



NOMOR SKRIPSI  
4734/KOM-D/SD-S1/2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF UNIT TRANSFUSI  
DARAH PMI PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH DONOR DARAH SUKARELA DI TENGAH  
PANDEMI COVID-19**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S. Ikom)**

Oleh :

**M. RIZKI ARFAN**

**11743101749**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**2021**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

#### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M.Rizki Arfan  
NIM : 11743101749  
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru Dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela Ditengah Pandemi Covid-19

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 8 Juli 2021

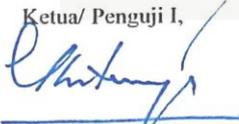
Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2021

  
Dekan  
**Dr. Imron Rosidi, S.Pd. M.A**  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

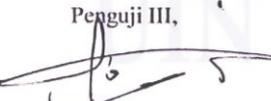
Ketua/ Penguji I,

  
**Dr. Toni Hartono, M.Si**  
NIP. 19780605 200701 1 024

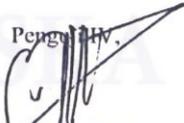
Sekretaris/ Penguji II,

  
**Yefni, M.Si**  
NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji III,

  
**Rafidadi, M.A**  
NIP. 19821225 201101 1 011

Penguji IV,

  
**Edison, M.I.Kom**  
NIK. 130 417 082

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halaman Persetujuan Pembimbing

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**KOMUNIKASI PERSUASIF UNIT TRANSFUSI DARAH PALANG  
MERAH INDONESIA (UTD PMI) PEKANBARU DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH DONOR DARAH SUKARELA DI  
TENGAH WABAH COVID-19**

Disusun Oleh :



**M. Rizki Arfan**  
NIM. 11743101749

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal : 29 Juli 2020

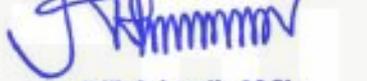
Pembimbing



**Intan Kemala, S.Sos, M. Si**  
NIK. 198106122008012017

Mengetahui :

Mengetahui:  
Ketua Prodi Teknik Komunikasi



**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.**  
Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.  
NIP. 196311181996032001  
NIK. 196311181996032001

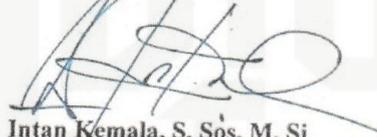


**KOMUNIKASI PERSUASIF UNIT TRANSFUSI DARAH PMI  
PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH DONOR DARAH  
SUKARELA DI TENGAH PANDEMI COVID-19**

Disusun Oleh:  
**M. RIZKLARFAN**  
NIM. 11743101749

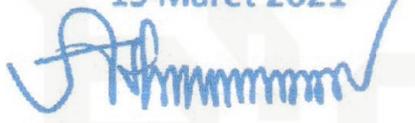
Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 08 Maret 2021

Pembimbing

  
**Intan Kemala, S. Sos. M. Si**  
NIP. 198106122008012017

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,  
15 Maret 2021

  
**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si**  
NIP. 196911181996032001

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 08 Maret 2021

No : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 (Satu) eksemplar  
 Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
 di-

Tempat

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : M. Rizki Arfan  
 NIM : 11743101749  
 Judul Skripsi : **Komunikasi Persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru Dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela Di Tengah Pandemi COVID-19**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.lkom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui:  
 Pembimbing,

**Intan Kemala, S. Sos., M. Si**  
 NIP. 198106122008012017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : M. Rizki Arfan  
 NIM : 11743101749

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela di Tengah Pandemi Covid-19”** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 06 Juni 2021  
 Yang membuat pernyataan

M. Rizki Arfan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : M. Rizki Arfan**  
**Prodi : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela di Tengah Pandemi Covid-19**

Penelitian ini didasarkan pada strategi yang dilakukan UTD PMI Pekanbaru dalam mengajak masyarakat untuk berdonor guna meningkatkan jumlah donor sukarela selama masa pandemi Covid-19. Upaya persuasif yang dilakukan agar dapat meningkatkan jumlah donor darah sukarela yang cenderung menurun. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan peneliti mengumpulkan informasi melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi persuasif dari Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach terdiri dari psikodinamika, sosio kultural, dan the meaning construction. Dalam strategi psikodinamika strateginya adalah melibatkan emosi untuk melihat fenomena lingkungan. Strategi sosiokultural memanfaatkan faktor dari luar diri individu. Strategi *the meaning construction* lebih kepada kampanye dan pemberian pengetahuan yang dilakukan oleh UTD PMI Pekanbaru.

**Kata Kunci :** Strategi, Komunikasi Persuasif, Donor Darah, UTD PMI, Covid-19

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRACT**

**Name** : M. Rizki Arfan  
**Department** : Science of Communication  
**Title** : *Strategies of Persuasive Communication to Increase the Number of Voluntary Blood Donor during the Covid-19 Pandemic*

*This research is based on the strategy carried out by UTD PMI Pekanbaru in inviting the public to donate to increase the number of voluntary donors during the Covid-19 pandemic. Persuasive efforts were made to increase the number of voluntary blood donors which tended to decrease. This study uses a qualitative descriptive approach and the researcher collects information through in-depth interviews, observation and, documentation. The theory used is the theory of persuasive communication from Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball-Rokeach who consisted of psychodynamics, socio-cultural, and the meaning construction. In the psychodynamic strategy, the strategy is to involve emotions to see environmental phenomena. Sociocultural strategies utilize factors from outside the individual. The meaning construction strategy is more about campaigns and knowledge sharing conducted by UTD PMI Pekanbaru.*

