

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK UNIT TRANSFUSI
DARAH PMI KOTA MAKASSAR DALAM MENGGALANG
MINAT PENDONOR GENERASI Z**

MUSSYARIFATUL AZIIZAH ODE

E021201021



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK UNIT TRANSFUSI
DARAH PMI KOTA MAKASSAR DALAM MENGGALANG
MINAT PENDONOR GENERASI Z**

OLEH :

MUSSYARIFATUL AZHIZAH ODE

E021201021

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Jurusan Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Publik Unit Transfusi Darah
PMI Kota Makassar dalam Menggalang Minat
Pendonor Generasi Z**

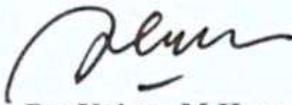
Nama Mahasiswa : **Mussyarifatul Aziizah Ode**

Nomor Pokok : **E021201021**

Makassar, 22 Juli 2024

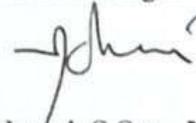
Menyetujui :

Pembimbing I



Dr. Kahar, M.Hum.
NIP. 195910101985031005

Pembimbing II



Nurul Ichsani, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198801182015042001

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations* pada hari Senin, 15 Juli 2024.

Makassar, 15 Juli 2024

Tim Evaluasi

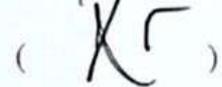
Ketua : Dr. Kahar, M.Hum.

()

Sekretaris : Nurul Ichsani, S.Sos., M.I.Kom

()

Anggota : Dr. Sudirman Karnay, M.Si

()

Anggota : Dr. H. Muh. Farid, M.Si

()

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mussyarifatul Aziizah Ode

NIM : E021201021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Saya menyatakan bahwa skripsi komunikasi yang berjudul “Strategi Komunikasi Publik Unit Transfusi Darah PMI Kota Makassar dalam Menggalang Minat Pendonor Generasi Z” ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian didalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 22 Juli/2024

Yang membuat pernyataan



Mussyarifatul Aziizah Ode

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Esa penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Publik Unit Transfusi Darah PMI Kota Makassar dalam Menggalang Minat Pendorong Generasi Z”. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Penulis bersyukur atas kesempatan yang diberikan untuk menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin. Penulis yakin bahwa semua ini tidak terlepas dari petunjuk, pertolongan, dan penguatan dari Allah SWT. Semoga Allah SWT selalu meridhoi setiap langkah penulis dalam menuntut ilmu dan mengamalkannya.

Ucapan terima kasih yang teramat dalam penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak La Muane dan Ibu Suheny. Kasih sayang, bimbingan, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti dari beliau berdua menjadi sumber motivasi terbesar bagi penulis dalam menjalani perkuliahan. Penulis menyadari bahwa tidak ada kata lelah yang menjadi alasan bagi mereka untuk menyerah dalam memenuhi kebutuhan anak-anaknya. Oleh karena itu, penulis berjanji akan terus berusaha membahagiakan dan membalas semua kebaikan orang tua tercinta. Semoga Allah SWT meridhoi dan membalas semua jasa dan pengorbanan mereka dengan limpahan pahala dan kebahagiaan dunia akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya pengorbanan, dukungan maupun bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada pembimbing akademik penulis yaitu bapak Dr. Kahar, M.Hum. selaku pembimbing I dan Ibu Nurul Ichsani S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah membimbing penulis dari awal penentuan judul, proposal, penelitian hingga penyusunan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu, pengetahuan, masukan, saran, bimbingan serta bantuan Bapak dan Ibu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga kebaikan kalian dapat menjadi keberkahan bagi hidup bapak dan Ibu.
2. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi dan selaku penguji penulis bersama dengan Bapak Dr. H. Muh. Farid, M.Si yang membantu penulis dalam mengoreksi dan memberikan masukan untuk skripsi penulis sehingga memudahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
3. Kepada dosen, staf dan seluruh pegawai Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin yang telah membantu penulis dalam mengurus berkas hingga selesai. Terima kasih atas segala cerita, tenaga yang telah diberikan kepada penulis saat mengurus berkas. Semoga kebaikan menyertai semuanya.
4. Kepada para Informan yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis untuk penyelesaian skripsi ini hingga selesai. Semoga perkuliahannya selalu berjalan lancar dan sukses selalu.

5. Kepada saudara-saudari penulis, Mussarafatul Izzati Ode, Mussarohtul Afifah Ode, dan La Ode Muhammad Misbahuddin Iyad yang kusayangi dan selalu menjadi motivasi serta penyemangat penulis. Terima kasih karena telah menyemangati penulis, selalu memberikan dukungan dan hiburan kepada penulis. Semoga kebaikan, keberkahan hidup, kebahagiaan, pendidikan dan masa depan kalian dipermudah dan menjadi orang yang sukses.
6. Kepada keluarga besar penulis di Makassar yang siap sedia memberikan tempat tinggal yang nyaman bagi penulis saat pertama kali merantau. Keluarga besar lainnya yang selalu memberikan dukungan, bantuan, semangat, saran, kasih sayang, perhatian, dan menjadi motivasi sebagai penulis dari awal masuk perkuliahan (maba) hingga selesai proses penulisan skripsi ini. Semoga kalian semua diberkahi kebahagiaan, kesehatan, panjang umur dan rezeki yang berlimpah.
7. Kepada pendamping penulis M. Aqwamith Thariq yang banyak membantu penulis dan berkontribusi dalam kehidupan penulis. Terima kasih karena selalu memberikan dukungan, selalu menjadi garda terdepan bagi penulis, selalu mewarnai kehidupan penulis dengan sukacita, tawa, tangis bahagia, perhatian, waktu, yang menjadi memori luar biasa bagi penulis. Terima kasih telah menjadi sosok yang menyenangkan dan menjadi teman segala proses penulis. Semoga karir dan masa depannya bisa tercapai dan diberikan kemudahan serta kelancaran dalam kehidupan ini.

8. Kepada penghuni rumah PK 4 yaitu Putri Cahyani Dahuna, Nur Sadila Sugoro, Talitha Esti yang telah menemani penulis dalam kehidupan rantau ini sehingga penulis tidak merasa kesepian. Terimakasih atas dukungan, kebersamaan, serta semua yang telah dilalui bersama.
9. Kepada Anggota UKM Seni Tari Unhas yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah mengukir banyak sekali kenangan dalam kehidupan penulis, telah memberikan pelajaran hidup, perjuangan, kebersamaan disaat susah, senang, dalam kondisi apapun itu merupakan kenangan yang sangat berharga bagi penulis.
10. Kepada WADDS-UP GIRLS Sardianah Saide, Ayu Nur Cahyani, Andytta Alifiani dan Widyawati Adila yang menjadi teman, sahabat bahkan menjadi keluarga penulis selama berada di Makassar. Terima kasih atas kasih sayangnya, perhatian, waktu, tempat tinggal yang selalu menjadi persinggahan penulis dikala penulis sedang berada dalam kekalutan. Terima kasih juga kepada para orang tua kalian yang menyayangi dan menyambut penulis layaknya anak sendiri. Semoga kebahagiaan selalu menyertai kalian dan orang tua kalian dan selalu diberikan kesehatan. Semoga kebaikan selalu menyertai.
11. Kepada teman-teman NALENDRA 2020 dan seluruh warga KOSMIK yang telah hadir menjadi ruang belajar bagi penulis. Terima kasih telah menjadi cerita yang luar biasa bagi penulis selama menempuh pendidikan di Unhas, terima kasih telah menjadi teman dan memberikan pengalaman, tawa maupun tangis bahagia bagi penulis. Semoga dimanapun kalian semua berada, ilmu yang didapatkan dapat bermanfaat bagi banyak orang dan memiliki masa depan

yang sukses.

