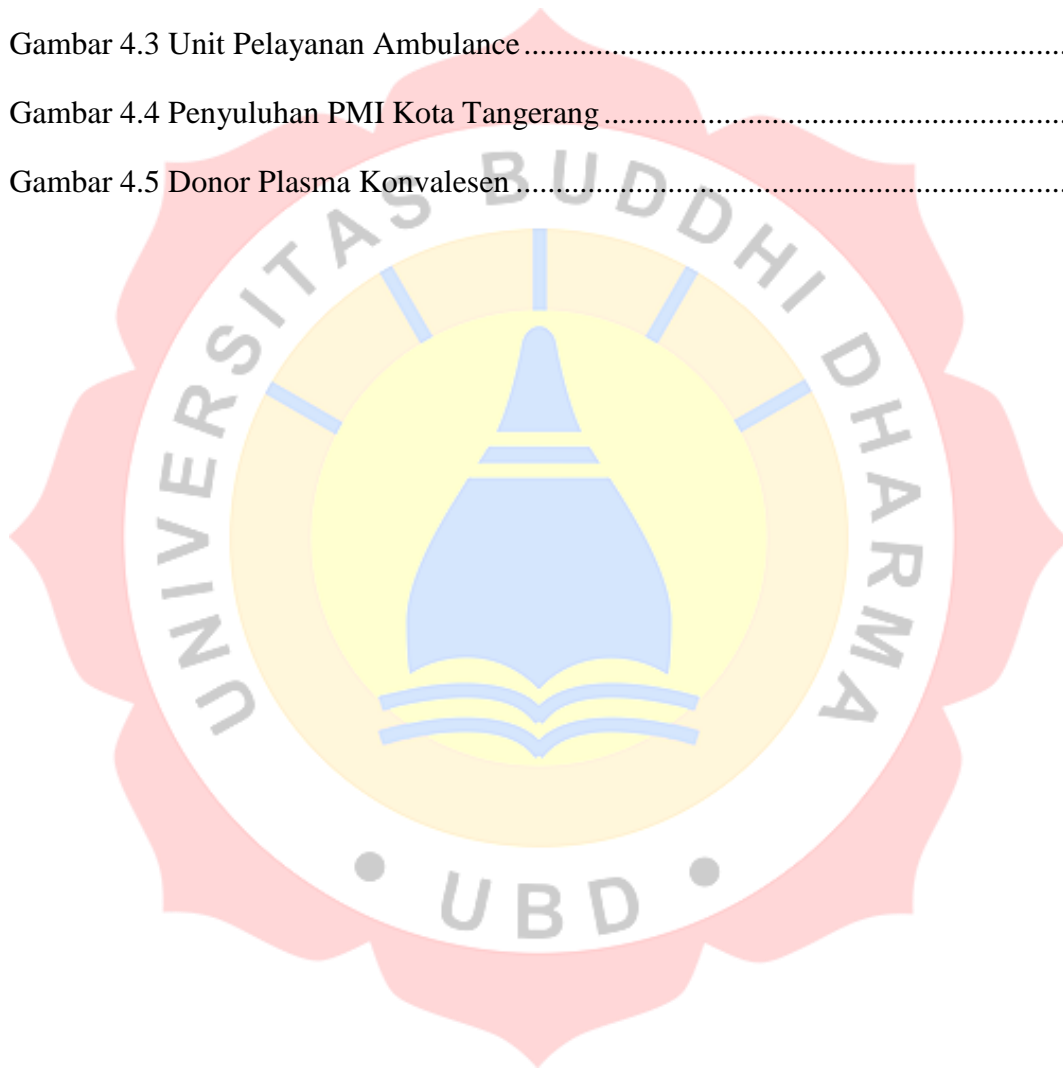
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Stok Darah PMI Kota Tangerang.....	2
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu (Skripsi).....	9
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu (Skripsi).....	11
Tabel 2.3 Tabel Unsur Komunikasi .....	14
Tabel 2.4 Kerangka Pemikiran.....	25
Tabel 4.6 Struktur Organisasi PMI Kota Tangerang .....	42



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Lambang Palang Merah Indonesia.....	39
Gambar 4.2 Instagram PMI Kota Tangerang.....	40
Gambar 4.3 Unit Pelayanan Ambulance.....	40
Gambar 4.4 Penyuluhan PMI Kota Tangerang.....	41
Gambar 4.5 Donor Plasma Konvalesen.....	41





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan hal penting dalam menjalankan kehidupan bagi manusia. Makin besar pergaulan maka semakin besar fungsi terkait peranan dan sebuah tanggung jawab sosial seseorang. Semakin banyak melakukan interaksi komunikasi, maka semakin berpengaruh juga terhadap karakter serta tingkah lakunya karena komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dapat berupa lambang-lambang, simbol yang memiliki arti dari makna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya dengan harapan mewujudkan kesamaan makna dan kebersamaan.

Saat ini kelangsungan hidup manusia mengalami gangguan akibat adanya penyebaran virus yang terjadi pada awal tahun 2020 yang berasal dari Negara Tiongkok yang bertepatan di provinsi Wuhan yang pertama terjangkit oleh virus yang memiliki julukan medis *Covid-19*. Dampak sosial yang terjadi dari penyebaran virus ini dimana organisasi Non Pemerintahan yaitu Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Tangerang dimana pada saat ini Mengalami penurunan ketersediaan kebutuhan kantong darah PRC (*Packed Red Cell*), TC (*Thrombocyte Concentrate*) dan WB (*Whole Blood*) di PMI Kota Tangerang mengalami kekurangan stok untuk setiap produknya termasuk Plasma Konvalesen, kekurangan stok darah ini ternyata berdampak pada penanganan medis yang terdapat di beberapa fasilitas kesehatan yang berada di Kota Tangerang. Untuk informasi ketersediaan kantong darah di PMI Kota Tangerang saat ini:

Goldar	WB	PRC	FFP	TC
A	0	14	16	-2
B	0	118	9	0
O	0	189	15	4

<b>AB</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>0</b>
-----------	----------	----------	-----------	----------

**Tabel. 1.1**  
Stok Darah PMI Kota Tangerang (07.09.21)

Kekurangan stok darah ini terjadi dikarenakan pada saat ini Indonesia khususnya pada Kota Tangerang sedang menghadapi pandemi *covid-19*. Sehingga banyak masyarakat Kota Tangerang yang tidak berani untuk melakukan donor darah dikarenakan takut akan adanya kerumunan ketika sedang melakukan kegiatan donor darah. Masalah ini jelas tidak dapat dibiarkan cukup lama dikarenakan jika terjadi terlalu lama kekurangan stok darah di PMI Kota Tangerang ini akan berdampak untuk semua masyarakat yang membutuhkan beberapa produk dari pengolahan darah ini.

Selain masalah Pandemi *Covid-19* yang tersebar di Tangerang Kota ini adanya masyarakat yang tidak dapat mendonorkan darahnya dikarenakan memiliki riwayat penyakit yang di deritanya sejak lama atau tidak masuk kategori untuk melakukan donor darah saat itu. Sebagai unit garda depan dari pelayanan Donor Darah tingkat nasional dalam hal ini Palang Merah Indonesia diminta untuk tetap memenuhi kebutuhan darah ketika masa pandemi ini masih berlangsung hingga sekarang, dimana untuk ketersediaan mengalami kekurangan stok darah.

Pelayanan darah digunakan untuk upaya dalam melakukan pelayanan kesehatan yang akan memanfaatkan darah manusia sebagai tujuan untuk kemanusiaan dan tidak untuk dipergunakan dalam bentuk diperjual-belikan (komersil). Hal ini diperjelas dalam Peraturan Pemerintah No.7/2011 tentang pelayanan darah yang menyebutkan bahwasanya kegiatan donor darah serta pengelolaan hanya dapat dilakukan oleh Unit Donor Darah (UDD) dalam hal ini tertuju kepada organisasi sosial yaitu Palang Merah Indonesia (PMI).

Pada saat ini PMI Kota Tangerang menerapkan beberapa protokol kesehatan sebagai syarat umum untuk memasuki area kantor PMI Kota Tangerang diantaranya adalah: 1) Pengunjung wajib menggunakan masker, 2) Pengunjung dan staff PMI harus mencuci tangan dan menggunakan hand sinitizer sebelum

masuk ke area PMI 3) Pengunjung dan staff PMI wajib cek suhu tubuh oleh petugas resepsionis serta menjaga jarak minimal 1 meter.