**Keyword** : *Strategies, Persuasive Communication, Blood Donor, Blood Transfusion, Covid-19*



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, kemudian shalawat dan salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan alam kita yakni Nabi Muhammad SAW, berkat perjuangan beliau lah akhirnya kita dapat merasakan kenikmatan yang tidak terhingga yakni Iman dan Islam sebagaimana yang telah kita rasakan pada saat ini sampai pada akhir nantinya. Demikian juga yang penulis rasakan, akhirnya dengan izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF UNIT TRANSFUSI DARAH PMI PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH DONOR DARAH SUKARELA DI TENGAH PANDEMI COVID-19”** ini sebagai syarat akhir untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S. Ikom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, khususnya kepada ayah dan ibu penulis, yaitu Bapak Muspar dan Ibu Mardiana yang selalu senantiasa mencurahkan kasih, sayang dan motivasinya kepada penulis. Terimakasih juga kepada kakak-kakak dari penulis yaitu Mariani, Susanti, Susilawati dan Dedek Indriani yang juga selalu mengingatkan dan mendukung penuh perjuangan penulis dari kecil hingga sekarang. Tidak lupa juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang senantiasa memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini hingga akhirnya skripsi ini selesai. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan dengan penuh hormat ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta bapak-bapak Wakil Rektor.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Beliau adalah yang senantiasa memberikan dukungan kepada seluruh Mahasiswa FDK untuk terus berprestasi di berbagai kancah.
3. Bapak Dr. Masduki, M. Ag, Bapak Toni Hartono, M. Si dan Bapak Azni, M. Ag selaku wakil dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu mendukung Mahasiswa Ilmu Kounikasi untuk terus berkarya dan berprestasi.
5. Ibu Intan Kemala S. Sos, M. Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memotivasi peneliti mulai dari awal penelitian hingga penelitian ini selesai.
6. Bapak Yantos, S. IP, M. Si selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang senantiasa dengan sabar membimbing peneliti dari masa mahasiswa baru sampai saat ini.
7. Segenap Dosen-Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa membimbing dan memberikan banyak ilmu kepada peneliti, semoga bimbingan dan ilmu dari bapak ibu dosen sekalian senantiasa menjadi ladang pahala yang terus mengalir sampai akhir hayat nanti.
8. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dalam hal perizinan dan administrasi, terima kasih banyak.
9. Seluruh staff UTD PMI Pekanbaru yang telah membantu dan mempermudah peneliti dalam melaksanakan wawancara maupun penelitian.
10. Nouke Juniandini, Kak Rizki Winarti, Rini Fitriani, Yola Sintia, Putri Delima Ritonga, Rifal Sanjari, Mas Kurniawan, Siti Nurhaliza, Tania Octaviana, Lusi Afriani, Kurnia Sandi, T Sy Hanifah Zhafira dan seluruh teman-teman yang telah menemani dan memberikan waktu dan motivasi kepada penulis. Terimakasih banyak.
11. Seluruh teman-teman Public Relation B (Ampera Basi), Komunikasi J, anak-anak BCD, serta pihak yang telah menemani dan membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga amal dari pihak-pihak yang saya sebutkan diatas mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sanagat peneliti harapkan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Pekanbaru, 06 Juni 2021

M. Rizki Arfan

NIM. 11743101749

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah .....	6
4. Donor Darah Sukarela .....	7
C. Ruang Lingkup Kajian .....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
G. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Terdahulu .....	10
B. Landasan Teori .....	13
C. Kerangka Pemikiran .....	30
D. Konsep Operasional.....	31
<b>BAB III 35METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
A. Desain Penelitian .....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
C. Sumber Data Penelitian .....	36
D. Informan Penelitian .....	37
E. Teknik Pengumpulan Data .....	37
F. Validasi Data .....	39
G. Teknik Analisis Data .....	40
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM UTD PMI PEKANBARU .....</b>	<b>41</b>
A. Profil Singkat UTD PMI Pekanbaru.....	41



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B.	Visi dan Misi .....	42
C.	Struktur Organisasi .....	43
D.	Pelayanan Transfusi Darah.....	43
E.	Program dan Kegiatan .....	45
1.	Kerjasama Penyediaan Darah.....	45
2.	Gerakan 1000 Kantong Darah Provinsi Riau .....	47
3.	Donor Darah Konvalesen .....	48
4.	Mobil Unit Transfusi Darah .....	48
<b>BAB V</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A.	Strategi Komunikasi Persuasif Yang Digunakan UTD PMI Pekanbaru .....	49
B.	Bentuk Komunikasi Persuasif yang Dilakukan UTD PMI Pekanbaru .....	61
C.	Analisis dan Pembahasan .....	62
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A.	Kesimpulan.....	70
B.	Saran .....	71
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pendonor Gerakan 1000 Kantong Darah.....	48
--	----





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Kantor UTD PMI Pekanbaru.....	42
Gambar 2. Kegiatan Donor di Bank Indonesia .....	46
Gambar 3. Kegiatan Donor BMPD Riau .....	46
Gambar 4. Kegiatan Donor di Mall SKA.....	46
Gambar 5. Kegiatan Donor RS Awal Bross bersama Darmayudha Kusuma Indonesia .....	47
Gambar 6. Kegiatan Darah IKPTB Riau.....	47
Gambar 7. Bentuk pesan yang digunakan UTD PMI Pekanbaru di sosial media Instagram.....	52
Gambar 8. Donor darah bersama dokter sekaligus influencer Pekanbaru, dr. Widy Hartono.....	56
Gambar 9. Pemberian pengetahuan di sosial media Instagram UTD PMI Pekanbaru .....	59
Gambar 10. Pemberian pengetahuan tentang donor darah itu aman di sosial media UTD PMI Pekanbaru .....	60
Gambar 11. Kegiatan donor darah kerjasama UTD PMI Pekanbaru dengan KRS UIN Suska Riau .....	64
Gambar 12. Konten Instagram UTD PMI Pekanbaru.....	66
Gambar 13. UTD PMI Pekanbaru melibatkan nilai agama dalam mempersuasi masyarakat.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi wawancara dengan dr. Kurnia Sari .....	81
Lampiran 2. Dokumentasi wawancara dengan dr. Asmah.....	81



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Darah adalah sumber daya yang unik yang berharga karena hanya bisa didapat dari orang-orang yang mendonorkan darah atau komponen-komponennya. Ada sekitar 92 juta ton darah diproduksi dari kegiatan donor darah setiap tahunnya di seluruh dunia.<sup>1</sup>

Donor darah adalah proses pemberian darah secara sukarela dengan maksud dan tujuan transfusi darah bagi orang lain yang membutuhkan.<sup>2</sup> WHO (*World Health Organization*) menyatakan bahwa donor darah merupakan kegiatan menyumbangkan darah untuk disimpan di bank darah atau keperluan transfusi darah. WHO merekomendasikan setidaknya 1 sampai 3 % populasi suatu daerah untuk mendonorkan darahnya, namun di beberapa Negara berkembang hanya bisa memenuhi dibawah 1 % saja.<sup>3</sup> Tingkat donasi rata-rata pada Negara berpenghasilan tinggi adalah 36,8 donasi per 1000 penduduk. Sedangkan pada Negara berpenghasilan menengah sebanyak 11,7 donasi dan pada Negara berpenghasilan rendah sebanyak 3,9 donasi.<sup>4</sup>

WHO (*World Health Organization*) memperkirakan bahwa setidaknya perlu 1% dari total penduduk untuk menyumbangkan darahnya agar bisa memenuhi kebutuhan minimum darah di suatu negara. Secara global, 70 negara memiliki tingkat pendonor darah kurang dari tingkat optimum, yaitu 10/1000 penduduk. Benua Afrika hanya berhasil mengumpulkan darah untuk memenuhi 41% dari permintaan pada tahun 2006. Negara membutuhkan 36.000 unit darah setiap tahunnya. Data menunjukkan bahwa 23.275 unit darah dikumpulkan pada tahun 2009 diikuti dengan penurunan untuk 20.401 unit yang dikumpulkan dalam 2010 dan 16.562 unit yang dikumpulkan pada