12. Kepada teman-teman KKNT Mitigasi Bencana Banjir gelombang 110 Kota Makassar, terima kasih telah menjadi teman dalam waktu singkat penulis. Walaupun waktu yang dilalui bersama secara singkat, namun semoga hubungan kami berlangsung dalam waktu yang lama. Terima kasih selalu memberikan dukungan satu sama lain. Terima kasih telah menjadi cerita dan pengalaman yang luar biasa.
 13. Kepada sahabat penulis semasa SMA yaitu Safina Aulia Malawat, Rahmatika Walewangko, Kartika yang selalu memberi dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
 14. Kepada Mussyarifatul Aziizah Ode, penulis memberikan apresiasi kepada sosok perempuan yang lahir pada 24 Mei 2003. Terima kasih telah tumbuh menjadi pribadi yang luar biasa. Terima kasih karena selalu kuat dan tidak pernah menyerah apapun ujian dan cobaannya. Terimakasih untuk terus memperbaiki diri menjadi baik dan lebih baik lagi kedepannya. Terima kasih telah menyelesaikan skripsi ini hingga akhir meskipun tidak jarang dibayar dengan air mata. Semoga dengan selesainya skripsi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, penulis selalu menjadi sosok yang rendah hati, selalu mau belajar dan bermanfaat bagi keluarga dan banyak orang. Semoga diberikan keberkahan hidup, kebahagiaan, kesehatan, rezeki yang melimpah, semoga selalu menebarkan kebaikan dan semoga diberikan kesanggupan dalam mencapai mimpi serta meraih cita-citanya.
- Akhir kata, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang

telah membantu dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis juga memohon maaf sebesar-besarnya apabila dalam proses penyusunan skripsi ini penulis pernah melakukan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun para peneliti selanjutnya. Sekian dan terima kasih.

Makassar, 22 Juli 2024

Mussyarifatul Aziizah Ode

ABSTRAK

MUSSYARIFATUL AZIIZAH ODE. *Strategi Komunikasi Publik Unit Transfusi Darah PMI Kota Makassar dalam Menggalang Minat Pendorong Generasi Z. (Dibimbing Oleh Kahar dan Nurul Ichسانی)*

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) untuk mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi publik UTD PMI Kota Makassar dalam menggalang minat pendonor Generasi Z (2) untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi publik yang telah dilakukan UTD PMI Kota Makassar dalam meningkatkan kesadaran Generasi Z berpartisipasi dalam donor darah.

Penelitian ini dilakukan di Unit Transfusi Darah PMI Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi partisipan dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UTD PMI Kota Makassar telah melakukan berbagai macam strategi, diantaranya yaitu memanfaatkan berbagai platform media sosial, pendekatan personal dan kelompok, serta edukasi dan sosialisasi untuk menarik minat pendonor Generasi Z. Selain itu, isi pesan yang dirancang juga merupakan salah satu hal penting agar dapat menjadi daya tarik bagi khalayak, karena pesan dengan informasi yang akurat, Generasi Z dapat mengetahui manfaat dari Donor Darah. Strategi yang telah dilakukan oleh UTD PMI Kota Makassar terbukti berhasil dalam meningkatkan partisipasi Generasi Z dalam kegiatan donor darah, hal ini terbukti dengan jadwal permintaan pelaksanaan kegiatan donor darah oleh komunitas-komunitas Generasi Z semakin banyak. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi publik yang efektif dapat menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi Generasi Z dalam kegiatan donor darah.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Publik, Unit Transfusi Darah PMI, Generasi Z, Donor Darah

ABSTRACT

MUSSYARIFATUL AZIIZAH ODE. *Public Communication Strategy of PMI Blood Transfusion Unit Makassar City in Attracting Generation Z Donors. (Guided by Kahar dan Nurul Ichسانی)*

Research Objectives: (1) to determine the public communication strategy by the PMI Makassar Blood Transfusion Unit in rallying the interest of Generation Z donors. (2) to determine the influence of public communication strategies that have been implemented by the PMI Makassar Blood Transfusion Unit in increasing awareness of Generation Z to participate in blood donation activities.

This research was conducted at the Blood Transfusion Unit of PMI Makassar City. This research is qualitative research. Informants are determined using purposive sampling techniques. Data collection techniques use participant observation methods and in-depth interviews.

The results showed that UTD PMI Makassar City has carried out various strategies, including utilizing various social media platforms, personal and group approaches, as well as education and socialization to attract generation Z donors. In addition, the content of the message designed is also one of the important things in order to be attractive to the audience, because with messages that have accurate information Generation Z can find out the benefits of Blood Donation. The strategy that has been carried out by UTD PMI Makassar City has proven effective in increasing the participation of generation Z in blood donation activities, this is evidenced by the schedule of requests for blood donation activities by more and more Generation Z communities. This shows that effective public communication can be key to raising awareness and participation of generation Z in blood donation activities.

Keywords: Communication Strategy, Public Communication, PMI Blood Transfusion Unit, Generation Z, Blood Donation

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kerangka Konseptual	8
E. Definisi Operasional.....	12
F. Metode Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Strategi Komunikasi.....	19
B. Komunikasi Publik.....	22
C. Minat	24
D. Donor Darah.....	27
E. Generasi Z	30
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	34
A. Profil Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Makassar	34
B. Sejarah Unit Transfusi Darah PMI Kota Makassar.....	36
C. Struktur Organisasi UTD PMI Kota Makassar	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN DOKUMENTASI.....	71

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Profil Informan.....	15
Tabel 4.1 Jumlah Donasi Darah Generasi Z tahun 2020-2023	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	12
Gambar 3.1 Logo Palang Merah Indonesia.....	34
Gambar 3.2 Peta Regionalisasi UTD PMI	37
Gambar 3.3 Struktur Organisasi UTD PMI Kota Makassar	40
Gambar 4.1 Launching Program Wifi bagi Kampung Donor	59
Gambar 4.2 Kegiatan-kegiatan Donor Darah oleh Generasi Z.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persediaan kebutuhan darah sangat penting karena darah merupakan komponen vital dalam menjaga kesehatan dan fungsi tubuh manusia. Dunia masih kekurangan darah untuk didonasikan. Saat ini 40% darah yang terkumpul didonasikan untuk negara berkembang, karena negara berkembang memiliki penduduk dan membutuhkan donor darah lebih banyak.

Donor darah adalah tindakan pengambilan darah dari seseorang secara sukarela, disimpan di bank darah dan digunakan untuk keperluan transfusi darah (Djuardi, 2020). Donor darah merupakan kegiatan penyaluran darah atau produk berbasis darah dari satu orang ke orang lain yang memerlukannya. Pendonor adalah orang yang secara sukarela memberikan darah dengan maksud dan tujuan transfusi darah bagi orang lain yang membutuhkan. Semua orang dapat menjadi pendonor darah apabila telah memenuhi seluruh persyaratan yang berlaku (Susanto, 2017).

Transfusi darah adalah proses perpindahan darah dari seseorang dalam keadaan sehat (respien) kepada orang yang sakit (pasien) (Rohan et al., 2019). Begitu pentingnya transfusi darah dalam manajemen tatalaksana pasien dengan luka sebagian dari kasus kecelakan, kondisi bedah, komplikasi kehamilan, dan kondisi medis yang lainnya sehingga di negara maju, indikasi utama untuk diberikannya transfusi darah yaitu bedah, keganasan, dan trauma. Sementara di negara berkembang, komplikasi kehamilan serta anemia adalah kondisi terbanyak yang membutuhkan transfusi darah (Amalia et al., 2021).

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), total kebutuhan kantong darah di setiap negara idealnya sebanyak 2% dari total penduduk. Dengan populasi penduduk di Indonesia yang sebanyak 277,75 juta jiwa pada tahun 2022, maka jumlah kantong darah yang dibutuhkan Indonesia diperkirakan sebanyak 5,56 juta per tahun. Namun, kebutuhan darah di Indonesia terbilang tinggi. Menurut data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, kebutuhan darah nasional mencapai 6 juta kantong per tahun. Hal ini didorong oleh berbagai faktor, antara lain tingginya angka penyakit, tingginya angka ibu hamil dan melahirkan, kurangnya kesadaran masyarakat tentang donor darah.