Selain itu kegiatan lain yang dilakukan PPDDS (Perekutan dan Pelestarian Donor Darah Sukarela) PMI cabang Unit Kota Tangerang melakukan kegiatan Donor Plasma darah pasien sembuh dari terjangkitnya *Covid-19* dengan tujuan sebagai alternatif penyembuhan. Diketahui bahwa zat antibodi yang berada pada plasma darah pasien *Covid-19* turut membantu dalam menetralkan virus yang ada didalam tubuh manusia. Sehingga cara ini dianggap cukup efektif. Namun kegiatan donor Plasma darah ini tidak sama seperti Kegiatan Donor Darah PRC, TC dan WB yang biasa dilakukan oleh masyarakat, pendonor Plasma harus merupakan seorang pasien yang telah dinyatakan sembuh dari *Covid-19* dan telah dinyatakan layak donor setelah melaksanakan uji klinis oleh petugas PMI Kota Tangerang. Mengetahui masih kurangnya kesadaran akan program Donor Plasma ini Humas serta divisi P2D2S PMI Kota Tangerang melakukan strategi komunikasi persuasi yang efektif untuk mengundang masyarakat khususnya yang sudah pernah terinfeksi *Covid-19* untuk ikut serta dalam donor plasma *Konvalesen*.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya selalu menjaga diri agar terhindar dari penyebaran virus covid-19 tidak lepas dari peran pemerintah Kota Tangerang yang melalui organisasi Non Pemerintahan yaitu PMI Kota Tangerang untuk memberantas dan mempersempit penyebaran virus corona di wilayah Tangerang dengan melaksanakan penerapan protokol kesehatan dalam kehidupan keseharian masih terbilang kurang dan belum banyak yang memahami betapa berbahayanya pandemi *covid-19* saat ini.

Untuk dapat mencapai kebutuhan ketersediaan darah selama pandemi *Covid-19*, PMI Kota Tangerang terus melakukan kegiatan kemanusiaan donor darah agar mendapatkan calon pendonor baru disetiap tempat, selain itu penyediaan jejaring antar UDD PMI di seluruh cabang unit di Indonesia serta jejaring kerjasama dengan PMI dengan rumah sakit.

Pada divisi Penanggulangan Bencana PMI Kota Tangerang menyiapkan beberapa kegiatan yang akan dijalankan khususnya di Tangerang kota ini seperti

melakukan kegiatan penyemprotan cairan disinfektan yang akan dilakukan oleh Gunner PMI dengan menggunakan kendaraan berjenis truk dan bentor, pendistribusian cairan disinfektan kesetiap kecamatan dan kelurahan untuk didaerah sekitarnya serta memberikan sosialisasi kepada masyarakat sekitaran PMI Kota Tangerang atau kepada masyarakat umum yang dilakukan oleh Korps Sukarela PMI Kota Tangerang.

Menurut Effendy dalam buku yang berjudul “Dimensi-dimensi Komunikasi”, Strategi Komunikasi diartikan sebuah Kegiatan dari berawalnya sebuah perencanaan komunikasi untuk dapat mencapai tujuan. Dan untuk dapat mencapai tujuan itu sebuah strategi komunikasi harus bersifat fleksibel karena secara taktis pendekatan yang dilakukan akan berubah sewaktu-waktu tergantung dari situasinya (2018:05).<sup>1</sup>

Maka berdasarkan pemaparan fenomena yang penulis jabarkan, penulis memilih PMI Kota Tangerang sebagai objek untuk penelitian, dengan maksud untuk dapat mengetahui bagaimana strategi komunikasi dalam kegiatan sosialisasi donor darah di masa pandemi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari pemaparan penulis diatas, maka dapat dirumuskan masalah **“Bagaimana Strategi Komunikasi PPDDS PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi Covid-19”**.

## **1.3 Fokus Penelitian**

Fokus yang terdapat di dalam penelitian adalah *“Strategi Komunikasi PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi Covid-19”*. Yang merupakan objek utamanya adalah Unit Donor Darah PMI Kota Tangerang.

---

<sup>1</sup> Suryadi, Strategi Komunikasi (Sebuah analisis teori dan praktis di era Global)... Loc.Cit., Hlm..05-06

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya. Maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk ”Strategi Komunikasi PPDDS PMI Kota Tangerang dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah Di Masa Pandemi *Covid-19*”.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik untuk seluruh pihak terkait, diantaranya terdapat 2 (dua) manfaat penelitian yaitu:

1. **Aspek Teoretis**

Manfaat secara teoritis penelitian ini akan berguna untuk menambah literatur penelitian kualitatif serta diharapkan dapat memberikan perkembangan dalam kajian Ilmu Komunikasi pada umumnya, dan khususnya tentang strategi Komunikasi.

2. **Aspek Praktik**

- a. **Bagi Peneliti**

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk peneliti dalam menambah ilmu pengetahuan serta wawasan dalam bidang *Public Relation (PR)/* Kehumasan yang diterapkan oleh PMI Unit Kota Tangerang untuk menambah pengalaman dan juga mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari pada saat menempuh *Corporate and marketing communication* kedalam bentuk penelitian.

- b. **Bagi PMI Kota Tangerang**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan dan masukan mengenai perkembangan PMI Kota Tangerang dalam membangun sebuah strategi serta evaluasi kinerja untuk lebih baik lagi dalam melayani dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Penelitian Terdahulu**

Dalam melakukan penulisan skripsi ini peneliti menggunakan informasi yang bersumber dari peneliti terdahulu yang lebih awal melakukan penelitian terkait sebagai bentuk perbandingan, agar dapat mengetahui kelebihan serta kekurangan yang telah ada sebelumnya. Selain itu peneliti juga melakukan penggalian informasi yang di ambil melalui referensi buku, jurnal dan skripsi dengan maksud untuk mendapatkan informasi terkait penelitian dan teori yang berkesinambungan dengan judul yang digunakan untuk mendapatkan teori ilmiah.

Dalam penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian sejenis berupa **Skripsi** mengenai Strategi Komunikasi Palang merah Indonesia yaitu sebagai Berikut :

**Pertama**, Skripsi Bagus Wijanarko, mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2013 dengan judul “**Strategi Komunikasi Humas PMI Kabupaten Blora (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasi Humas PMI Kabupaten Blora untuk meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Melakukan Donor Darah)**”

**Hasil penelitian** ini membahas tentang strategi komunikasi PMI Kota Blora dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjadi pendonor sukarela kegiatan ini dilakukan agar ketersediaan darah di di Unit Donor Darah tetap stabil, pada strategi ini Humas PMI Blora mengaplikasikan kegiatan penyuluhan kepada masyarakat. **Metode Kualitatif deskriptif** dilakukan dengan menggunakan teknis wawancara, observasi, studi dokumentasi, setelah semua data berhasil dikumpulkan maka akan dibahas dan diolah dalam pembahasan yang kemudian akan dibuatkan kesimpulan terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh PMI Unit Blora dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat akan kesadaran dalam melakukan kegiatan donor darah dengan menggunakan penyuluhan, publikasi promosi dan peran dari P2D2S dari kegiatan strategi tersebut. yang akan



membuahkan hasil terhadap ketersediaan darah serta PMI Unit Blora yang mendapatkan respon positif dari masyarakat yang akan mulai mengetahui peran dari Unit Donor Darah

**Kedua**, Skripsi Lilis Farinda. Mahasiwi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh tahun 2018 dengan judul **“Strategi Komunikasi Relawan Palang Merah Indonesia Kabupaten Nagan Raya Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Mendonor Darah”**. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan **metode kualitatif deskriptif** metode ini berlandaskan dengan paradigma *postpositivisme* (kebenaran yang didapat dari adanya interaksi dengan objek yang diteliti tanpa membuat sebuah jarak).