---

<sup>1</sup>Ronald J Bosko etc. "Awareness about Blood Donation among Engineering Students", *International Journal of Health Sciences & Research* Vol.8 Issue: 1, January 2018

<sup>2</sup> Kuncoro, S., *Efek Donor Darah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015)

<sup>3</sup>Aditya Nugraha dkk, " *Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Motivasi Mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Riau dalam Melakukan Donor Darah*" *Jurnal JOM FKp*, Vol.6 No.1 Januari-Juni 2019

<sup>4</sup> Sunetra Sarma. "Awareness About Blood Donation Among Medical Students in Manipur", *Scholars Journal of Applied Medical Sciences* Vol 4(3E), 2016, Hlm. 994-996



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tahun 2011.<sup>5</sup> Ketersediaan darah untuk donor secara ideal adalah 2,5% dari jumlah penduduk.<sup>6</sup>

Satu dari empat orang di dunia mungkin akan membutuhkan transfusi darah selama hidupnya, namun hanya 37% populasi saja yang memenuhi syarat untuk bisa mendonorkan darahnya dan hanya dibawah 10% yang mau mendonorkan darahnya secara rutin. Kebutuhan darah pertahun suatu daerah adalah sebesar 2% dari populasi daerah tersebut. Berdasarkan data dari PMI Pusat di tahun 2013 kita masih kekurangan 600.000 liter stok darah. Donor darah sangat penting namun seringkali terlupakan. Donor darah berguna untuk aspek paliatif yang berfokus pada pasien penyakit serius atau mengancam jiwa.<sup>7</sup>

Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan RI, pada tahun 2016 minimal kebutuhan darah di Provinsi Riau adalah 130.019 kantong darah dari total penduduk di Provinsi Riau sebanyak 6.500.971 jiwa. Sedangkan yang terpenuhi hanya 87.930 atau hanya 67.6 %.<sup>8</sup>

Sementara pada tahun 2018 jumlah minimal kebutuhan darah di Provinsi Riau meningkat menjadi 167.940 kantong darah dari kenaikan total penduduk di Provinsi Riau sebanyak 6.717.612 jiwa, sedangkan hanya tersedia 87.930 terdapat kekurangan darah 52,3%.<sup>9</sup> Jumlah ini mengalami fluktuasi tergantung dengan kondisi tertentu seperti jumlah penduduk, jumlah permintaan darah dan faktor lainnya yang memengaruhi minat masyarakat untuk berdonor. Namun, dapat penulis simpulkan, kebutuhan darah di Provinsi Riau belum memenuhi kebutuhan minimum meskipun dari data empat tahun terakhir menunjukkan sudah terpenuhi lebih dari setengahnya, namun

<sup>5</sup> Udi Budi Harsiwi dan Liss Dyah Dewi Arini. *Tinjauan Kegiatan Donor Darah Terhadap Kesehatan di PMI Karanganyar, Jawa Tengah*, Jurnal INFOKES, VOL 8 NO 1, Februari 2018

<sup>6</sup> Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI tahun 2015 Tentang Situasi Donor Darah di Indonesia. Diunduh

<sup>7</sup> Kuncoro, S. *Efek Donor Darah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015)

<sup>8</sup> Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI tahun 2018 Tentang Pelayanan Darah di Indonesia. diunduh

<sup>9</sup> Aditya Nugraha dkk, “ *Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Motivasi Mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Riau dalam Melakukan Donor Darah*” Jurnal JOM FKp, Vol.6 No.1 Januari-Juni 2019



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

permintaan stok darah sangat beragam bahkan dikeperluan mendesak sehingga PMI perlu memastikan semua stok darah tersedia di Bank Darah.

Sementara di Pekanbaru, jumlah kebutuhan darah selama pandemi meningkat dari 4000 ke 5000-7000 kantong perbulan. Hal ini disampaikan oleh ketua PMI Pekanbaru, M. Noer Kepala Bagian Pelayanan UDD-PMI Kota Pekanbaru, Dr Dian Singgih dalam kegiatan Indonesia Berdonor di ruang serba guna RRI Pekanbaru menjelaskan bahwa PMI Kota Pekanbaru sedang kekurangan pasokan darah walalupun sudah memiliki pendonor darah tetap dari beberapa elemen masyarakat. Untuk itu, pihaknya secara rutin mensosialisasikan kepada masyarakat akan pentingnya berdonor, termasuk melakukan kegiatan Indonesia Berdonor yang dilakukan bersama RRI dua kali selama setahun.<sup>10</sup>

Meski kebutuhan darah di Pekanbaru masih tergolong aman, namun kesadaran masyarakat untuk berdonor masih sangat rendah. Pada bulan September 2017, jumlah masyarakat yang donor darah sebanyak 3.202 kantong. Ini tentu sangat tidak sebanding dengan jumlah penduduk kota Pekanbaru yang hampir mencapai 1 juta jiwa. Hal ini diungkapkan oleh ketua PMI Kota Pekanbaru melalui Sekretaris PMI Kota Pekanbaru, Zulkifli S.<sup>11</sup>

Luana Giacomini dan Wilson Danilo L.F dalam penelitiannya yang berjudul *Strategies to increase recruitment of voluntary and habitual blood donors* menyimpulkan bahwa rendahnya jumlah donor darah sukarela disebabkan karena adanya ketakutan dan prasangka terkait kegiatan donor darah seperti perasaan takut pada rasa sakit atau terkontaminasi penyakit tertentu, kurangnya persiapan dan pengetahuan masyarakat mengenai proses donor darah dan budaya sehingga menghambat berkembangnya isu ini di masyarakat. Hal ini tentu akan semakin sulit ketika virus corona atau yang dikenal dengan Covid-19 mewabah di Indonesia, asumsi-asumsi dan ketakutan terhadap donor darah semakin besar seperti asumsi bahwa Virus Covid-19 dapat menyebar melalui proses transfusi darah terlebih dengan adanya himbauan untuk di rumah saja sehingga akan mengurungkan niat masyarakat untuk berdonor. Oleh karena itu perlu adanya edukasi, motivasi dan pemberi

<sup>10</sup> Diakses dari <https://riau.antaranews.com/berita/75604/penuhi-kebutuhan-masyarakat-pmi-pekanbaru-sediakan-30>

<sup>11</sup> Diakses dari <https://datariau.com/pemerintahan/meski-minat-masyarakat-pendonor-kurang-stock-darah-di-pmi-pekanbaru-kota-masih-aman>



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

informasi kepada masyarakat melalui kampanye langsung maupun tertulis seperti brosur, majalah, TV dan radio sehingga dapat menstimulasi dan mempersuasi masyarakat untuk melakukan donor darah.<sup>12</sup>

Selama pandemi, donor darah tetaplah dibutuhkan. Kita tidak pernah tahu disaat kita berada di rumah saja dan mematuhi anjuran *social distancing*, korban kecelakaan, ibu melahirkan atau pasien dengan penyakit berat yang mengharuskan adanya transfusi darah tetaplah ada sehingga tetap membutuhkan adanya stok darah yang stabil. Berdasarkan *U.S Food and Drug Administration* (FDA), setiap dua detik, satu orang membutuhkan transfusi darah. Tapi berdasarkan jumlah pasokan darah jauh menurun dikarenakan adanya *social distancing*.<sup>13</sup>

Terlebih setelah pemerintah menganjurkan untuk di rumah saja semenjak pandemi, jumlah pendonor darah mengalami penurunan hingga 50 persen secara nasional. Beberapa daerah yang mengalami penurunan diantaranya Tangerang Selatan, Bekasi, Palembang, Jember, Cianjur dan masih banyak daerah di Indonesia yang kekurangan stok darah.