Namun, kebutuhan darah yang tinggi di Indonesia tidak diimbangi dengan jumlah pendonor darah yang memadai. Data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pendonor darah hanya mencapai 2 juta orang per tahun, jauh dari target 5 juta pendonor per tahun. Kekurangan pendonor darah ini mengakibatkan kekurangan darah yang signifikan. Stok darah nasional hanya mencapai 4 juta kantong per tahun, sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan darah yang mencapai 6 juta kantong per tahun.

Berdasarkan situs resmi pemerintah, Palang Merah Indonesia (PMI) adalah organisasi nirlaba yang fokus pada bidang kesehatan, termasuk donor darah, tanggap bencana, dan pelayanan masyarakat. Tugas utama PMI adalah memastikan ketersediaan darah, namun saat ini permintaan darah jauh melebihi jumlah pendonor. Kurangnya informasi dan kesadaran masyarakat untuk mendonorkan darah secara sukarela menjadi penyebab utama kesenjangan ini. Kebutuhan darah terus meningkat setiap tahunnya, dan mereka yang membutuhkannya biasanya

menghadapi situasi darurat yang mengancam jiwa (Sapta, 2009).

Saat ini, Kota Makassar berperan sebagai pusat rujukan pasien Rumah Sakit Indonesia Timur dan menjadi Pusat Rujukan Regional V Indonesia Timur untuk Unit Transfusi Darah PMI. Unit Transfusi Darah PMI Kota Makassar berperan penting dalam membantu ketersediaan dan distribusi darah kepada UDD PMI dan rumah sakit di Regional V, termasuk distribusi ke Timika, Fak-Fak, Ternate, Maluku, Papua, Kalimantan, dan wilayah lainnya di Timur Indonesia. Keadaan ini merupakan suatu fenomena yang mendorong UTD PMI Kota Makassar untuk mengoptimalkan ketersediaan dan pemenuhan stok darah secara lembaga. Hal ini memerlukan strategi yang matang dan dukungan dari berbagai pihak.

Pada Laporan Tahunan UTD PMI Kota Makassar tahun 2022, tren peningkatan jumlah donor darah di UTD PMI Kota Makassar menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat tentang pentingnya donor darah semakin meningkat. Upaya PMI Kota Makassar dalam mengedukasi dan memobilisasi masyarakat untuk donor darah patut diapresiasi. Hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan untuk memastikan ketersediaan darah yang aman dan memadai bagi masyarakat di Kota Makassar.

Menurut ketentuan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia bahwa pengadaan stok donasi darah harus mematuhi standar yang telah ditetapkan, setiap wilayah diharapkan memiliki stok darah donasi sebanyak minimal 2% dari jumlah penduduknya. Sebagai contoh, Kota Makassar dengan populasi 1,4 juta jiwa seharusnya memiliki setidaknya 30.000 donasi darah.

Namun, perlu diperhatikan bahwa permintaan stok darah tidak hanya berasal dari kebutuhan lokal, melainkan juga dapat datang dari Unit Transfusi Darah (UTD), Unit Transfusi Darah Rumah Sakit (UTDRS), atau Badan Donor Darah (BDRS) di Regional V, serta beberapa rumah sakit yang melayani pasien dari luar Kota Makassar. Hal ini menyebabkan beban tambahan dalam menjaga keseimbangan antara ketersediaan dan kebutuhan darah. Oleh karena itu, perkiraan jumlah donasi darah yang seharusnya tersedia sebaiknya berkisar antara 40.000 hingga 45.000 stok donasi setiap tahun. Hal ini mempertimbangkan kompleksitas permintaan dari berbagai pihak dan memastikan bahwa stok darah dapat memenuhi kebutuhan seluruh wilayah, termasuk Kota Makassar dan sekitarnya.

Di Kota Makassar, berdasarkan data BPS Kota Makassar tahun 2022, terdapat 1,432,189 jiwa penduduk. Potensi pendonor darah di Kota Makassar cukup besar, dengan sekitar 387.149 jiwa penduduk yang akan mencapai usia 17 tahun dan yang sudah berusia 17 tahun ke atas telah memenuhi syarat untuk menjadi pendonor.

Namun, data menunjukkan bahwa tingkat partisipasi donor darah di Kota Makassar masih rendah, terutama di kalangan Generasi Z. Dari total 285.563 pendonor darah yang terdaftar di Sistem Informasi Pendonor Darah (SIMDONDAR) UTD PMI Kota Makassar tahun 2022, kurang dari 10.000 orang berasal dari usia 17-24 tahun.

Meskipun rata-rata mahasiswa yang diinisiasi Korps Sukarelawan Remaja Perguruan Tinggi menunjukkan kontribusi dalam donor darah, klaster umur yang paling banyak berkontribusi adalah usia antara 25-50 tahun (Emil Huriani, Putri Suhaini dan Dally Rahman, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak

Generasi Z di Kota Makassar yang belum tergerak untuk melakukan donor darah. Upaya untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan donor darah menjadi penting guna memastikan pemenuhan stok darah yang memadai untuk memenuhi kebutuhan kesehatan di wilayah tersebut.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah menjadikan Hari Donor Darah Sedunia sebagai salah satu dari delapan kampanye kesehatan masyarakat global. Namun, partisipasi generasi muda, khususnya remaja, dalam kegiatan donor darah masih terbilang rendah. Meskipun PMI telah gencar melakukan edukasi dan sosialisasi di sekolah-sekolah, rasa takut dan keraguan masih menjadi faktor utama yang menghambat minat generasi muda untuk mendonorkan darahnya.

Hal ini mengakibatkan dominasi pendonor darah oleh mereka yang berusia 30 tahun ke atas. Padahal, donor darah memiliki manfaat yang signifikan bagi generasi muda, termasuk Generasi Z. Generasi ini memiliki potensi untuk menjadi kontributor utama dalam menjaga dan melanjutkan aksi donor darah, mengingat usia dan kondisi fisik mereka yang memungkinkan untuk berpartisipasi secara berkelanjutan.

Generasi Z, dengan usia dan kondisi fisik yang memungkinkan, memiliki potensi untuk menjadi pendonor jangka panjang. Di era digital ini, PMI dapat memanfaatkan platform digital seperti media sosial untuk menyebarkan informasi seputar donor darah. Konten informatif seperti artikel, update terbaru kegiatan donor darah, deteksi lokasi donor darah terdekat dapat dibagikan.

Dengan ide-ide inovatif yang sesuai dengan preferensi dan pola pikir Generasi Z, seperti penggunaan media sosial dan teknologi digital, PMI dapat meningkatkan

minat dan partisipasi generasi muda dalam kegiatan donor darah. Hal ini penting untuk memastikan ketersediaan darah yang aman dan memadai di masa depan.

Adapun penelitian sebelumnya yang digunakan peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Karina dkk. (2021), dengan judul “Strategi Palang Merah Indonesia Kota Tanjungpinang Dalam Penyediaan Darah”. Persamaan kajian adalah sama-sama pada tujuan ketersediaan stok darah. Namun, terdapat perbedaan yaitu penelitian sebelumnya adalah objek penelitian dimana penelitian sebelumnya pada aspek pelayanan darah, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti pada aspek pelayanan donor.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: “STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK UNIT TRANSFUSI DARAH PMI KOTA MAKASSAR DALAM MENGGALANG MINAT PENDONOR GENERASI Z”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti merumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana strategi komunikasi publik UTD PMI Kota Makassar dalam menggalang minat pendonor Generasi Z?
2. Bagaimana pengaruh strategi komunikasi publik UTD PMI Kota Makassar dalam meningkatkan kesadaran Generasi Z berpartisipasi dalam kegiatan donor darah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a) Untuk mengetahui strategi komunikasi publik UTD PMI Kota Makassar dalam menggalang minat pendonor Generasi Z.
- b) Untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi publik UTD PMI Kota Makassar dalam meningkatkan kesadaran Generasi Z berpartisipasi dalam kegiatan donor darah.