**Hasil dari penelitian** ini membahas bagaimana peran relawan PMI Nagan Raya dalam memberikan edukasi kepada masyarakat terkait upaya dalam mendonor darah. strategi yang dilakukan oleh PMI Nagan Raya untuk mempromosikan donor darah kepada masyarakat adalah dengan menggunakan: (1) Sosialisasi yang diterapkan oleh PMI adalah masih dengan melakukan kegiatan donor darah dengan mengandalkan kegiatan di hari besar seperti hari raya kemerdekaan Republik Indonesia tanggal 17 Agustus dan kegiatan lainnya serta melakukan kerjasama dengan instansi dan swasta untuk mengadakan acara kegiatan donor darah yang diikuti sertakan oleh semua karyawan perusahaan tersebut. Kemudian calon relawan baru yang ingin bergabung kedalam organisasi PMI Kabupaten Nagan Raya harus sudah siap untuk medonorkan darahnya. (2) Media, PMI Nagan Raya bekerjasama dengan Radio Antar Penduduk Indonesia (RAPI) dengan harapan pihak RAPI dapat membantu melakuakn pencarian pendonor darah yang bisa mendonorkan darahnya ketika sedang dibutuhkan oleh masyarakat Kabupaten Nagan Raya. (3) *Whatsapp* & Telepon. *Whatsapp* berguna untuk PMI Nagan Raya untuk menyebarkan informasi atau penyebaran update tentang donor darah yang ada di grup *whatsapp* tersebut yang nantinya disebar oelh anggota relawan, teman-teman kenalan atau masyarakat yang ada didalam grup tersebut untuk memudahkan dan mempercepat mendapatkan transfusi darah secepatnya. Sedangkan telepon digunakan untuk mem *follow up* masyarakat yang



pernah melakukan donor darah untuk kembali melakukan transfuse darah segera atau masyarakat yang ingin mendonorkan darahnya secara sukarela, karena kantor PMI tidak punya *call center* maka untuk memudahkan masyarakat meminta bantuan akan ketersediaan darah, keluarga pasien atau masyarakat yang membutuhkan segera mencari nomor telepon salah satu pihak PMI.



**Tabel 2.1**

**TINJAUAN PENELITIAN SEJENIS TERDAHULU DENGAN YANG DILAKUKAN  
(Skripsi)**

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Strategi Komunikasi Humas PMI Kabupaten Blora (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasi Humas PMI Kabupaten Blora untuk meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Melakukan Donor Darah</b>	<b>Strategi Komunikasi Relawan Palang Merah Indonesia Kabupaten Nagan Raya Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Mendonorkan darah.</b>
<b>Peneliti</b>	Bagus Wijanarko	Lilis Farinda
<b>Lembaga dan Tahun</b>	Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2013	Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh 2018
<b>Masalah Penelitian</b>	Apa Strategi Komunikasi Humas PMI Kabupaten Blora (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasi Humas PMI Kabupaten Blora untuk meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Melakukan Donor Darah)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana strategi komunikasi relawan PMI Kabupaten Nagan Raya dalam upaya mengajak masyarakat untuk melakukan donor darah</li> <li>2. Bagaimana upaya relawan PMI Kabupaten Nagan Raya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah.</li> </ol>
<b>Tujuan Penelitian</b>	Penelitian ini dilakukan kepada PMI Kota Blora Karena masih banyaknya masyarakat yang kurang mengetahui dengan baik tujuan dari donor darah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengetahui bagaimana upaya relawan PMI Kabupaten Nagan Raya Meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah</li> <li>2. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi relawan PMI Kabupaten Nagan Raya dalam upaya mengajak masyarakat untuk melakukan donor darah.</li> </ol>
<b>Metode Penelitian</b>	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif	Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif metode ini berlandaskan dengan paradigma <i>postpositivisme</i> (kebenaran yang didapat dari adanya interaksi dengan objek yang diteliti tanpa membuat sebuah jarak).

<p><b>Hasil Penelitian</b></p>	<p>Strategi yang diterapkan oleh Unit PMI Blora cukup membuahkan hasil dengan melakukan program seperti memanfaatkan media radio, facebook, blog dan website yang mendapatkan respon baik dari seluruh masyarakat akan adanya kegiatan donor darah, terlihat dari adanya peningkatan pada kegiatan donor yang diadakan setiap waktu di UDD PMI Blora</p>	<p>Strategi yang diterapkan oleh PMI Nagan Raya untuk mempromosikan donor darah adalah melakukan sosialisasi dengan pihak instansi pemerintahan dan swasta untuk mengarahkan seluruh karyawannya agar berkesempatan melakukan kegiatan donor darah.</p> <p>(2) Media yang bekerjasama dengan PMI Kabupaten Nagan Raya adalah Rdio antar penduduk Indonesia (RAPI) yang akan bertugas membantu masyarakat yang membutuhkan segera suplay trasnfusi darah yang dibutuhkan oleh masyarakat.</p> <p>(3) Whatsapp, digunakan untuk melakukan penyebaran berita atau informasi terkait stok darah agar yang membutuhkan segera mendapatkan dan memudahkan dalam mempercepat mendapatkan kantong darah</p> <p>(4) Telepon, digunakan untuk melakukan follow up untuk segera menghubungi calon pendonor darah yang berminat untuk mendonorkan darahnya. Karena kantor PMI belum memiliki <i>call center</i> maka keluarga pasien yang membutuhkan kantong darah akan meminta bantuan da menginformasikan mereka membutuhkan darah kepada relawan yang mempunyai nomor telepon kantor PMI.</p>
--------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabel 2.2

**PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN SEKARANG  
(Skripsi)**

No	Peneliti	Sumber	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Bagus Wijanarko	Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2013	<b>Strategi Komunikasi Humas PMI Kabupaten Blora (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasi Humas PMI Kabupaten Blora untuk meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Melakukan Donor Darah</b>	metode kualitatif deskriptif	Strategi yang diterapkan oleh Unit PMI Blora cukup membuahkan hasil dengan melakukan program seperti memanfaatkan media radio, facebook, blog dan website yang mendapatkan respon baik dari seluruh masyarakat akan adanya kegiatan donor darah, terlihat dari adanya peningkatan pada kegiatan donor yang diadakan setiap waktu di UDD PMI Blora	Penelitian ini bertujuan dalam melihat komunikasi yang dijalankan oleh HUMAS PMI Blora untuk meningkatkan Kesadaran untuk donor darah dengan menggunakan komunikasi persuasi.	Penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

No	Peneliti	Sumber	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
2	Lilis Farinda	Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh 2018.	<b>Strategi Komunikasi Relawan Palang Merah Indonesia Kabupaten Nagan Raya Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Mendonorkan darah.</b>	metode kualitatif deskriptif	<p>Strategi yang diterapkan oleh PMI Nagan Raya untuk mempromosikan donor darah adalah melakukan sosialisasi dengan pihak instansi pemerintahan dan swasta untuk mengarahkan seluruh karyawannya agar berkesempatan melakukan kegiatan donor darah.</p> <p>(2) Media yang bekerjasama dengan PMI Kabupaten Nagan Raya adalah Rdio antar penduduk Indonesia (RAPI) yang akan bertugas membantu masyarakat yang membutuhkan segera suplay trasnfusi darah yang dibutuhkan oleh masyarakat.</p> <p>(3) Whatsapp, digunakan untuk melakukan penyebaran berita atau informasi terkait stok darah agar yang membutuhkan segera mendapatkan dan memudahkan dalam mempercepat mendapatkan kantong darah</p> <p>(4) Telepon, digunakan untuk melakukan follow up untuk segera menghubungi calon pendonor darah yang berminat mendonorkan darahnya. Karena kantor PMI belum memiliki <i>call center</i> maka keluarga pasien yang membutuhkan kantong darah akan meminta bantuan da menginformasikan mereka membutuhkan darah kepada relawan yang mempunyai nomor telepon kantor PMI.</p>	<p>Penelitian ini dilakukan sebagai upaya mengetahui strategi yang digunakan oleh PMI Nagan Raya beserta KSR PMI untuk meningkatkan kesadaran akan donor darah untuk masyarakat</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesamaan dalam dalam melakukan sebuah penelitian, sama-sama meneliti strategi Komunikasi PMI untuk meningkatkan kesadaran akan kegiatan sosial kepada masyarakat.</p>

## 2.2 Kerangka Teoritis

### 2.2.1 Komunikasi

Ilmu Komunikasi berasal dari dua suku kata. “Ilmu” dan “Komunikasi”. Kata “Ilmu” memiliki arti yaitu kumpulan dari sebuah pengetahuan dan “Komunikasi” yaitu “sebuah proses timbal balik antara kumpulan lambang yang memiliki makna untuk seseorang”. Dapat diartikan bahwa Ilmu Komunikasi adalah pengetahuan tentang tata cara dalam berkomunikasi sehingga akan mewujudkan tujuan timbal balik yang diharapkan.