Di DKI Jakarta, penurunan mencapai 70 persen. Kalau biasanya bisa terkumpul 1000 ktg perhari, sekarang hanya 300 ktg. Di Gresik yang mana biasanya bisa terkumpul 200 kantong, kini tidak sampai 100 kantong perhari. Tidak hanya di Indonesia, *NHS Blood and Transplant*, Inggris juga mengatakan bahwa pada minggu terakhir bulan Maret jumlah pasokan darah 15 persen lebih rendah dari biasanya.<sup>14</sup>

Di berbagai media marak diberitakan bahwa beberapa wilayah mengalami kesulitan untuk mengumpulkan darah karena adanya pembatasan sosial maupun dikarenakan sebagian besar pendonor yang memilih untuk tidak mendonorkan darahnya selama pandemi karena adanya himbuan untuk tidak mengunjungi pelayanan kesehatan jika tidak ada keperluan mendesak dan tidak sedikit pula karena adanya perasaan takut akan tertular COVID-19.

Namun saat ini WHO telah mengeluarkan panduan sementara terkait bagaimana menjaga persediaan darah yang aman dan memadai selama

<sup>12</sup> Luana Giacomini dan Wilson Danilo Lunardi Filho, *Strategies to increase recruitment of voluntary and habitual blood donors*, Acta Paul Enferm . 23(1) 2010 Hlm. 65-72.

<sup>13</sup> Diakses dari <https://www.adventhealth.com/blog/should-i-donate-blood-during-covid-19-pandemic>

<sup>14</sup>Diakses dari <https://www.kompas.com/sains/read/2020/04/16/112421323/stok-darah-menipis-amankah-donor-darah-di-tengah-pandemi-corona>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

pandemi. Disampaikan bahwa risiko penularan COVID-19 melalui transfusi darah dan komponen darah masih bersifat teoretis dan kemungkinannya masih berskala minimal. Namun, berdasarkan pengalaman di wabah-wabah *corona virus* lainnya, persediaan darah akan terdampak secara signifikan dengan menurunnya jumlah darah yang didonorkan. Unit transfusi darah harus siap bergerak cepat dalam merespons perubahan-perubahan yang terjadi, di mana kecukupan persediaan darah paling mungkin terdampak.<sup>15</sup> Salah satu upaya untuk merespon krisis tersebut adalah dengan melakukan upaya persuasif dan komunikasi intens dalam mengajak masyarakat agar masyarakat tetap mau mendonorkan darahnya.

Kota Pekanbaru sendiri telah melakukan beberapa kegiatan untuk mengajak masyarakat berdonor seperti aksi rutin donor darah di titik-titik keramaian, memberi informasi di media sosial, sosialisasi langsung ke sukarelawan PMI mulai dari PMR, KSR dan TSRI, TNI dan POLRI serta melakukan kerjasama dengan organisasi-organisasi ataupun perusahaan berpengaruh untuk melakukan aksi donor darah serta memberikan reward seperti sembako gratis atau voucher belanja kepada calon pendonor. Bahkan selama masa Covid-19, PMI Pekanbaru meraih rekor MURI sebagai pemecah rekor aksi donor darah terbanyak tidak hanya di Indonesia tapi juga di dunia.<sup>16</sup>

Untuk menumbuhkan keberanian, kepercayaan dan minat masyarakat untuk melakukan donor darah, salah satu langkah yang dapat diambil adalah pemberian informasi dan edukasi dengan tujuan merubah pemahaman dan perilaku masyarakat terhadap donor darah.<sup>17</sup> Semua program tersebut merupakan suatu bentuk usaha UTD PMI Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah pendonor darah sukarela di Pekanbaru. Usaha-usaha ini secara tidak langsung adalah bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan UTD PMI Pekanbaru untuk mengajak masyarakat berdonor dalam rangka mengupayakan pelestarian donor darah. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka

<sup>15</sup> WHO, *Guidance on maintaining a safe and adequate blood supply during the coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic and on the collection of COVID-19 convalescent plasma*, diakses dari [Maintaining a safe and adequate blood supply during the pandemic outbreak of coronavirus disease \(COVID-19\) \(who.int\)](https://www.who.int/publications/m/item/maintaining-a-safe-and-adequate-blood-supply-during-the-pandemic-outbreak-of-coronavirus-disease-(covid-19)-who-int)

<sup>16</sup>Diakses dari <https://www.goriau.com/berita/baca/gerakan-1000-kantong-darah-ramadhan-raih-rekor-muri.html>

<sup>17</sup> Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 91 Tahun 2015 Tentang Standar Pelayanan Transfusi Darah, Jakarta; Departemen Kesehatan RI, Diunduh



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

penulis tertarik meneliti tentang **“Strategi Komunikasi Persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela di Tengah Pandemi Covid-19”**.

## B. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul penelitian tentang **“Strategi Komunikasi Persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela di Tengah Pandemi Covid-19”** maka penulis perlu untuk memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut :

### 1. Pengertian Strategi

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.<sup>18</sup>

### 2. Komunikasi Persuasif

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian informasi, baik berupa pesan, simbol, gagasan, yang dilakukan oleh komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan) untuk suatu efek yang diinginkan. Kegiatan komunikasi tidak melulu bersifat informatif untuk dimengerti orang lain saja, tapi juga bersifat persuasif untuk beberapa tujuan tertentu, seperti agar orang lain menerima paham yang dimaksudkan oleh komunikator, atau melakukan suatu kegiatan, tanpa terpaksa sesuai kehendak komunikator. Komunikasi persuasif berasal dari bahasa Inggris yaitu *‘persuasion’*, sementara kata persuasi sendiri itu berasal dari bahasa Latin *‘persuasio’* yang kata kerjanya adalah persuader yang berarti membujuk, merayu, meyakinkan, dan sebagainya.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Rachmat, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), Hlm. 14

<sup>19</sup> Apriyani Caroline, *“Komunikasi Persuasif Komunitas KonKow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Pekanbaru”* Jurnal JOM FISIP Vol. 5 No.1. April 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia Pekanbaru

Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia Pekanbaru (UTD PMI) adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan donor darah, penyediaan darah, dan pendistribusian darah di Pekanbaru yang beralamat di Jl. Diponegoro IX No. 15 Pekanbaru.