2. Kegunaan Penelitian

a) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada literatur ilmiah tentang ilmu komunikasi publik, terkhusus pada strategi komunikasi publik dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi Generasi Z melalui kegiatan donor darah dalam memenuhi kebutuhan stok darah.

b) Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang keberhasilan atau kekurangan komunikasi publik yang ada, selanjutnya memberikan rekomendasi untuk perbaikan atau pengembangan program yang lebih baik;

Mendukung Keputusan Kebijakan: Hasil penelitian ini dapat memberikan dasar bukti yang kuat untuk mendukung pengambilan keputusan kebijakan terkait permintaan donor darah. Keputusan kebijakan yang didasarkan pada bukti-bukti yang jelas dan diperoleh melalui penelitian dapat meningkatkan

efektivitas dan efisiensi upaya dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi Generasi Z dalam donor darah dalam pemenuhan kebutuhan stok darah.

D. Kerangka Konseptual

1. Strategi Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah interaksi antara organisasi dan masyarakatnya, baik internal maupun eksternal. Tujuannya untuk menyampaikan pesan, membangun hubungan, dan mendorong dialog untuk mencapai solusi bersama. Komunikasi publik juga melibatkan penyampaian informasi dan strategi untuk meningkatkan kesadaran dan memengaruhi sikap atau perilaku publik. Hal ini dijelaskan dalam Peraturan Menteri Kesehatan nomor 81 tahun 2015 tentang pedoman umum kehumasan.

Strategi komunikasi publik adalah rencana yang disusun secara sistematis dan terorganisir untuk mencapai tujuan komunikasi publik yang telah ditetapkan (Widiatama, 2007). Selanjutnya menurut Anwar strategi komunikasi publik adalah serangkaian langkah yang terencana dan tersusun rapi yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi public (Anwar, 2010). Strategi komunikasi publik adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis dan terorganisir untuk mencapai tujuan komunikasi publik yang telah ditetapkan (Yumarta, 2018).

Agar komunikasi publik diterima dengan baik, diperlukan perencanaan yang matang dan strategi yang tepat. Hal ini penting untuk memastikan pesan tersampaikan dengan jelas dan membuka ruang dialog terbuka antara publik dan pemerintah.

Untuk merumuskan sebuah strategi komunikasi menurut Arifin (1984: 10) dalam bukunya Strategi Komunikasi, perlunya memperhitungkan kondisi dan

situasi berdasarkan ruang dan waktu yang akan dihadapi dan yang kelak akan dihadapi untuk mencapai efektivitas. Dengan menggunakan komunikasi secara sadar guna terciptanya perubahan pada publik dengan mudah dan cepat (Suryadi, 2018).

Ada beberapa langkah dalam Menyusun pesan dalam strategi komunikasi publik agar komunikasi yang dilakukan dapat efektif (Lestari, 2020), yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengetahui khalayak yang menjadi sasaran komunikasi,
- 2) Menyusun pesan,
- 3) Menetapkan metode, dan
- 4) Memilih media yang akan di gunakan.

2. Minat

Minat adalah sumber motivasi yang mengarahkan seseorang pada tindakan apa yang akan dilakukan jika dihadapkan pada sebuah pilihan yang didalamnya terdapat dua aspek, yaitu Aspek kognitif (rasa keingintahuan) dan Aspek afektif (berupa sikap terhadap suatu kegiatan atau objek yang menumbuhkan minat) (Hurlock, 2002).

Minat adalah suatu kecenderungan atau ketertarikan yang kuat terhadap suatu objek atau kegiatan tertentu, yang disertai dengan perasaan senang dan ingin tahu, serta hasrat untuk selalu terlibat dalam objek atau kegiatan tersebut (Nursalim, 2008). Minat menurut Slameto dalam buku "*Psikologi belajar*" yang dikutip oleh Syaiful Bahri Djamarah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. (Djamarah, 2002:157). Minat donor darah merupakan ketertarikan seseorang terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan donor darah sehingga menimbulkan keinginan untuk melakukan hal tersebut (Shinta et al., 2022).

3. Donor Darah

Donor darah merupakan kegiatan pengambilan sebagian darah yang ada di dalam tubuh kita melalui serangkaian proses tertentu dan nantinya akan disalurkan untuk pasien yang membutuhkan dalam metode transfusi darah. (Makiyah, 2016). Donor darah adalah proses pengambilan darah dari tubuh orang yang sehat untuk membantu orang lain yang membutuhkan transfusi darah (Brunson et al. 2021).

Donor darah adalah proses pengambilan darah dari tubuh orang yang sehat untuk disimpan di bank darah atau digunakan untuk transfusi darah kepada orang lain yang membutuhkan (Guyton & Hall, 2020). Donor darah juga merupakan bentuk kegiatan sosial untuk mewujudkan kepedulian antarsesama dan sebagai sarana penting dalam mempromosikan gaya hidup sehat bagi kesehatan masyarakat (Septiani, 2019).

Donor darah ternyata membawa banyak manfaat bagi kesehatan pendonornya. Beberapa manfaat tersebut antara lain, menurunkan risiko penyakit jantung dan pembuluh darah, kanker, membantu menurunkan berat badan, mendeteksi penyakit serius, memperpanjang usia, dan meningkatkan kesehatan mental. (pmisumut, 2019). Namun, tidak semua orang bisa menjadi pendonor. Menurut PMI Kota

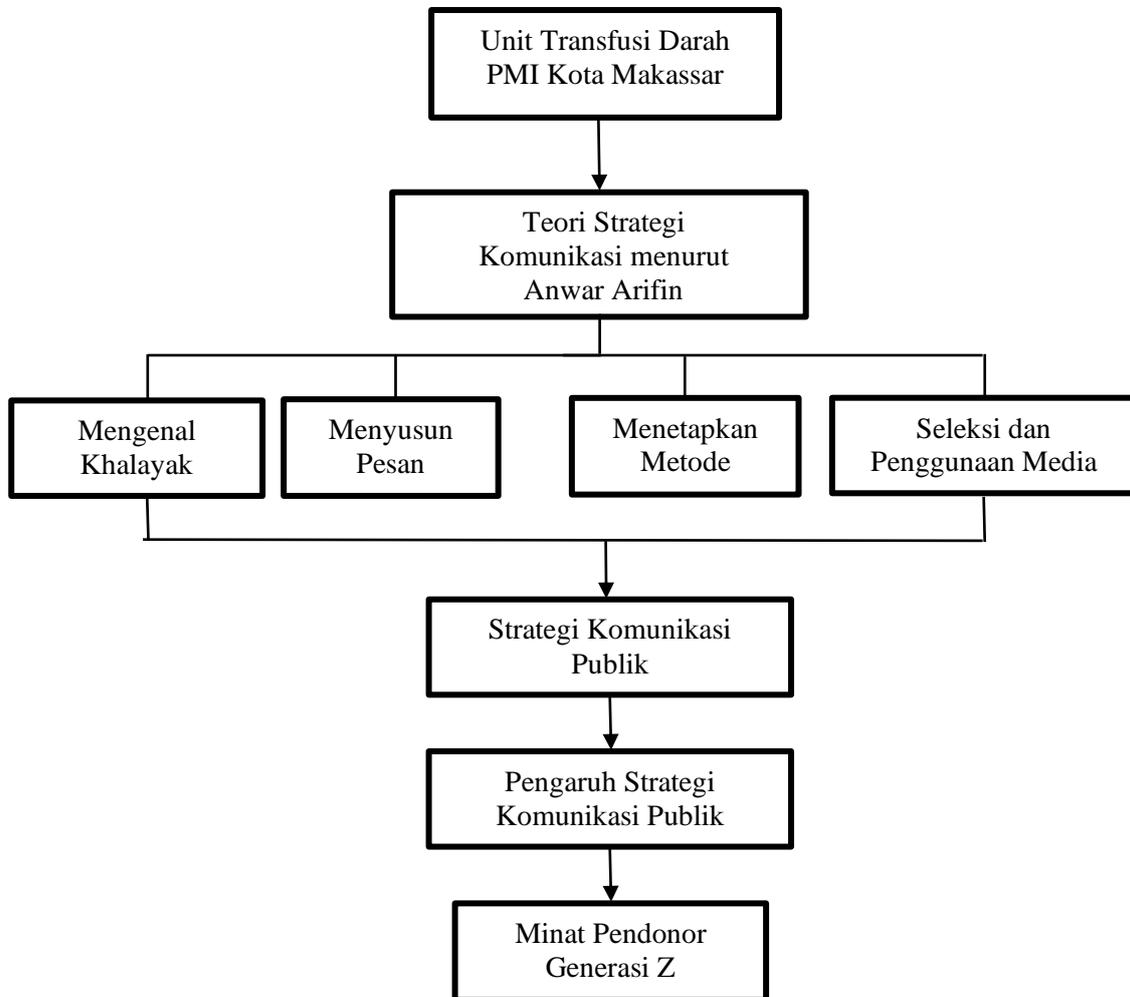
Makassar (2020), persyaratan untuk menjadi pendonor darah adalah sehat jasmani dan rohani, berusia 17-65 tahun, memiliki berat badan minimal 45 kg, tekanan darah 100-170 (systolic) dan 70-100 (diastolic), kadar hemoglobin 12,5g%-17,0g%, dan interval donor minimal 12 minggu (3 bulan) sejak donor darah terakhir (maksimal 5 kali dalam 2 tahun).