Carl I. Hovland memberikan pendapatnya bahwa Ilmu Komunikasi merupakan “*a systematic attempt to formulate in rigorous fashion the principles by which information is transmitted and opinions and attitudes are formed*”. Artinya adalah “Usaha yang sistematis untuk merumuskan secara baik suatu prinsip yang ditransmisikan dalam menyebarkan opini atau informasi, sikap dan pendapat”.

Laswell (1960)<sup>2</sup> menyatakan bahwa komunikasi sebenarnya adalah proses untuk menjelaskan “siapa”, “mengatakan apa”, “dengan saluran apa”, “kepada siapa” dan “dengan akibat atau hasil apa” (*who? say what? In which channel? to whom? With what effect?*).

Sebagai Ilmu Murni maka kajian yang terdapat pada sebuah ilmu komunikasi bersifat universal yang artinya dimanapun ilmu ini di jadikan sebagai acuan dalam membuat sebuah kajian teoritis akan memunculkan karakter sesuai dengan ilmu murni ini berada. Sebagai ilmu terapan maka ilmu Komunikasi akan menampakkan perbedaan dari setiap karakter sesuai dengan terapan ilmu tersebut yang berada tepat di dunia nyata.

Sebuah ilmu komunikasi dapat berjalan lancar secara efektif apabila terdapat sebuah kesamaan dari sebuah objek yang akan dibicarakan pada saat komunikasi berlangsung, pada saat komunikator akan memberikan sebuah pernyataan topik kepada komunikan. Contoh: X memulai percakapan dengan Y

---

<sup>2</sup> Hj. Roudhonah Ilmu Komunikasi...Loc.Cit., hlm. 23.  
Op.cit., 28.

melalui tatap muka. X disini berperan sebagai komunikator dan Y adalah komunikan dan pertemuan taatap muka adalah cara untuk X dan Y berkomunikasi. Dengan harapan komunikasi yang berlangsung antara X yang menyampaikan pesan dan Y sebagai objek untuk berkomunikasi akan memiliki respon yang disampaikan sesuai dengan keinginan si X. sehingga akan memunculkan hasil dari keduanya.

### 2.2.1.1 Unsur Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya memiliki dasar pada proses penyampaian dari seseorang ke seseorang lainnya dengan menggunakan *symbol*. Simbol dapat berupa bahasa lisan dan tulisan dapat berupa isyarat, kiat, Signal, gambar dan warna atau lainnya yang dapat berhubungan langsung dengan komunikasi. Berdasarkan pengertian singkat unsur sebuah komunikasi dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki beberapa unsur diantaranya:



**Tabel 2.3**  
Unsur Komunikasi

a. Sumber

Sesuatu yang berada dalam pikiran seseorang, baik berupa ide atau sebuah kejadian yang itu semua berasal dari persepsi atau dapat disimpulkan bahwa sumber adalah seseorang yang akan memberikan informasi atau yang mengirimkan pesan kepada komunikan.

b. Komunikator

Adalah orang yang sedari awal memberikan gagasan atau informasi berupa pesan untuk disampaikan kepada komunikan dalam memulai percakapan, agar komunikan dapat memahami isi dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.



c. Pesan

Dalam komunikasi pesan diartikan sebagai isi dari sebuah kata-kata, atau penafsiran sebuah lambang yang akan disampaikan. Dengan kata lain pesan dapat berupa pernyataan yang segera disampaikan. Pesan juga dapat berbentuk (Verbal) atau (non verbal).<sup>3</sup>

d. Komunikan

Seseorang yang menjadi lawan bicara dari komunikator dalam menyampaikan sebuah pesan. Istilah lain dari komunikator adalah ia merupakan sasaran.

e. Pencapaian Tujuan

Merupakan tujuan untuk tercapainya proses Komunikasi.

f. Efek

Rasa perbedaan yang dapat dirasakan oleh penerima pesan setelah mendapatkan sebuah informasi yang ia terima, efek dapat dirasakan melalui sikap atau emosional. Dengan kata lain efek akan menimbulkan dampak dari suatu pengaruh yang terjadi pada saat komunikasi berlangsung.

g. *Feed Back*

Feed back dapat berupa sebuah reaksi atau umpan balik yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan pada saat komunikasi melalui visualisasi verbal berhasil disampaikan sehingga mendapatkan efek dari pesan yang disampaikan.

### 2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Terdapat beberapa pengetahuan ilmu komunikasi tentang fungsi dari komunikasi, peneliti memilih fungsi Komunikasi (Effendy 2003:55), sebagai berikut:

1. *Mass Information*

Sebuah informasi berguna untuk proses penyampaian dan penerimaan sebuah pesan yang berisi berita yang diketahui oleh orang lain, tanpa adanya informasi maka tidak akan ada pesan yang tersampaikan oleh calon penerima

---

<sup>3</sup> Loc.Cit., hlm. 56. (Cangara, 2017:36-38)

## 2. *Mass Education*

Untuk tujuan kepentingan pendidikan/pembelajaran untuk memberikan edukasi kepada seseorang atau kelompok agar dapat mengetahui dan memahami informasi. kegiatan edukasi dapat dijadikan 2 golongan. Pertama digunakan oleh tenaga pendidik untuk melakukan kegiatan belajar bersama murid kelasnya pada saat pelajaran berlangsung dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan muridnya terhadap materi yang dipelajari. Kedua dalam arti sempit edukasi dapat digunakan dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

## 3. *Mass Persuasion*

Dalam fungsi komunikasi persuasi ini digunakan untuk sebuah lembaga dalam melakukan pencarian dukungan, persuasi ini lebih banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam melakukan promosi agar dapat mempengaruhi calon pembeli dari produknya.

## 4. *Mass Entertainment*

Digunakan untuk keperluan *entertainment* untuk menghibur masyarakat, jenis *entertainment* ini dapat ditemukan pada saluran televisi atau platform media sosial, ataupun seseorang yang memiliki kemampuan untuk melakukan aksi menghibur agar dapat memberikan kebahagiaan dan menjauhkan masyarakat dari kejenuhan dalam sebuah penyampaian informasi.

### 2.2.2 Strategi Komunikasi

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*Stratos*” dengan arti “tentara” dan kata “*agein*” yang artinya pemimpin. Dengan kata lain strategi diartikan sebagai pemimpin tentara. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku berjudul dimensi-dimensi komunikasi menyatakan bahwa “.... Terdapat dua jenis dalam sebuah perencanaan yang terdapat pada sebuah strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan diantaranya adalah (*communication planning*) & (*Communication management*) strategi komunikasi harus mendapatkan perencanaan taktis agar dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan (1981:84).

Middelton dalam Cangara (2013:61) mendefinisikan bahwa strategi komunikasi memiliki sebuah kesatuan yang dapat menemukan kecocokan dengan semua elemen yang ada dalam ilmu komunikasi. Yang dapat dimulai dari seorang komunikator dalam menyampaikan pesan atau informasi yang akan berdampak pada terjadinya efek dari pesan yang disampaikan untuk menajapai tujuan komunikasi yang optimal.

Anwar Arifin (2018:05)<sup>4</sup> menyatakan Strategi Komunikasi dalam bukunya bahwa “Strategi merupakan cangkupan dari seluruh perencanaan keputusan tentang sebuah tindakan dalam mencapai suatu tindakan. Dengan demikian strategi komunikasi dapat diartikan sebagai bentuk dalam memperhitungkan suatu tindakan yang akan dihadapi ketika dimasa depan untuk sebuah pencapaian, selain itu Strategi dapat menciptakan perubahan pada diri khalayak secara cepat.

Dalam menjalankan strategi Komunikasi seluruh proses awal komunikasi harus di implementasikan agar proses komunikasi akan menjadi kesatuan pesan antara semua pihak yang terlibat. Kedua pihak yang memiliki ide atau sebuah gagasan akan saling menukarkan pengetahuannya, karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat.

Menurut M. Dallas Burnett, R. Wayne Pace, dan Brent D. Peterson<sup>5</sup> menyatakan dalam bukunya yang berjudul “*techniques frii effective Communication*) memiliki 3 (tiga) tujuan (Effendy, 2017:32).