### 4. Donor Darah Sukarela

Adalah orang yang dengan sukarela mendonorkan darahnya.<sup>20</sup> Donor darah sukarela adalah proses memberikan darah, plasma atau komponen darah lainnya atas kehendaknya sendiri dan tidak menerima pembayaran baik dalam bentuk uang atau bentuk lainnya yang dapat dianggap sebagai pengganti uang.<sup>21</sup>

### 5. Covid-19

*Corona Virus Disease* (Covid-19) adalah jenis baru dari Coronavirus (SARS-CoV-2) yang pertama kali ditemukan di salah satu pasar *seafood* atau *live market* di Wuhan, China pada akhir Desember tahun 2019 dan telah menjangkit 90.308 pada tanggal 2 Maret 2020. Sumber penyakit ini diduga berasal dari hewan khususnya kelelawar dan serangga vector lainnya seperti tikus bambu, unta dan musang. Virus ini menyebabkan gejala seperti demam, batuk, dan gangguan pernapasan.<sup>22</sup>

## C. Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian merupakan hal yang sangat penting untuk ditentukan terlebih dahulu sebelum masuk ke tahapan selanjutnya. Agar penelitian ini terarah dan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis memberikan batasan masalah yakni hanya memfokuskan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela di Tengah Pandemi Covid-19. Dalam hal ini, peneliti menggunakan model komunikasi

<sup>20</sup> Diakses dari <http://pmi.or.id/index.php/kapasitas/sukarelawan/donor-darah-sukarela.html>

<sup>21</sup> National AIDS Control Organisation Ministry of Health & Family Welfare, Government of India. “*Voluntary Blood Donation Programme*” (New Delhi: NACO, 2007), Hlm. 15

<sup>22</sup> Yuliana. *Wellness and Healthy Magazine*. *Corona Virus Disease* (Covid-19); Sebuah Tinjauan Literatur. Vol. 2 No. 1. 2020. Hlm. 187-192



persuasif Melfin D. Fleur yaitu psikodinamika, sosiokultural dan *meaning construction*.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah donor darah sukarela di tengah pandemi Covid-19?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif UTD PMI Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah donor darah sukarela di tengah pandemi Covid-19

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a) Manfaat penelitian ini untuk mengembangkan ilmu komunikasi dan melatih peneliti dalam menerapkan teori-teori yang telah di dapat dibangku perkuliahan.
- b) Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a) Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menggambarkan komunikasi persuasif yang dijalankan di Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana diagnosis dalam mencari sebab masalah atau kegagalan atau pencapaian yang terjadi dalam melakukan komunikasi persuasif.
- c) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menyusun strategi pengembangan komunikasi persuasif yang sedang atau yang akan berjalan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- d) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai fenomena dalam penelitian.

## G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mudah mengetahui pembahasan penulisan ini, secara sistematis penulisannya dibagi menjadi enam bab, yang terdiri dari beberapa sub. Adapun sistematika yang dimaksud sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang membahas latar belakang masalah, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini akan menguraikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, dan teknik penulisan data.

### BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian, seperti sejarah, visi dan misi, serta struktur organisasi.

### BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

### BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang rangkuman dan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kajian Terdahulu

Dalam pembuatan karya ilmiah, sebelumnya penulis melakukan pengamatan dan tinjauan pustaka terhadap penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan, dengan tujuan agar terhindar dari kesamaan-kesamaan penelitian, jurnal yang memiliki kemiripan tersebut diantaranya adalah:

1. Jurnal penelitian yang berjudul “*Strategi Komunikasi Persuasif Palang Merah Indonesia Riau (PMI) dalam Meningkatkan Jumlah Pendonor Darah Sukarela*” oleh Aditya Eriza Zuhry dari Universitas Riau tahun 2015. Penelitian ini membahas tentang Strategi Komunikasi Persuasif Palang Merah Indonesia Riau (PMI) dalam Meningkatkan Jumlah Pendonor Darah Sukarela.

Hasil dari penelitian ini adalah PMI Riau menggunakan strategi komunikasi tatap muka dibandingkan melalui media massa yang tidak bertemu langsung dengan orang yang dipersuasif. Landasan yang digunakan PMI Riau dalam melaksanakan komunikasi persuasive dikenal dengan formula AIDDA. Dimulai dengan persuader atau orang yang memengaruhi harus dapat menarik perhatian seperti berpakaian rapi (*Attention*). Kemudian ke tahap sosialisasi kepada masyarakat dengan memperhatikan suasana sekitar senyaman mungkin supaya menarik minat masyarakat (*Interest*). Lalu memberikan penjelasan yang lebih mendalam agar tumbuh hasrat dalam masyarakat untuk melakukan donor darah (*Desire*). Strategi selanjutnya memberikan keyakinan kepada masyarakat dengan menunjukkan bukti-bukti berupa manfaat yang didapat setelah donor darah agar tidak ragu membuat keputusan untuk donor darah (*Decision*). Sampai kepada tahap yang terakhir dimana tahap ini merupakan tindakan yang dilakukan masyarakat apakah mereka akan melakukan donor darah atau tidak (*Action*).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada penggunaan metode penelitian yang sama yaitu deskriptif kualitatif. Selain itu, penelitian ini juga memiliki kesamaan dalam hal tujuan yaitu untuk mengetahui upaya PMI dalam meningkatkan jumlah pendonor.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan dimana penelitian ini hanya menggunakan formula AIDDA sementara peneliti menggunakan model komunikasi persuasif dari Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Roceach.

2. Jurnal penelitian yang berjudul “*Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisata Kota Samarinda*” oleh Olivia Erviani tahun 2017. Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan aktual fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.

Hasil dari penelitian ini adalah Teknik komunikasi persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam meningkatkan kualitas daya tarik wisata Kota Samarinda adalah cara dinas pariwisata untuk meningkatkan kualitas daya tarik wisata melalui berbagai teknik komunikasi yang digunakan yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik red-herring, guna untuk menimbulkan perubahan sikap yang menuju perubahan opini, perubahan persepsi, perubahan perasaan, dan perubahan tindakan khalayak atau masyarakat tentang pentingnya peran masyarakat dalam kemajuan pariwisata yang nantiya akan meningkatkan kunjungan pariwisata di Kota Samarinda, dan sesuai dengan penelitian ini yaitu meningkatkan kualitas daya tarik wisata Kota Samarinda.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada unit analisisnya.

3. Jurnal penelitian yang berjudul “*Komunikasi Persuasif Komunitas Kongkow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Pekanbaru*” oleh Nova Yohana tahun 2018. penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan suatu proses mencari atau menemukan fakta secara sistematis dalam waktu tertentu dengan menggunakan metode ilmiah berdasarkan aturan-aturan yang berlaku.