4. Generasi Z

Dkopperschmidt (dalam Stillman, 2018) mendefinisikan generasi sebagai kelompok individu yang lahir dan tumbuh pada periode waktu yang sama, memiliki pengalaman historis yang serupa, dan dipengaruhi oleh faktor-faktor signifikan yang sama. Dengan kata lain, generasi adalah kumpulan orang yang dihubungkan oleh peristiwa dan pengalaman yang terjadi pada masa hidup mereka. Generasi Z, contohnya, dibesarkan di era digital dan teknologi internet, sehingga mereka sangat familiar dengan media sosial dan menjadikan teknologi sebagai bagian integral dari identitas mereka (Singh dan Dangmei, 2016).

Generasi Z atau Generasi Z adalah seluruh generasi yang lahir mulai tahun 1997 hingga 2012. Artinya, Generasi Z adalah generasi setelah milenial. Jadi, pada tahun 2023 ini, anak-anak yang berusia 12-27 tahun termasuk ke dalam Generasi Z. Namun demikian, sejumlah lembaga seperti badan statistik Kanada, agensi Sparks and Honey, Mccrindle Research Centre mengatakan bahwa Generasi Z adalah generasi yang lahir mulai tahun 1995.

Untuk lebih memperjelas penelitian yang akan diteliti dapat diamati pada kerangka konseptual berikut :



Gambar 1.1 Kerangka konseptual
Sumber : Data Primer, 2024

E. Definisi Operasional

Dalam penelitian tentang strategi komunikasi publik UTD PMI Kota Makassar dalam menggalang minat pendonor generasi z, akan dikemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi publik adalah upaya terencana dan terorganisir yang dilakukan oleh Unit Transfusi Darah (UTD) PMI Kota Makassar untuk

menyampaikan informasi dan pesan kepada publik, khususnya Generasi Z, tentang pentingnya donor darah dan mendorong partisipasi mereka dalam kegiatan donor darah.

2. Minat donor adalah keinginan atau niat seseorang untuk menjadi pendonor, khususnya dalam konteks donor darah. Ini mencakup keinginan secara sukarela seseorang untuk memberikan sebagian dari darahnya untuk kepentingan kesehatan masyarakat.
3. Generasi Z merupakan generasi yang lahir berkisar antara tahun 1997-2012. Generasi Z adalah generasi yang lahir dan besar di era digital. Mereka memiliki karakteristik global, beragam, berpikiran terbuka, dan kritis.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan yaitu pada bulan Maret 2024 sampai dengan bulan April 2024. Sedangkan lokasi penelitian adalah di UTD PMI Kota Makassar yang terletak di Jalan Kandeia Nomor: 16 Kelurahan Baraya, Kecamatan Bontoala, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diteliti bersifat kualitatif deskriptif. 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.

Menurut Moleong (2017) pendekatan deskriptif kualitatif adalah 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.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan pengumpulan dan analisis data deskriptif dan interpretatif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami pandangan, sikap, dan persepsi Generasi Z, serta memberikan pemahaman tentang konteks dan makna yang terkait dengan efektivitas komunikasi publik dalam menggali minat pendonor Generasi Z.

3. Teknik Penentuan Informan

Teknik yang digunakan untuk penentuan informan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu pendekatan dalam pengambilan informan di mana peneliti dengan sengaja memilih informan atau partisipan yang memiliki karakteristik tertentu yang dianggap relevan atau penting untuk penelitian.

Syarat-syarat untuk pemilihan informan ditentukan sebagai berikut :

1. Informan I Generasi Z :
 - Berusia 17-27 Tahun
 - Memiliki pemahaman tentang donor darah.

- Pernah mendonorkan darah minimal 3 kali.
- Memiliki pengalaman positif atau negatif dengan donor darah.
- Memiliki pengetahuan tentang manfaat, proses, dan persyaratan donor darah.

Tabel 1.1 Profil Informan I

No.	Nama	Usia	Jabatan/Status
1.	Umi Aulia Sari M	24 Tahun	Pendonor Generasi Z
2.	M. Nur Arafah	22 Tahun	Pendonor Generasi Z

2. Informan II Pegawai PMI Kota Makassar :

- Memiliki pemahaman tentang media sosial dan cara penggunaannya untuk komunikasi publik.
- Memiliki pemahaman tentang strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau Generasi Z.
- Memiliki pengalaman dengan kegiatan komunikasi publik.

Tabel 1.2 Profil Informan II

No.	Nama	Usia	Jabatan/Status
1.	Rahmat Widod	29 Tahun	Humas UTD PMI Kota Makassar
2.	Dr. Syamsu Rizal MI., S.Sos., M.Si. atau Daeng Ical	50 Tahun	Ketua PMI Kota Makassar
3.	Drs. M. Khudry Arsyad, M.I.Kom	58 Tahun	Wakil Ketua UTD PMI Kota Makassar
4.	Fadly Padi	48 Tahun	Duta Donor PMI Kota Makassar

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari tiga tahap utama: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pertama, observasi digunakan sebagai metode pengumpulan data kualitatif yang fokus pada deskripsi fenomena tertentu. Peneliti terlibat langsung dalam kegiatan informan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam.

Kedua, teknik wawancara dilakukan melalui percakapan dengan informan, yang diharapkan memberikan informasi terkait penelitian, khususnya mengenai menggalang minat donor darah Generasi Z. Wawancara dilakukan dengan pertanyaan yang dirancang untuk menggali makna dari topik tertentu.

Ketiga, dokumentasi digunakan sebagai sumber data hasil wawancara dan observasi. Dokumentasi tersebut melibatkan materi promosi, media sosial, laporan kampanye, dan dokumentasi kegiatan donor darah sebelumnya. Data ini diperoleh dari unit pelayanan donor UTD PMI Kota Makassar dan sumber-sumber terkait yang memiliki kredibilitas dalam konteks penelitian. Dokumentasi dapat berupa tulisan karya ilmiah, buku literatur, gambar, video, atau karya monumental yang diharapkan melengkapi hasil penelitian dengan informasi yang lebih komprehensif.