1. *To secure understanding*: digunakan untuk proses memastikan akan pesan dapat dimengerti dan dipahami oleh penerima pesan sebagai objek komunikasi atau sumber.
2. *To Establishes acceptance*: tahap ini berjalan ketika proses edukasi kepada komunikasi pada saat penerimaan informasi dapat dipahami.
3. *To Motivated Action*: sebuah kegiatan yang dapat dilakukan pada saat perusahaan atau organisasi membutuhkan sebuah kegiatan yang berupa motivasi.

---

<sup>4</sup> Dr. Suryadi Edi, *Strategi Komunikasi...* Loc.cit., Hlm 05.

<sup>5</sup> Hj. Roudhonah, *Ilmu Komunikasi...* Loc.Cit., hlm. 63.

### 2.2.2.1 Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi memiliki fungsi dalam menjalankan sebuah proses perencanaan baik secara makro (Planned Multi-media strategy) atau mikro (Single Communication Medium Strategy) yang dipecah menjadi 2 (dua) pengertian yang dapat dipahami (Effendy, 1993:300)<sup>6</sup>:

1. untuk mendapatkan hasil yang sempurna dalam memulai sebuah strategi maka pesan yang berupa informasi dan instruktif harus segera disampaikan.
2. Memberikan arahan kepada media massa terhadap suatu fenomena yang bersifat memiliki kemudahan dalam mengakses dan memperoleh suatu informasi yang jika tidak semua unsur tersebut dengan mudah didapatkan, maka akan memberikan kesalahpahaman dalam sebuah nilai budaya.

### 2.2.2.2 Komponen Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi tidak luput dari adanya sebuah taktik yang digunakan agar semua strategi yang telah dilakukan dapat berjalan sesuai yang direncanakan, maka dari itu Cutlip (2007:392-407) memberikan sebuah stimulus. Berikut langkah tersebut:

#### a. Mengelola Pesan

Hal pertama yang diperhatikan adalah adanya bingkai pesan yang memiliki peran untuk mengetahui kebutuhan dan perhatian dari *audiens*. Bingkai pesan ini harus dibuat dengan sedemikian rupa dengan memperhatikan komponen seperti situasi, waktu, audien dan tempat.

#### b. Penafsiran Kata

Istilah lain dari arti kata adalah *Semantic*. Dalam komunikasi kita harus memahami arti dari sebuah kata yang di kelola agar mudah dipahami dalam menyampaikan isi dari pesan yang makna katanya diganti.

---

<sup>6</sup> (Effendy, 1993:300)<sup>6</sup>: (anon, 2015 *cap 25 komunikasi organisasi dan strategi komunikasi*)

c. Simbolisasi

Simbol sudah sejak lama digunakan dalam dunia komunikasi yang bertujuan untuk pesan dapat dipadatkan. Simbol juga dapat memberikan kesan dramatis dalam sebuah interaksi.

d. Rintangan dan stereotip

Lippman mengungkapkan bahwa setiap individu menetap didalam lingkungannya sendiri dengan sekatan dan banyaknya serbuan berita yang tiada hentinya dan akan terus berkembang dengan pesat, dengan segala macam rintangan dan perbedaan kosakata dan ras yang memiliki rintangan yang dapat menutup terjadinya interaksi komunikasi.

Dalam sebuah komunikasi dapat dikatakan tidak banyak terjadi kesulitan, namun masyarakat yang terbatas akan akses dari informasi pesan akan banyak menerima pesan informasi yang isinya akan membingungkan hal ini akan menimbulkan stereotip karena akses dalam kebenaran sebuah informasi masih terbatas.

e. Memasukkan semuanya ke dalam Kampanye

Hyman dan Sheatesley memiliki sebuah alasan kenapa banyak kampanye yang batal, berikut adalah urutannya.

1. Banyak orang yang memiliki sifat keras kepala dan sulit diajak berdiskusi, walaupun menggunakan media yang tepat namun mereka akan tetap mempertahankan prinsip keras kepalanya.
2. Yang memiliki informasi lebih banyak adalah mereka yang mendukung dan mempercayai organisasi tersebut.
3. Masyarakat akan mencari informasi yang mereka sukai dan meninggalkan informasi yang menurut mereka memiliki korelasi yang kurang tepat didalam isi dari informasi tersebut.
4. Perubahan pandangan akan mempengaruhi ketika mendapatkan informasi pesan.

f. Mengantarkan sebuah Pesan

Gagasan dan ide dibuat untuk memberikan informasi untuk audien dengan menggunakan media sosial serta komunikasi harus mendapatkan tempat

yang tepat agar informasi yang diberikan akan sesuai dengan sasaran yang ingin dituju.

g. Mempertimbangkan kembali proses

Pengirim, pesan dan tujuan atau penerima merupakan elemen yang ada dalam sebuah komunikasi, sebuah kegagalan dalam komunikasi dapat ditemukan dalam komponen tersebut, untuk tidak menimbulkan kegagalan dan *Feedback* maka seorang komunikator harus memiliki informasi yang akurat, serta komunikator harus memiliki kemampuan dalam menyampaikan pesan agar pesan yang disampaikan akan dipahami oleh komunikan yang menjadi subjek pembicaraan yang dilakukan. Selain itu pesan yang akan disampaikan harus sesuai dengan kapasitas komunikan agar mendapatkan respon sehingga akan menimbulkan respon serta motivasi untuk melanjutkan obrolan.

### 2.2.2.3 Jenis Strategi

Menurut Arifin (2020)<sup>7</sup> menjelaskan bahwa strategi memiliki beberapa jenis yang dapat digunakan, sebagai berikut:

1. ***Repetition***, merupakan cara yang digunakan secara berulang-ulang untuk dapat mempengaruhi khalayak, manfaat dari jenis strategi ini adalah khalayak akan lebih sering dalam memperhatikan isi pesan yang dalam jenis strategi ini isi pesan tidak diulang-ulang.
2. ***Informatif***, strategi ini banyak dilakukan karena dalam strategi ini berisikan tentang pernyataan yang dikemas dalam bentuk keterangan, penerangan, serta jenis berita dan sebagainya, strategi ini memiliki tujuan yaitu untuk mempengaruhi banyak mata.
3. ***Persuasif***, jenis persuasi ini merupakan salah satu jenis dalam melakukan strategi karena sifat dari strategi ini adalah dengan membujuk, yang dimana komunikan akan dibujuk baik alam bawah sadarnya yang berupa pikiran maupun perasaannya. Dalam hal ini kecakapan dalam menyampaikan pesan

---

<sup>7</sup> [www.kajianpustaka.com//2020/01/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan.html](http://www.kajianpustaka.com//2020/01/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan.html) Oleh: Riadi Muchlisin (Di akses pada Mei 27 jam 21:25 WIB).



sangat berperan agar komunikasi (Sugestibilitas) akan mudah untuk menerima pengaruh.

4. **Edukatif.** Salah satu usaha dalam sebuah strategi yang dilakukan dengan mempengaruhi komunikasi dari suatu pernyataan yang dapat dipertanggungjawabkan pesan, pendapat hingga fakta. Dengan kata lain edukatif memberikan suatu gagasan dan pemikiran yang berlandaskan fakta dari pengalaman yang telah dilakukan.

### 2.3 Donor Darah

Donor Darah Sukarela<sup>8</sup> adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu untuk menyumbangkan darahnya kepada orang lain dengan tujuan untuk membantu individu yang membutuhkan suplai darah dari luar. Kegiatan Donor darah memiliki syarat yang harus dipenuhi oleh calon pendonornya diantaranya adalah: memiliki usia rata-rata 17-60 tahun. Memiliki berat badan <45 kg Tekanan darah sistole=110 – 160 mm Hg dan Diastole=70 – 100 mm Hg. Jumlah dalam melakukan kegiatan donor darah selama setahun adalah sebanyak 5 kantong dengan jarak rutin sebanyak 3 bulan.

Peraturan Pemerintah RI nomor 18 tahun 1980 tentang transfusi darah. dalam pasal 1 terdapat pengertian tentang transfusi darah yang menjadi bagian dari pemerintah dalam kategori pelayanan kesehatan untuk masyarakat sebagai bentuk pertolongan yang sangat berharga. Dalam ilmu kedokteran satu-satunya darah yang paling aman dan dapat ditransfusikan adalah darah manusia. Ada 2 (dua) tipe donor atau pendonor

#### 1. Donor Darah Motivasi

Donor darah Motivasi biasa dilakukan oleh teman, keluarga, atau kerabat yang sedang melakukan donor darah dengan tujuan untuk mengganti darah yang telah digunakan oleh keluarga pasien rumah sakit yang membutuhkan untuk dikembalikan kepada Bank Darah PMI sebagai pengganti darah yang telah digunakan. Contoh: Keluarga pasien rumah sakit menggunakan dua

---

<sup>8</sup> Sub.bid P2D2S PMI Tangerang, (Marsha D.Tsal, 2021)



kantong darah golongan A untuk digunakan sebagai transfusi darah, setelah digunakan keluarga pasien harus mengembalikan dua kantong yang sama atau berbeda golongannya untuk dikembalikan sebagai pengganti darah yang digunakan, dalam hal ini pendonor pengganti dapat diwakilkan oleh teman, kerabat, atau saudara.