Hasil dari penelitian ini adalah dalam melakukan komunikasi persuasif, kredibilitas seorang persuader atau orang yang mempersuasif adalah salah satu faktor yang penting. Persuader harus yang ahli dibidangnya dan dapat dipercaya. Selain itu pesan kunci juga sangat penting. Pesan menjadi unsur yang paling penting atau yang utama dalam proses komunikasi persuasi



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh Komunitas Kongkow Nulis dalam meningkatkan peminatan dan budaya menulis. Pesan-pesan persuasif ini berperan sebagai input yang akan di transfer kepada persuadee-nya yaitu kalangan mahasiswa di Kota Pekanbaru. Kemudian pemilihan metode yang tepat. Dalam penelitian ini, komunitas Kongkow Nulis menggunakan metode pendekatan kebutuhan kognitif, pendekatan lifestyle dan pendekatan emosional.

4. Skripsi “*Strategi Komunikasi Relawan Palang Merah Indonesia Kabupaten Nagan Raya Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Mendonor Darah*” oleh Lilis Farinda Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry tahun 2019. Penelitian ini berfokus pada upaya, strategi komunikasi dan hambatan-hambatan yang dihadapi oleh relawan PMI Kabupaten Nagan Raya dalam mengajak dan meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah. Peneliti ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah untuk memenuhi kebutuhan darah di rumah sakit yang ada di Kabupaten Nagan Raya, PMI menggunakan strategi komunikasi dengan melakukan kerjasama kepada beberapa perusahaan dan dinas-dinas pemerintahan untuk membuat kegiatan donor darah agar dapat membantu kebutuhan darah bagi pasien. Dalam strategi komunikasi yang bertujuan meningkatkan masyarakat untuk mendonor darah yang dilakukan relawan PMI Kabupaten Nagan Raya menggunakan teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*). Namun dari kelima poin tersebut belum sepenuhnya digunakan oleh relawan PMI Kabupaten Nagan Raya terhadap upaya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mendonor darah. Sosialisasi belum optimal karena tidak adanya sosialisasi langsung kepada masyarakat mengenai manfaat dan pentingnya mendonor darah, kemudian strategi komunikasi yang dilakukan yaitu hanya dengan sosialisasi kepada pendonor yang ingin mendonorkan darahnya pada saat kegiatan namun takut untuk melakukannya sehingga masih banyak kekurangan stok darah.

Secara keseluruhan, perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada kondisi penelitian ini dilakukan. Yang mana penelitian ini berfokus pada komunikasi persuasif UTD PMI Pekanbaru pada saat pandemi. Sasaran penelitian ini adalah masyarakat Kota Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## B. Landasan Teori

Kerangka teori memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan mana sudut masalah penelitian yang akan diteliti. Untuk itu perlulah disusun kerangka teori yang akan menjadi landasan pikir bagi peneliti untuk menganalisis masalah penelitiannya. Fungsi teori adalah membantu periset menerangkan fenomena sosial atau fenomena alami yang menjadi pusat perhatiannya. Sedangkan teori itu adalah himpunan konsep, definisi dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi diantara variabel untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.<sup>23</sup>

### 1. Pengertian Strategi Komunikasi

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat. Menurut istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenal kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi adalah bagaimana menggerakkan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum pertempuran aktual dengan musuh. Sebagaimana dikutip oleh Erly Suandy “Perencanaan Pajak”. Menurut Jaunch and Glueck, strategi merupakan arus keputusan dan tindakan yang mengarah kepada perkembangan suatu strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran organisasi. Strategi ialah rencana yang disatukan, strategi mengikat semua bagian organisasi menjadi satu. Strategi itu menyeluruh, strategi meliputi semua aspek penting organisasi. Strategi itu terpadu, semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian. Sebagaimana dikutip oleh Husein Umar “*Strategic Managemen In Action*”. Menurut Sukristono, Strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu

<sup>23</sup> Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Premedia Grup, 2007), hlm.43

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.<sup>24</sup>

Strategi Komunikasi strategis adalah suatu bentuk komunikasi terencana atau komunikasi yang sengaja dilakukan oleh organisasi bisnis. Ini memiliki tujuan dan rencana, di mana alternatif dipertimbangkan dan keputusan dibenarkan. Strategi komunikasi seringkali didasarkan pada informasi atau untuk persuasif. Tujuan umumnya adalah untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap ide, layanan, dan produk.<sup>25</sup>

Dalam menangani beberapa masalah, para perencana dihadapkan pada beberapa persoalan termasuk dalam hal ini kaitannya dengan komunikasi. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang penuh hati-hati sebab jika salah memilih strategi maka hasil yang didapatpun tidak akan sesuai dengan tujuan organisasi. Rogers (1982) memberi batasan pada pengertian strategi komunikasi sebagai rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.<sup>26</sup>

## 2. Komunikasi Persuasif

### a. Pengertian Komunikasi Persuasif

Salah satu tujuan kita berkomunikasi adalah untuk dimenegerti. Sedangkan tujuan lainnya adalah untuk dapat dipercaya, kita mencoba memengaruhi kepercayaan, hasrat dan tindakan audiens. Persuasi adalah tindakan komunikasi yang mewujudkan dua tujuan ini. Audiens yang telah dipersuasif mempunyai pemahaman akan suatu pesan dan mempercayainya.<sup>27</sup> Komunikasi menurut Effendi merupakan proses suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau

<sup>24</sup> Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), Hlm. 31

<sup>25</sup> Ronald D. Smith, *Strategic Planning for Public Relation*, (London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher, 2002), Hlm. 3

<sup>26</sup> Zulfiani Zafitri, *Strategi Komunikasi Persuasif Pembina dalam Membentuk Karakter Santri di Pondok Pesantren DDI Takkalasi*, Skripsi, tidak diterbitkan, (Parepare: Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2020) Hlm. 16

<sup>27</sup> Marrie Taillard. "Persuasive communication: The case of marketing". Vol. 12. 2000. Hlm. 145-173



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.<sup>28</sup>

Rogers dan Kancaid menyatakan komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku.<sup>29</sup> Applebaum dan Anatol (1974) mendefinisikan persuasif sebagai proses komunikasi yang kompleks pada saat individu atau kelompok mengungkapkan pesan, baik disengaja maupun tidak, melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.<sup>30</sup> Edwin P. Bettinghouse dalam bukunya, *Persuasive Communication*, yang dikutip oleh Effendy dalam buku *Dinamika Komunikasi*, tidak mendefinisikan persuasif, tetapi langsung menghubungkannya dengan pengertian komunikasi persuasif:

*“In order to be persuasive in nature, a communication situation must involve a conscious attempt by one individual to change the behavior of another individual or group of individuals through the transmission of some message.”*

Agar bersifat persuasif suatu situasi komunikasi harus mengandung upaya yang dilakukan oleh seseorang dengan sadar untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang lain dengan menyampaikan beberapa pesan.<sup>31</sup>

Adapun pengertian komunikasi persuasif menurut beberapa ahli komunikasi, antara lain ;

- a) menurut H.A.W Widjaja komunikasi persuasif adalah usaha-usaha untuk meyakinkan seseorang atau kelompok seolah keyakinan itu

<sup>28</sup> Soleh Soemirat, Hidayat Satari dan Asep Suryana. *Komunikasi Persuasif*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 2014). Hlm. 23

<sup>29</sup> Lukiati Komala,. *Ilmu Komunikasi: perspektif, proses, dan konteks*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009).