5. Teknik Analisi Data

Teknik analisis data adalah suatu pendekatan sistematis untuk mengorganisir, menguraikan, dan memberikan makna pada data yang dikumpulkan dalam sebuah penelitian. Miles dan Huberman menyatakan bahwa analisis data dilakukan secara berkelanjutan hingga mencapai titik kejenuhan (Miles dan Huberman, 2009: 41). Adapun secara skematis 4 tahapan dalam analisis data yang dikemukakan oleh

Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1) Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari pengamatan, wawancara, dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan, terbagi menjadi dua aspek: deskripsi dan refleksi. Deskripsi mencakup data alami tentang apa yang terlihat, didengar, dirasakan, disaksikan, dan dialami oleh peneliti terkait fenomena yang diamati. Di sisi lain, catatan refleksi berisi impresi, komentar, dan interpretasi peneliti terhadap temuan, berfungsi sebagai panduan untuk pengumpulan data berikutnya. Untuk mencatat informasi ini, peneliti melakukan observasi dan wawancara terhadap beberapa informan.

2) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data yang masih kasar yang diperoleh di lapangan. Ini merupakan komponen dari analisis data yang melibatkan serangkaian metode untuk menyempurnakan, mengelompokkan, mengarahkan, menghilangkan data yang tidak relevan, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan diverifikasi.

3) Penyajian Data

Data dan informasi yang terkumpul di lapangan disusun dalam sebuah matriks, disajikan sesuai dengan hasil penelitian di lapangan agar peneliti memiliki pemahaman yang kuat terhadap data. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesalahan dalam analisis dan memudahkan penarikan kesimpulan. Penyajian data

bertujuan untuk merinci informasi kompleks menjadi bentuk yang lebih sederhana, memudahkan pemahaman.

4) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung, seperti halnya reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perhitungan kondisi dan situasi yang dihadapi dan yang akan dihadapi, untuk mencapai efektivitas (Anwar Arifin, 1984, 10). Menurut Rogers (1982) dikutip dalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Cangara, 2014) bahwa pengertian strategi merupakan suatu komunikasi sebagai rancangan yang bertujuan untuk mengubah tingkah laku manusia melalui transfer ide-ide baru.

Selanjutnya Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi campuran yang terbaik dari seluruh elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima, hingga pada pengaruhnya yang dirancang untuk menggapai tujuan komunikasi yang diharapkan (Cangara, 2017). Dengan demikian, strategi komunikasi akan melibatkan rancangan kelola pada seluruh komponen komunikasi secara holistik, karena komunikasi adalah suatu proses yang berjalan dipengaruhi oleh seluruh komponen yang terkait. Sehingga kesadaran dan partisipasi masyarakat semakin meningkat.

Para ahli banyak yang beranggapan bahwa teori komunikasi terbaik untuk menyusun strategi komunikasi adalah teori yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell. Teori Lasswell tersebut menjelaskan bahwa kegiatan komunikasi dapat dianalisis dengan menjawab pertanyaan “Siapa (sumber), Apa (pesan), Melalui apa (saluran), Kepada siapa (penerima), dan Dengan efek apa (dampak)”. (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*) (Laswell, 1960).

Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikasi melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Elemen-elemen ini saling terkait dan fungsional untuk memahami proses komunikasi. Model yang diutarakan Lasswell ini secara jelas mengelompokkan elemen-elemen mendasar dari komunikasi ke dalam lima elemen yang tidak bisa dihilangkan salah satunya (Laswell dalam Littlejohn, 1996:334).

Agar pesan tersampaikan secara efektif, maka komunikasi perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi (Arifin, 2014:64). Langkah-langkahnya yaitu sebagai berikut :

a. Mengenal Khalayak

Mengetahui khalayak adalah langkah pertama yang harus dilakukan oleh komunikator dalam upaya menyampaikan komunikasi yang efektif. Selama proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak harus memiliki kepentingan yang sama; tanpa kepentingan ini, proses komunikasi tidak akan berlangsung. Komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak, terutama dalam bentuk pesan, metode, dan media.

b. Menyusun pesan

Selanjutnya menyusun pesan menjadi langkah berikutnya dalam perumusan strategi komunikasi, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu agar pesan dapat mempengaruhi khalayak, dapat dimengerti oleh khalayak, mampu membangkitkan perhatian khalayak. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan

yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

c. Menetapkan metode

Selain kemantapan isi pesan yang sesuai dengan keadaan khalayak, faktor lain yang mempengaruhi efektivitas komunikasi adalah metode yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Menurut Anwar Arifin (1984:72-78), ada dua cara untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Cara pertama dilihat dari cara pesan disampaikan, dan cara kedua dilihat dari isi pesan. Dua metode berbeda digunakan untuk mempengaruhi khalayak yaitu:

- a) Metode Redundancy (Repetition), yang mempengaruhi khalayak dengan mengulangi informasi dan membuat penerima pesan lebih ingat pesan yang telah disampaikan berulang kali.
- b) Metode Canalizing, di mana komunikator mengenali khalayak terlebih dahulu dan mulai menyampaikan ide berdasarkan sikap, kepribadian, dan motivasi khalayak.

Sedangkan, penyampaian pesan berdasarkan bentuk isi pesan yaitu :

- a) Informatif, yaitu jenis pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan memberikan informasi. Menyampaikan apa adanya, apa sesungguhnya, berdasarkan fakta dan data yang akurat, serta pendapat yang akurat.
- b) Persuasif, yaitu mempengaruhi dengan membujuk.
- c) Edukatif, adalah salah satu cara untuk mempengaruhi audiens melalui pernyataan umum yang diucapkan. Memberikan ide, fakta, pendapat, dan

pengalaman dengan sengaja, teratur, dan terencana dengan tujuan mengubah tingkah laku komunikasi dikenal sebagai metode mendidik.

- d) Kursif, artinya mempengaruhi penonton secara paksa.

d. Seleksi dan Penggunaan media

Pemilihan media sangat penting untuk komunikasi yang efektif. Komunikasi melalui media memiliki empat karakteristik utama: tidak langsung, yang berarti harus melalui media teknis. Komunikasi bersifat satu arah, yang berarti tidak ada reaksi antara peserta komunikasi. Bersifat terbuka berarti memiliki publik terbesar dan terbatas.

Dalam buku "Dimensi-dimensi Komunikasi", Onong Uchjana Effendi (1981: 84) menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) dapat berubah-ubah tergantung pada situasi.

B. Komunikasi Publik

Komunikasi publik yaitu komunikasi yang ditujukan kepada semua orang yang menonton dan membacanya atau informasi yang ditujukan kepada khalayak ramai menggunakan pemancar-pemancar audio maupun visual (De Vito, 1982). Menurut Moke (2005) dalam Wahyu (2018) komunikasi publik merupakan strategi atau kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyediakan informasi serta untuk meningkatkan kepedulian dan mempengaruhi sikap kepada khalayak ramai.

Komunikasi publik sebagai pertukaran informasi berupa ide atau ajakan dengan sejumlah orang di dalam organisasi maupun di luar organisasi, menggunakan komunikasi verbal maupun non-verbal contohnya secara bertatap muka atau melalui media. Serta terkadang, informasi tersebut berupa virtual (Arni Muhammad, 2011). Dengan demikian, komunikasi publik merupakan salah satu diantaranya suatu tipe komunikasi yang membuktikan dimana suatu proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan di depan khalayak ramai, dalam suatu kondisi bertatap muka maupun virtual.

Komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga kepada publiknya, dengan tujuan untuk memberikan informasi, membangun pemahaman, dan mendorong partisipasi publik dalam berbagai program dan kegiatan organisasi (Nurudin, 2011). Komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga kepada publiknya, dengan menggunakan berbagai media dan saluran komunikasi, untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif dan saling menguntungkan (Hidayat, 2009).