## 2. DDS (Donor Darah Sukarela)

Donor Darah sukarela adalah orang yang mendonorkan darahnya secara sukarela dan tidak mengharapkan imbalan apapun dan mereka tidak mengetahui akan disumbangkan kemana dan kepada siapa darah mereka digunakan. Pendonor tipe ini memiliki prevalensi IMLTD (Infeksi Menular Lewat Transfusi Darah) paling rendah. Banyaknya DDS yang mendonorkan darah maka dapat memenuhi kebutuhan darah setiap hari, hal ini tentu dapat menguntungkan pasien. Pasalnya selalu tersedia darah sehat yang telah diolah dan telah siap digunakan kapan pun.

### 2.4 Donor Plasma Konvalesen

Merupakan salah satu metode terapi pasif yang dilakukan dengan menggunakan plasma darah orang yang pernah terpapar virus Covid-19, kepada pasien yang terinfeksi COvid-19 yang sedang menjalani tahap pengobatan. Terapi ini bertujuan agar mengajak masyarakat yang telah sembuh dari covid-19 untuk dapat menjadi pendonor plasma konvalesen dengan tujuan sebagai terapi. Pada dasarnya terapi plasma ini sudah cukup lama digunakan dalam dunia medis dalam menyembuhkan sejumlah jenis penyakit seperti: Difteri, Flu Spanyol, Pnemonia, hingga cacar air dan jenis lainnya.

### 2.5 Teori AIDDA

Dalam bersosialisasi peran komunikasi sangat penting dalam memegang peranan penting karena dengan berkomunikasi kita dapat melakukan interaksi, sebagai makhluk sosial komunikasi berguna untuk meminta pertolongan dari orang lain. Untuk dapat melakukan sebuah komunikasi lebih baik menggunakan pendekatan yang disebut dengan *A-A Procedure (Attention to Action Procedure)*.

A-A *Procedure* ini sebenarnya adalah sebuah penyederhanaan dari sebuah teori AIDDA.

Teori AIDDA sendiri merupakan teori dasar yang banyak digunakan dalam dunia marketing untuk sebuah proses perencanaan proses penjualan barang dan jasa. Konsep teori ini ditemukan pertama kali oleh seorang pengusaha yang berasal dari U.S.A bernama E. St. Elmo Lewis pada tahun 1898 yang pertama kali memperkenalkan konsep AIDA.

Menurut teori ini media yang baik dalam melakukan sebuah promosi adalah dapat menarik perhatian *audiens*, mendorong minat calon pembeli barang dan jasa yang ditawarkan dan membangkitkan rasa keinginan serta menghasilkan sebuah umpan balik. Proses AIDDA menurut Canggara dalam bukunya yang berjudul *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (2014:82)<sup>9</sup> sebagai berikut:

a. *Awareness* (Kesadaran)

Sebuah langkah awal yang harus dilakukan oleh seorang yang menawarkan suatu produk barang dan jasa kepada setiap khalayak yang akan menjadi calon konsumennya. Kesadaran dalam hal ini merupakan sebuah produk, barang, dan jasa serta sebuah gagasan yang akan ditawarkan. Untuk itu seorang pelaku usaha atau pemasar harus menguasai kegunaan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumennya.

b. *Interest* (Perhatian)

Munculnya minat dari calon konsumen terkait keberadaan sebuah barang dan jasa yang ditawarkan oleh promotor, perhatian bisa saja muncul karena ketertarikan dari barang atau jasa yang sebelumnya tidak pernah ada, selain karena fungsinya bisa saja perhatian muncul karena kemasannya yang dibuat dengan menarik, sehingga memunculkan rasa untuk memiliki barang dan menggunakan jasa tersebut.

c. *Desire* (keinginan)

Pada tahap ini pembeli sudah masuk untuk berkeinginan memiliki barang atau menggunakan jasa yang telah ditawarkan tersebut setelah menimbang dan memperkirakan kegunaannya. Untuk menimbulkan rasa ingin memiliki

---

<sup>9</sup> Canggara *Perencanaan dan Strategi Komunikasi...Loc.cit.. Hlm. 82*

lebih tinggi lagi para pelaku promosi memberikan sentuhan berupa psiko yang lebih persuasif.

d. *Decision* (Keputusan)

Tindakan yang dilakukan oleh calon konsumen dalam bentuk memutuskan apakah konsumen akan membeli produk atau jasa yang telah di jelaskan atau tidak menggunakan jasa yang telah ditawarkan kepadanya setelah menimbang manfaat, kegunaan serta dana yang dimilikinya. Keputusan untuk hal ini semua adalah hak dari calon konsumen, tentu hal ini dapat terjadi ketika mempertimbangkan manfaat, kegunaan, kemas dan harga yang ditawarkan sesuai dengan dana yang dimiliki karena melihat barang atau jasa memiliki penawaran yang terjangkau, sehingga akan muncul minat untuk memilikinya.

e. *Action* (Tindakan)

Efek yang dibuat oleh pembeli setelah melakukan tindakan pembelian produk barang atau jasa tersebut dalam bentuk aksi serta menggunakannya sesuai harapan pada saat proses pembelian sudah pasti akan digunakan untuk menciptakan rasa puas pada dirinya

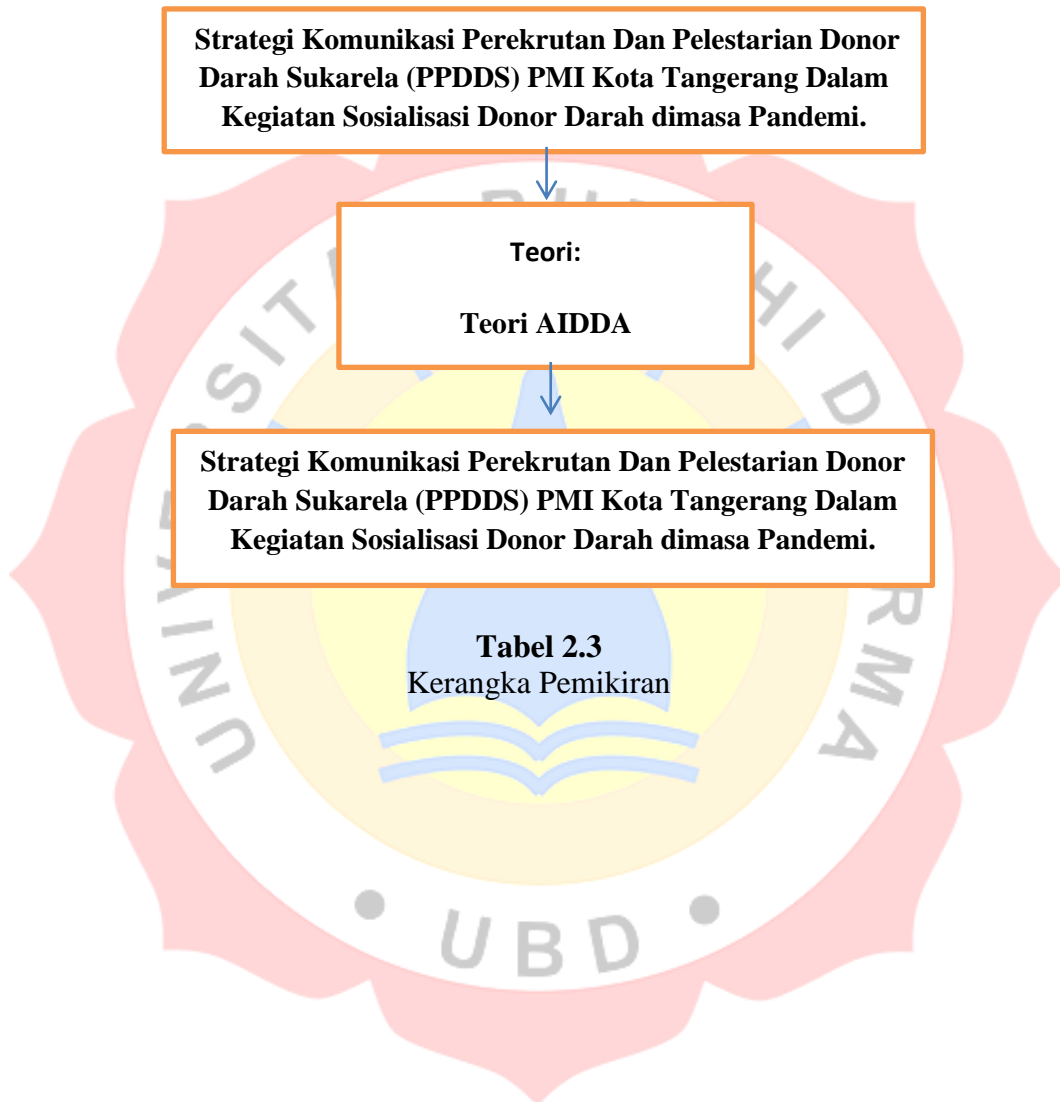
Dimulainya sebuah Komunikasi dengan diawali dari sebuah perhatian merupakan proses awal berhasilnya interaksi komunikasi. Dengan demikian jika perhatian komunikasi telah terjalin, maka hendaknya disusul dengan upaya menimbulkan sebuah minat (*Interest*), yang merupakan sebuah lanjutan dari perhatian, minat merupakan kelanjutan dari sebuah perhatian yang merupakan titik ukur timbulnya hasrat (*Desire*) untuk dapat melakukan kegiatan yang diharapkan oleh seorang komunikator. Bila hanya terdapat perasaan hasrat saja yang didapatkan dari seorang komunikan, bagi komunikator itu masih sebatas rencana yang tidak dapat dilaksanakan, maka dengan demikian harus dilanjutkan dengan sebuah keputusan (*Decision*), yang berarti adalah keputusan untuk melakukan sebuah tindakan (*Action*) yang telah diharapkan dan direncanakan oleh komunikator.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Lilis Farinda, Strategi Komunikasi Relawan PMI Kabupaten Nagan Raya terhadap upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Mendonor Darah, Skripsi, Op.Cit.. Hlm. 19