<sup>30</sup> Aditya Eriza Zuhry. “Strategi Komunikasi Persuasif Palang Merah Indonesia Riau (PMI) dalam Meningkatkan Jumlah Pendonor Darah Sukarela”. *Jom FISIP Volume 2 No. 2*. 2015

<sup>31</sup> Onong Uchjana Effendy. *Hubungan Masyarakat*. (Bandung: Remaja Rosada. 2006). hlm. 80



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

timbul atas dasar keinginannya sendiri tanpa ada sanksi atau paksaan baik yang tampak maupun tidak.<sup>32</sup>

- b) G. R Miller mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai pesan yang dimaksudkan untuk memperkuat, membentuk dan mengubah tanggapan orang lain.<sup>33</sup>
- c) Menurut Phill Astrid komunikasi persuasif adalah suatu teknik memengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak dipengaruhi.<sup>34</sup>

## b. Bentuk-Bentuk Komunikasi Persuasif

### 1. Sosialisasi

Adalah salah satu bentuk komunikasi persuasif yang bertujuan untuk menyerukan nilai-nilai dalam bermasyarakat dari generasi ke generasi. Sosialisasi sendiri dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder. Pertama, sosialisasi primer ditujukan ke keluarga, dan kedua sosialisasi sekunder ditujukan kepada masyarakat yang dapat kita jumpai di dalam ruang lingkup bermasyarakat. Selain adanya di masyarakat sosialisasi juga terdapat ditempat-tempat umum yang banyak dikunjungi orang banyak seperti disekolah dan tempat umum lainnya. Untuk menarik perhatian banyak orang, maka diperlukan persiapan yang matang dalam pemilihan topik yang dibahas dan perlu wawasan serta pengalaman untuk membawakan materi dengan menyenangkan sehingga dapat menarik perhatian banyak orang.

### 2. Seminar

Tema dibawakan biasanya bersifat khusus dalam membahas topik yang akan dibawakan. Dalam konteksnya para audien hadir dalam seminar pada dasarnya orang-orang memiliki ketertarikan lebih pada topik yang dibahas dan sehingga pada seminar berlangsung terjadi komunikasi antara pembicara dan audien.

<sup>32</sup> H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 66

<sup>33</sup> James B. Stiff dan Paul A. Mongeau, *Persuasive Communication Third Edition* (New York: The Guilford Press, 2016), hlm.4

<sup>34</sup> Phill Astrid S. Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Binacipta, 1977), hlm. 17



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Penyuluhan

Penyuluhan adalah salah satu bentuk komunikasi persuasif. Secara umum penyuluhan ini sejenis dalam pendidikan hanya saja bersifat non-formal. Penyuluhan memiliki topik khusus dan sasarannya dalam setiap kegiatannya. Setiap kegiatan penyuluhan berlangsung pastikan menghadirkan seseorang yang profesional terkait topik yang dibahas.

### 4. Iklan

Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi persuasif. Secara umum iklan digunakan untuk bagian dari promosi sebuah produk. Iklan biasanya dipakai untuk kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menarik banyak orang dengan memanfaatkan barang ataupun jasa.

### 5. Dakwah

Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi persuasif. Dakwah adalah seruan ataupun ajakan kepada yang baik. Dakwah menawarkan pemahaman yang fleksibel pada makna pesan-pesan yang dikemukakan. Ketika mengirimkan pesan-pesan yang dirujuk dari ajaran, dai tidak memaksakan kehendaknya. Artinya dai tetap memberikan ruang gerak penafsiran akan ajaran yang disampaikan kepada audiensnya.<sup>35</sup>

#### c. Fungsi Komunikasi Persuasif

1. *Control Function* atau fungsi pengawasan.
2. *Consumer Protection Function* atau fungsi perlindungan konsumen.
3. *Knowledge Function* atau fungsi ilmu pengetahuan, komunikasi persuasif berfungsi sebagai ilmu pengetahuan.<sup>36</sup>

<sup>35</sup> Syifa Unnisa, *Komunikasi Persuasif Pendamping pada Program Keluarga Harapan (Studi di Desa Argawana Kecamatan Puloampel Serang-Banten*, Skripsi, tidak diterbitkan. (Banten: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2019)

<sup>36</sup> Aditya Eriza Zuhry. "Strategi Komunikasi Persuasif Palang Merah Indonesia Riau (PMI) dalam Meningkatkan Jumlah Pendorong Darah Sukarela". *Jom FISIP Volume 2 No. 2*. 2015



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### d. Unsur-Unsur Komunikasi persuasif

Pada dasarnya unsur-unsur dalam komunikasi persuasif tidak ada bedanya dengan unsur-unsur komunikasi pada umumnya. Namun unsur-unsur yang ditekankan dalam komunikasi persuasif antara lain :

1. Persuader dan persuadee.

Persuader adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Persuadee adalah orang atau kelompok orang yang menjalin tujuan pesan untuk disampaikan atau disalurkan oleh persuader baik secara verbal maupun nonverbal. Studi-studi tentang perubahan sikap menunjukkan bahwa terdapat banyak faktor yang berkaitan dengan penerima, yang berpengaruh terhadap persuasi.<sup>37</sup>

2. Message (pesan)

Menurut Simons (1976) secara sederhana dapat dikatakan bahwa pesan (message) adalah apa yang diucapkan oleh komunikator melalui kata-kata, gerak tubuh, dan nada suara. Didalamnya terdiri atas disposisi ketika berbicara, argumentasi dan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan serta materi yang disajikan.

3. Saluran (*channel*)

Saluran merupakan sarana dimana pesan mengalir antara sumber dan penerima. Saluran dalam komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan interaksi antarpersona (tatap muka), interaksi kelompok dan interaksi menggunakan media massa. Simons (1976) menjelaskan bahwa salah satu potensi yang merugikan yang bisa muncul dari saluran adalah pesan yang kita sampaikan dapat mengalami distorsi, baik oleh perantara maupun pesan itu tidak pernah ditransmisikan kembali, namun hal itu kadang kala dapat pula bermanfaat.