Menurut Paisley dalam Fadhal (2020) menyebutkan Komunikasi publik memiliki pengertian sebagai berikut:

- a) Tujuan komunikasi mengubah kepercayaan seseorang dan kontrol sosial;
- b) Metode yang digunakan menggunakan media massa, iklan, online dan sebagainya.

Komunikasi publik mencakup pertukaran pesan dengan sejumlah individu yang terlibat dalam atau di luar sebuah organisasi, baik secara tatap muka maupun melalui media (Nasution, 2020). Komunikasi publik melibatkan serangkaian

langkah terencana, mulai dari memahami kebutuhan publik, merancang pesan yang tepat, melaksanakan kampanye komunikasi, hingga mengevaluasi efektivitasnya. (Subandriyo, 2020).

C. Minat

Menurut etimologi bahasa, minat adalah upaya dan kemampuan untuk mempelajari dan mencari sesuatu. Menurut istilah, minat adalah keinginan, kesukaan, dan keinginan untuk sesuatu yang diminatinya. Selain itu menurut Djali (2007), Minat adalah perasaan suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. H.C. Witherington (1982) menjelaskan bahwa minat adalah kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya.

Minat adalah suatu kecenderungan atau ketertarikan yang kuat terhadap suatu objek atau kegiatan tertentu, yang disertai dengan perasaan senang, ingin tahu, dan hasrat untuk selalu terlibat dalam objek atau kegiatan tersebut (Santrock, 2013). Minat merupakan suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan obyek yang menarik baginya (Woodworth dan Marquis, 2001). Oleh karena itu, minat didefinisikan sebagai dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, seperti kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki, atau terlibat dalam suatu aktivitas yang menarik bagi seseorang. Jika seseorang menunjukkan minat terhadap sesuatu, ini terjadi karena objek tersebut berguna untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut Widyastuti (Ikbal, 2011:12) minat adalah keinginan yang didorong oleh keinginan setelah melihat, membandingkan, dan mempertimbangkan kebutuhan. Selanjutnya menurut Sandjaja (Ikbal, 2011:13) minat adalah kecenderungan yang mendorong seseorang untuk mencari ataupun mencoba aktivitas dalam bidang tertentu. Minat juga dapat didefinisikan sebagai sikap positif terhadap aspek lingkungan. Selain itu, minat juga merupakan kecenderungan yang konsisten untuk memperhatikan suatu aktivitas dan menikmatinya sambil menikmatinya.

Minat sangat berpengaruh terhadap kegiatan seseorang karena seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya jika mereka memiliki minat (Purwanto, 2010). Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan (Slameto, 2003). Dari beberapa pendapat dari para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian minat adalah faktor yang mendorong seseorang melakukan sesuatu dengan perasaan suka dan tanpa ada paksaan.

1. Fungsi Minat

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi usaha seseorang untuk mencapai sesuatu adalah minat. Minat yang tinggi akan membuat seseorang serius dan gigih dalam mengejar tujuan mereka. Minat berfungsi bagi manusia karena dapat mengarahkan seseorang untuk mencapai tujuan hidupnya, sehingga dapat membawa seseorang pada hal-hal yang dianggap tidak perlu, seperti timbulnya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri tanpa membebani orang lain. Selain itu, minat mempengaruhi seluruh pendaharaan seseorang atau perspektif hidup mereka (Whiterington, 1999: 136).

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Reber dalam Muhibbin Syah (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang antara lain :

- 1) Faktor internal, suatu hal yang menimbulkan minat yang datang dari dalam diri sendiri. Faktor internal tersebut adalah pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan.
- 2) Faktor Eksternal, suatu hal yang membuat seseorang berminat datang dari luar diri seperti dorongan orang tua, teman, sarana dan prasarana atau fasilitas dan keadaan.

Menurut Janoer (Dewi, 2011:24), ada dua faktor yang mempengaruhi minat: faktor instrinsik, yang berarti apa yang terjadi di dalam diri seseorang tanpa pengaruh dari luar, dan faktor ekstrinsik, yang berarti apa yang terjadi di luar diri seseorang. Tiga komponen minat pada diri seseorang, menurut Crow dan Crow dalam yuwono dkk. (2008): a) Dorongan internal untuk memenuhi kebutuhan diri sebagai motivasi untuk melakukan sesuatu; b) Kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan sosialnya, yang akan menentukan posisi seseorang dalam lingkungan; dan c) Perasaan seseorang tentang pekerjaan yang mereka lakukan.

Faktor-faktor yang menarik minat seseorang, yaitu:

- 1) Kebutuhan internal, timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan ini, yang dapat berupa kebutuhan jasmani atau kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial, yang merupakan kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungannya.

- 3) Faktor emosional, yang merupakan tingkat intensitas perhatian seseorang terhadap kegiatan atau objek tertentu.

Selanjutnya Campbell (dalam Sofyan, 2004) mengatakan bahwa beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat seseorang untuk menjadi lebih produktif dan efektif adalah sebagai berikut:

1. Memperbaiki ide atau gagasan.
2. Memberikan hadiah yang merangsang.
3. Berkenalan dengan orang-orang yang kreatif.
4. Berpetualang, yaitu melakukan perjalanan sehat di lingkungan sekitar Anda.
5. Mengembangkan fantasi.
6. Menumbuhkan sikap positif.

Dari beberapa pendapat diatas menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang yaitu faktor intern, yang berasal dari dalam diri, dan faktor eksternal, sesuatu yang berasal dari luar diri.

D. Donor Darah

Salah satu kegiatan penting dalam bidang kesehatan adalah donor darah, yaitu pengambilan darah secara sukarela dari seseorang untuk disimpan di bank darah. Tujuan donor darah adalah untuk penggunaan darah untuk keperluan pengobatan dan pemulihan kesehatan, yang mencakup pengadaan, pengolahan, dan penyampaian darah kepada pasien (Munandar, 2008).

Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan dan Peraturan Presiden Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Pelayanan Darah, Pasal 1, poin (6) menyatakan bahwa menyumbangkan darah atau komponen darah kepada pasien

dalam upaya penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan adalah kegiatan yang dimaksudkan untuk dilakukan.

Selanjutnya, transfusi darah adalah penyaluran darah, baik darah lengkap maupun komponen darah, dari seseorang ke sistem peredaran darah orang lain untuk membantu mereka pulih (Departemen Kesehatan RI, 2001). Kondisi medis seperti transfusi darah melibatkan kehilangan darah dalam jumlah besar karena trauma, operasi, syok, atau kegagalan organ pembentuk sel darah merah berfungsi (Lestariyani & Herawati, 2017).

Menyalurkan darah atau produk berbasis darah ke sistem peredaran orang lain dikenal sebagai donasi darah. Negara berkembang memiliki tingkat kematian yang relatif tinggi karena tidak tersedianya cadangan darah untuk transfusi. Tingkat penyumbang Indonesia jauh lebih rendah daripada beberapa negara kecil di Asia, dengan 6-10 orang per 1000 penduduk (Situmorang et al., 2020). Donor darah merupakan Pengambilan darah secara sukarela dari seseorang untuk disumbangkan ke pasien yang membutuhkan untuk membantu menyembuhkan penyakit mereka. Darah kemudian disimpan di Unit Donor Darah PMI atau Bank Darah rumah sakit, dan kemudian diberikan kepada pasien (Malik et al., 2020).

Dalam buku pedoman Pelayanan Transfusi Darah (2007), terdapat 3 jenis donor darah yaitu : donor sukarela yaitu pendonor yang menyumbangkan darahnya secara sukarela untuk siapapun yang membutuhkan, donor pengganti yaitu pendonor yang menyumbangkan darahnya untuk pasien yang ia kenal seperti teman, keluarga, kerabat, kemudian donor komersial, pendonor yang

menyumbangkan darahnya dalam kegiatan donor darah biasanya dalam event tertentu (Murni Hartini et al., 2021).