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis berdasarkan latar belakang penelitian, dan tinjauan pustaka. Maka itu penulis membuat alur kerangka berpikir sebagai berikut:



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah sebuah gambaran dalam cara pandang untuk dapat mengetahui dan memahami kepelikan didalam dunia nyata. Menurut Khun paradigma adalah suatu cara dalam sudut pandang, nilai, metode dan prinsip dasar dalam memecahkan masalah yang dipercayai oleh masyarakat ilmiah pada suatu masa tertentu.

Mulyana dalam Tahir (2011:59) Memberikan pengertian tentang sebuah paradigma yang memiliki arti bahwa sebuah paradigma adalah suatu kerangka berpikir mendasar yang dimiliki oleh peneliti yang memiliki pandangan tertentu yang dijadikan sebagai landasan untuk mengungkap suatu fenomena dalam rangka untuk menemukan suatu fakta dilapangan. Dengan demikian Paradigma dijadikan sebagai pedoman awal untuk peneliti dalam mencari sebuah fakta yang melewati berbagai macam kegiatan penelitian yang akan dilakukan (Arifin, 2021:146).

Dalam melakukan Penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan paradigma Konstruktivisme sebagai dasar untuk memulai penelitian. Paradigma ini melihat bahwa sebuah realitas merupakan hasil dari konstruksi dari manusia itu sendiri. Realitas bersifat ganda, dapat dibentuk serta merupakan satu keutuhan, yang didasari dari hasil pembentukan dari kemampuan cara berpikir seseorang, Pengetahuan manusia merupakan pengetahuan bersifat tetap namun akan terus berkembang, dalam hal ini penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme melihat bahwa pengetahuan bukan hanya berfokus pada hasil pengalaman terhadap sebuah fakta, akan tetapi merupakan hasil dari konstruksi pemikiran dari subjek yang akan dilakukan penelitian. Pengenalan manusia akan sebuah realitas sosial akan berpusat pada objek dan bukan pada objek, hal ini berarti ilmu pengetahuan bukan hasil pengalaman semata, tapi merupakan sebuah hasil konstruksi yang dihasilkan dari pemikiran seseorang akan sebuah objek pemikiran. (Arifin, 2012:140).

### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Menurut Moleong (2005;4) pendekatan deskriptif kualitatif adalah dimana semua data-data terkait penelitian dikumpulkan, data yang dimaksud dapat berupa kata-kata, gambar, dan bukan dalam bentuk angka, semua data dapat dikumpulkan setelah proses wawancara atau catatan lapangan, foto, video, dokumentasi lainnya yang berupa memo hingga catatan pribadi. Kualitatif ini memiliki tujuan untuk mengkaji serta mengklarifikasi dari sebuah fenomena yang ada di dalam lingkungan masyarakat metode kualitatif bisa dijadikan sebagai prosedur dalam memecahkan suatu masalah yang sedang dalam proses penelitian terkait.

Tujuan digunakannya pendekatan kualitatif adalah untuk dapat menggambarkan serta memberikan ringkasan berbagai situasi, kondisi serta berbagai fenomena realitas sosial yang terjadi di masyarakat yang telah menjadi objek penelitian sekaligus berusaha untuk dapat menyimpulkan sebuah realitas itu sebagai suatu ciri, karakter, sifat, tanda, atau gambaran tentang keberadaan sebuah kondisi, situasi, serta fenomena tertentu (Bungin, 2011:68).

### **3.3 Metode Penelitian**

Menurut Creswell dalam Sugiyono (2020:02) menyatakan bahwa metode kualitatif merupakan sebuah langkah awal untuk mengeksplorasi serta memahami sebuah makna yang terkandung dalam perilaku manusia secara individu maupun kelompok. Serta memberikan sebuah gambaran masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Untuk itu Penelitian kualitatif digunakan penulis yang memiliki tujuan untuk melakukan sebuah eksplorasi dan melakukan penggalian informasi lebih dalam mengenai sebuah strategi komunikasi dalam suatu organisasi dalam menjalankan rencana kegiatannya.

Hal ini sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian kualitatif ini, sebagaimana telah dijelaskan tujuan pendekatan kualitatif adalah untuk memberikan gambaran serta memberi ringkasan berbagai bentuk sebuah kondisi, situasi atau fenomena dalam realitas sosial yang berada di lingkungan masyarakat yang telah menjadi objek penelitian, dan berusaha untuk memberikan kesimpulan



dari realitas yang ada sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2011:67).

### **3.4 Subjek/ Objek Penelitian**

#### **3.4.1 Subjek Penelitian**

Objek Penelitian ini adalah Ibu Marsha Dainiah. S yang menjadi narasumber dan Beliau adalah Kepala Sub.Bidang divisi P2D2S PMI Kota Tangerang dan Bapak Femi Luwita sebagai Kabid Yandor PMI Kota Tangerang. Yang mengetahui bagaimana langka dalam Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh PMI Kota Tangerang.

#### **3.4.2 Objek Penelitian**

Topik yang dilakukan dalam objek penelitian ini adalah Peran PMI Kota Tangerang dalam melakukan Strategi Komunikasi untuk perekrutan dan pelestarian donor darah sukarela dan penanganan Pandemi *covid-19* di Kota Tangerang.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Tenik Pengumpulan data adalah sebuah cara yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Adapun Teknik dalam sebuah pengumpulan data dibag menjadi 2 (dua) bagian, diantaranya: Data Primer dan Data Sekunder.

#### **3.5.1 Data Primer**

Menurut Esternburg (Sugiyono, 2018) memberikan pengertian dari wawancara sebagai berikut:

*“a meeting of two persons to exchange information and idea trough question and respons, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”*. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa kegiatan wawancara dilakukan terhadap 2 (dua) ornag yang saling memberikan informasi yang dapat berupa ide yang dilakukan dengan sebuah kegiatan tanya jawab,



sehingga dapat menemukan sebuah makna dari suatu pembicaraan tertentu terkait topik yang sedang dibicarakan atau diteliti. (Esternburg, 2002). Adapun metode yang digunakan dalam mendapatkan data primer adalah dengan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer untuk mengumpulkan data atau untuk mendapatkan data yang akurat dalam penelitian ini, yaitu:

### **1. Observasi**

Melalui sebuah observasi, peneliti belajar tentang sebuah perilaku serta sebuah makna dari perilaku tersebut (Marshall, 1995).<sup>11</sup> Observasi adalah kegiatan yang kita lakukan sebagai bentuk sebuah deskripsi terhadap penelitian yang akan dikembangkan. Observasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang kerap kali digunakan dalam proses penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yang akan berfokus pada suatu fenomena untuk di deskripsikan. (Kriyantono, 2020)<sup>12</sup> Dalam sebuah observasi ini peneliti sebagai partisipan dalam program kemanusiaan yaitu turut serta dalam melakukan kegiatan Donor Konvalesen yang diharapkan dapat membantu untuk ketersediaan plasma bagi masyarakat yang membutuhkan untuk terapi untuk proses penyembuhan dari *Virus Covid-19*.

### **2. Wawancara**

Teknik wawancara adalah suatu kegiatan dalam bentuk percakapan antara peneliti dengan harapan mendapatkan informasi dari sebuah penelitian dari seorang informan, informan sendiri dapat dikatakan adalah seseorang yang memiliki sebuah informasi atau pesan terhadap suatu objek pada sebuah penelitian (Berger,2000 H.111) dalam buku (Kriyantono, 2020).

Wawancara merupakan pertemuan yang dilakukan dengan secara sengaja antara dua orang yang saling memberikan pesan atau informasi yang dilakukan dengan sebuah pertanyaan yang dilontarkan, sehingga dapat memberikan makna dari topik tertentu.

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Op.Cit., Hlm.106 ,chap.3.*

<sup>12</sup> Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Berger, 2002) Hlm. 290

Susan Stainback (1988) menyatakan bahwa;

*“Interviewing provide the researcher a means to gain a deeper understanding of how the participant interpret a situation of phenomenon than can be gained through observation alone”*.

Jadi maksud dari adanya sebuah wawancara adalah peneliti yang sedang dalam melakukan penelitian akan mengetahui hal-hal yang lebih banyak terkait partisipan untuk memberikan gambaran situasi dan fenomena yang sedang terjadi. Dimana hal ini tidak dikemukakan dalam sebuah observasi.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini berjenis wawancara Pendahuluan dimana dalam melakukan wawancara tidak adanya suatu sistematika tertentu dalam menjalankannya wawancara dengan teknis ini bersifat informal serta terjadi begitu saja, tidak terorganisasi dan dapat terjadi sesuai dengan obrolan yang akan dibahas didalam sesi wawancara. Untuk dapat menjalankan wawancara ini peneliti harus dapat mendekati diri kepada informan dengan melakukan perkenalan diri tujuan ini dilakukan untuk membangun sebuah hubungan baik secara konfiden yang dilakukan oleh peneliti dan informannya.

Jika suatu hubungan baik telah dilakukan dan kepercayaan sudah didapatkan maka informan akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melakukan penelitian tanpa ada rasa curiga, Khawatir atau timbul rasa malu. Dengan wawancara ini data yang diperlukan oleh peneliti dapat tercapai sesuai dengan yang telah direncanakan. (Kriyantono, 2020)<sup>13</sup>

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi digunakan dalam sebuah penelitian sebagai pengumpulan data hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti yang akan dipelajari setelah dilakukannya wawancara dengan narasumber. Sumber utama berada di dalam unit P2D2S PMI Kota Tangerang yang didukung oleh sumber-sumber yang memiliki kredibilitas dalam hal terkait.

---

<sup>13</sup> *Ibid. Hlm. 300*

#### 4. Triangulasi

Dalam melakukan sebuah teknik pengumpulan data, triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat memberikan penggabungan dari berbagai teknik pengumpulan data atau sumber data yang telah ada. Triangulasi dapat dikelompokkan kedalam empat jenis diantaranya adalah: Triangulasi Teori, Triangulasi metode dan Triangulasi Waktu.

- a. **Triangulasi Sumber** dapat digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan berupa mengecek data yang telah dikumpulkan atau diperoleh melalui beberapa sumber. Misalnya: membandingkan hasil sebuah wawancara serta membandingkan antara apa yang telah dikatakan oleh umum atau yang dikatakan secara sepihak. Dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen pendukung yang ada.
- b. **Triangulasi Waktu** dapat juga mempengaruhi kredibilitas data, data yang dikumpulkan dengan wawancara akan lebih valid jika wawancara dilakukan apabila dipagi hari ketika narasumber masih dalam kondisi segar serta belum banyak melakukan aktifitas kegiatan sehingga akan lebih kredibel. Dengan demikian dalam rangka menguji kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara dan waktu dalam situasi yang berbeda. Pengamatan wawancara dengan melibatkan 2 (dua) atau lebih pewawancara akan menghasilkan data yang lebih abash.
- c. **Triangulasi Teori** dapat dimanfaatkan untuk dilakukan perbandingan dan dipadu. Untuk itu perlu rancangan dalam sebuah penelitian pengumpulan data dan analisis data yang lebih lengkap.
- d. **Triangulasi Metode** adalah usaha untuk keabsahan data atau keabsahan sebuah temuan penelitian. triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu dalam tektik pengumpulan data agar mendapatkan data yang sama.

### 3.5.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah jenis data yang tidak dapat langsung memberikan data kepada pengumpul data dalam melakukan penelitian. misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2015:121).

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisi yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2018)<sup>14</sup> mengatakan sebuah aktifitas dalam kegiatan analisis dari suatu data kualitatif dilakukan dengan interaktif serta dilakukan sampai dengan selesai. Analisa data dilakukan dari mulai tahapan pengumpulan data yang akan dilakukan dengan reduksi data, display data dan tahapan akhir dengan penarikan kesimpulan.

#### a. Tahap Pengumpulan Data

Peneliti mulai melakukan pengumpulan data yang telah di berikan oleh informan terkait informasi atau data yang diperlukan untuk dapat dijadikan landasan untuk melakukan penelitian terkait tema yang sudah peneliti buat sebelum melakukan penelitian.

#### b. Reduksi Data

Proses dari pemilihan, menggolongkan, mengarahkan data. Mereduksi data merupakan sebuah kegiatan yang merangkum dan memilah pokok dari hal-hal yang telah dilakukan selama penelitian berlangsung dan hanya memilah pokok penting dari pembahasan dalam melakukan penelitian. Dengan demikian data yang dibuat akan memberikan hasil yang jelas yang selanjutnya akan memberikan kemudahan bagi peneliti untuk lanjut ketahap berikutnya.

---

<sup>14</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Miles- Huberman, 1984) Hal 246 – 252.

c. *Display Data*

“Miles dan Huberman (1984),<sup>15</sup> *The most frequent from the display data for qualitative research data in the past has been narrative text*” Untuk melakukan sebuah penyajian dalam metode kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang berupa naratif. (Sugiyono, 2018).

Dengan penyajian data ini seluruh data hasil dari observasi, wawancara hingga dokumentasi akan dilakukan analisa terkait teori yang telah disampaikan sebelumnya sehingga dapat memberikan sebuah penjelasan terkait Strategi Komunikasi PMI Kota Tangerang dalam memenuhi kebutuhan Plasma Konvalesen dimasa Pandemi Covid-19.

d. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan untuk melakukan penggambaran secara utuh dari dilakukannya penelitian sebelumnya proses dari penarikan kesimpulan berasal dari penggabungan informasi yang sudah dibentuk dengan pas pada saat penyajian data. Penarikan kesimpulan juga berguna agar peneliti tidak hanya diberikan cerita menarik dari apa yang diteliti namun tidak mendapatkan kebenaran yang terjadi. (Miles dkk. 2014)<sup>16</sup>

### **3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di UDD PMI Kota Tangerang yang berada dijalan Mayjen Sutoyo No.15, RT.002/RW.005, Sukarasa, Kecamatan. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15111 samping lapangan Ahmad Yani Tangerang.

Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan adalah 3 bulan dimulai sejak awal Oktober sampai dengan Desember 2020. Divisi dalam melakukan PKL adalah divisi Sub. Bidang Perekrutan Dan Pelestarian Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang.

---

<sup>15</sup> (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2018) hlm. 249

<sup>16</sup> Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif, (Jakarta: Miles dkk 2014), Hlm. 361