Unit Transfusi Darah bertanggung jawab atas kualitas, keamanan, dan kebersihan darah. Ini sangat penting karena darah dapat menularkan berbagai penyakit. Oleh karena itu, orang yang berencana untuk mendonorkan darah harus menjalani sejumlah prosedur sebelum pengambilan darah, salah satunya adalah pemeriksaan golongan darah (A, B, AB, O). Kesalahan yang dilakukan selama pemeriksaan ini dapat sangat berbahaya bagi penerima donor, karena dapat terjadi pembekuan darah karena perbedaan antigen yang berbeda (Amalia et al., 2021).

Karena ketersediaan stok darah yang tidak sebanding dengan permintaan, beberapa pasien tidak dapat menerima donasi darah. Namun, masalah kesehatan seorang pendonor adalah salah satu alasan mengapa mereka tidak dapat melakukan donor darah. Calon pendonor harus mematuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Menurut Palang Merah Indonesia (2020), berikut adalah persyaratan untuk donor darah:

1. Tubuh dalam kondisi sehat (suhu tubuh 36-37.5 derajat celcius, denyut nadi 60-100 x/i, kadar HB 12.5-17 gr/dl, tekanan darah sistolik 110-159 mmHg, tekanan darah diastolik 70-95 mmHg)
2. Usia 17-59 tahun
3. Membawa identitas diri seperti KTP, SIM, Paspor.
4. Tidur minimal 5 jam sebelum donor dan tidak begadang
5. Berat badan minimal 47 kg
6. Tidak mengonsumsi obat

7. Jarak terakhir melakukan donor darah yaitu 61 hari atau sekitar 3 bulan
8. Wanita tidak sedang hamil, menyusui, menstruasi
9. Tidak pecandu alkohol dan narkoba
10. Tidak bertato dan bertindik

E. Generasi Z

Dalam dunia kerja yang bergantung pada sumber daya manusia, kelompok generasi muncul. Penelitian pertama tentang perbedaan generasi dilakukan oleh Mannheim (Budiati, 2018). Menurutnya, generasi adalah kumpulan orang dengan pengalaman dan umur yang sama. Kebiasaan dari setiap generasi juga memiliki karakteristik yang berbeda seiring dengan kemajuan zaman (Budiati, 2018).

Generation Z dibesarkan dengan internet sosial dan berfokus pada teknologi dan digital (Singh dan Dangmei, 2016). Generasi Z adalah generasi yang sangat berpengaruh di komunitasnya. Ini adalah hasil dari terpapar berbagai hal di internet. Generasi ini akan mengungkapkan pengalaman negatif atau positif mereka di media sosial (Sladek dan Grabinger, 2014). Generasi Z juga disebut sebagai generasi yang berpikiran global. Mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang di seluruh dunia.

Menurut pendapat populer, karakteristik Generasi Z adalah tingginya pemahaman mereka akan teknologi. Hal ini karena sejak lahir sudah bersentuhan dengan gawai (Zorn, 2017). Gen Z merupakan orang yang lahir pada kurun 1995-2010. Mereka disebut sebagai penduduk asli digital karena sejak usia dini telah terpapar oleh internet dan telfon genggam (Francis & Hoefel, 2018).

Istilah Generasi Z telah digunakan sebelumnya oleh jurnalis Bruce Horovitz, tetapi dengan rentang umur yang tidak jelas. Namun pada tahun 2014, agen pemasaran Sparks and Honey mulai menggunakan istilah "Generasi Z" dengan lebih sering dalam presentasinya. Presentasi tersebut mendefinisikan Generasi Z dengan tahun lahir 1995–2010.

Setelah itu, Badan Statistik Kanada mulai menghitung Generasi Z. Mereka menemukan bahwa Generasi Z adalah anak-anak yang lahir antara tahun 1995 dan 2011. Namun, menurut Mccrindle Research Centre di Australia, Generasi Z adalah generasi yang lahir dari 1995 hingga 2009, dan MTV mengatakan bahwa Generasi Z lahir setelah Desember 2000. Dari beberapa pendapat di atas mengenai Generasi Z, dapat peneliti simpulkan bahwa Generasi Z adalah generasi yang lahir berkisar antara tahun 1996-2012, hal ini juga dijelaskan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia.

Generasi Z juga dikenal sebagai iGeneration, atau generasi (Putra, 2016). Generasi Z sering bersosialisasi melalui internet dan telah menjadi bagian dari teknologi sejak kecil. Mereka juga akrab dengan smartphone, yang membuat mereka dianggap sebagai generasi yang kreatif.

Indikator demografis setiap generasi penduduk biasanya terjadi 15 sampai 18 tahun yang berbeda dari generasi sebelumnya hingga generasi selanjutnya. Menurut Santosa (2015) beberapa indikator anak-anak yang termasuk dalam Generasi Z yaitu:

1. Memiliki keinginan besar untuk mencapai kesuksesan. Generasi Z biasanya positif dan optimis dalam mencapai mimpi mereka.

2. Cenderung praktis dan bertindak cepat. Generasi Z menyukai memecahkan masalah praktis. Akibatnya, mereka tidak mau menghabiskan banyak waktu untuk mempelajari masalah tersebut.
3. Cinta kebebasan dan percaya diri. Generasi ini sangat menghargai kebebasan berpendapat, berkreasi, dan berekspresi, antara lain.
4. Mereka biasanya menyukai hal-hal yang detail. Generasi ini sangat kritis dalam berpikir dan sangat memperhatikan masalah atau fenomena. Hal ini disebabkan oleh fakta banyak cara yang mudah untuk mencari informasi.
5. Berkeinginan untuk menerima pengakuan. Pada dasarnya, semua orang ingin dihargai atas upaya, usaha, dan kemampuan mereka.
6. Teknologi digital dan informasi. Generasi Z muncul saat dunia mulai berkembang dan merambah. Generasi ini menggunakan teknologi dalam semua aspek dan fungsi sehari-hari.

a. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z lahir di era teknologi canggih di mana internet merambah semua orang. Generasi NET juga dikenal sebagai Generasi Z karena mereka sangat tergantung pada teknologi, mahir menggunakan berbagai sumber informasi, dan selalu terhubung ke internet. Sebagian besar, generasi ini sudah memiliki penghasilan yang cukup besar. Gazali (2021) menjelaskan karakteristik Generasi Z adalah:

1. Multi-Tasking, Generasi Z memiliki kemampuan untuk melakukan banyak tugas sekaligus. Misalnya, mereka dapat mengetik di laptop sembari mendengarkan musik dari internet, menggunakan ponsel untuk mengakses

media sosial, mencari referensi penting untuk menyelesaikan tugas, dan menonton televisi.

2. Teknologi, generasi ini sangat bergantung pada teknologi, terutama yang berbasis internet. Mereka mungkin menghabiskan tiga hingga lima jam setiap hari untuk mengakses media sosial.
3. Terbuka, hal ini karena media sosial, mereka adalah generasi yang terbuka terhadap hal-hal baru dan senang mencoba hal-hal baru.
4. Audio-visual, generasi ini lebih menyukai Gambar, video, grafis, dan bentuk audio-visual lainnya daripada teks tulisan.
5. Kreatif, artinya mereka menjadi kreatif karena banyaknya informasi yang mereka dapatkan dari perangkat mereka.
6. Inovatif, artinya mereka tidak puas dengan keadaan saat ini, jadi mereka berusaha menemukan cara untuk mempermudah hidup mereka.
7. Kritis, karena mereka dapat mengakses berbagai sumber secara acak, mereka dapat kritis dalam membaca karena sumber yang dibaca tidak pernah tunggal.
8. Berkolaborasi, era persaingan seakan berakhir di tangan mereka. Mereka lebih suka bekerja sama dengan generasi lain untuk memecahkan masalah.

Generasi Z adalah generasi yang penuh dengan potensi dan memiliki banyak hal untuk ditawarkan kepada dunia. Mereka adalah generasi yang akan membawa perubahan dan inovasi di masa depan.