---

<sup>37</sup> Aditya Eriza Zuhry. "Strategi Komunikasi Persuasif Palang Merah Indonesia Riau (PMI) dalam Meningkatkan Jumlah Pendorong Darah Sukarela". Jom FISIP Volume 2 No. 2 2015.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 4. Umpan balik dan Efek

Sastropetro (1988) menyatakan umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal maupun umpan balik eksternal atau inferensial. Sastropetro (1988) efek adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi . perubahan yang terjadi bias berupa perubahan sikap, pendapat, pandangan dan tingkah laku.

## 5. Lingkungan

Menurut Simons (1976) Lingkungan atau “athmoshere” komunikasi persuasif merupakan konteks situasional (*situational context*) untuk terjadinya proses komunikasi tersebut. Konteks tersebut berupa kondisi latar belakang dan fisik ketika tindakan komunikasi persuasif itu dilakukan.<sup>38</sup>

## e. Prinsip-Prinsip Komunikasi Persuasif

Menurut Dedi (1994) dalam komunikasi persuasif ada lima prinsip komunikasi persuasif, yaitu :

## 1. Membujuk demi konsistensi

Khalayak lebih memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila yang dianjurkan sejalan dengan kepercayaan, sikap dan nilai saat ini. Sikap didefinisikan sebagai predisposisi terhadap suka atau tidak suka. Nilai sebagai pernyataan terakhir yang lebih abadi dari eksistensi atau mode yang lebih luas dari perilaku. Kepercayaan adalah tingkat keyakinan.

## 2. Membujuk demi perubahan-perubahan kecil

Khalayak akan memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan kepada khalayak adalah perubahan kecil dan bukan perubahan besar dari khalayak.

## 3. Membujuk demi keuntungan

Khalayak akan memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan memberi keuntungan bagi mereka lebih dari biaya yang akan mereka keluarkan.

<sup>38</sup> Soleh Soemirat, Hidayat Satari dan Asep Suryana. *Komunikasi Persuasif*. (Jakarta: Universitas Terbuka . 2014). Hlm. 38



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Membujuk demi pemenuhan kebutuhan  
Khalayak akan memungkinkan untuk mengubah perilaku mereka apabila perubahan yang dianjurkan berhubungan dengan apa yang mereka butuhkan.
5. Membujuk berdasarkan pendekatan-pendekatan gradual  
Bergantung pada penerimaan khalayak terhadap perubahan yang dianjurkan pembicara dalam kehidupan mereka. Pendekatan gradual menganjurkan yang lebih memungkinkan untuk bekerja dibandingkan pendekatan yang meminta khalayak untuk segera mengubah perilakunya.<sup>39</sup>

#### f. Faktor Keberhasilan Komunikasi Persuasif

Ada banyak faktor yang mendukung proses komunikasi persuasive sehingga berhasil mengubah kepercayaan dan sikap khalayak. Menurut Purnawan EA (2002) agar komunikasi persuasif sukses maka harus memperhatikan hal-hal berikut.

1. *Avalibility dan relevance*. Bila kedua hal tersebut ada, secara konsisten dapat diramalkan bahwa perilaku seseorang didorong oleh sikapnya. Selanjutnya perubahan sikapnya akan mendorong perubahan perilakunya. Penyebab kegagalan persuasi biasanya bukan pada cara tetapi pada avalibility dan relevance sikap itu sendiri dalam kaitan dengan situasi dan kondisi saat itu. Tugas pokok persuader adalah menciptakan kondisi sedemikian rupa sehingga sikap yang ditawarkan melalui persuasi menjadi *avalible* dan *relevant*. *Available dan relevant* ini ditentukan oleh beberapa alasan dan isyarat. Pada beberapa orang kadang menginginkan argument. Tapi pada situasi tertentu orang tidak membutuhkan argument melainkan lebih ke cues (isyarat, gejala, tanda-tanda, kecendrungan dan sebagainya).
2. Memahami kondisi berfikir sasaran atau menentukan teknik pendekatan. Ada dua macam proses berfikir yaitu heuristic dan systematic. Karena ada bermacam proses berpikir, teknik komunikasi yang digunakan juga harus menyesuaikan.
3. Memahami naluri dan reaksi spontan sasaran. Pada umumnya orang lebih sering dalam keadaan heuristic atau mudah dibujuk.

<sup>39</sup> Dedy dan Yosol, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 1994)



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bujukan tersebut efektif karena merupakan keyakinan umum. Budaya dan pengalaman hidup masyarakat telah menanamkan pemahaman yang secara tidak langsung telah diikuti dan dijalankan oleh mereka yang berada dalam keadaan heuristic. Kita harus memahami sepuluh kebutuhan masyarakat, bila benefit yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat maka proses persuasi akan berlangsung sukses. Kita harus mencari kebutuhan yang paling diharapkan untuk dipenuhi pada saat yang bersangkutan. Sepuluh kebutuhan itu adalah kasih sayang, keunggulan, penghargaan, keamanan, ketamakan, pengakuan, kekuasaan, kebebasan, ego, kemerdekaan.

4. *Attribution dan sequintal request.* Untuk memperoleh “ya” diperlukan *attribution* agar orang melakukan sesuatu. Dalam hal ini, ada dua *attribution*; eksternal, ‘awas kalau tidak dilakukan karena akan ada hukuman atau kalau dilakukan akan ada hadiah’. Disini alasan datang dari orang yang melakukan. Orang melakukannya karena terpaksa. Kedua internal, ini terjadi karena tanggung jawab orang itu sendiri. *Sequential request* pada umumnya merupakan permintaan yang disampaikan secara tidak langsung dan lebih efektif, karena orang yang diminta dengan cara ini tidak merasa didesak atau ditekan, seolah-olah dipaksa untuk memenuhi permintaan ini.
5. Menggali kebutuhan terdalam sasaran dengan bahasa hipnosis. Dari hal tersebut dapat dijelaskan bahwa kita harus memperhatikan kondisi komunikasi saat melakukan persuasi baik itu cara berpikir maupun apa yang menjadi kebutuhan komunikasi sehingga persuasi akan berlangsung sesuai dengan tujuan komunikator.<sup>40</sup>

**g. Teknik-teknik komunikasi yang dapat dipilih.**

Teknik-teknik tersebut adalah:

1. Teknik Asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpukkannya pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak

<sup>40</sup> Purnawan EA, *Dynamic Persuasive: Persuasi Efektif dengan Bahasa Hipnosis*, (Gramedia Pustaka, 2002). Hlm. 22-50



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Teknik Integrasi ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal maupun non verbal komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dan dengan karena itu menjadi satu dengan komunikan.
3. Teknik Ganjaran adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.
4. Teknik Tataan adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.
5. Teknik *Red-herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.<sup>41</sup>

#### h. Tahapan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif dilakukan dengan menggunakan cara-cara halus dan manusiawi sehingga komunikan dapat menerima dan melaksanakan dengan sukarela sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Demi berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakannya secara sistematis. Formula AIDDA merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif. Penjelannya adalah sebagai berikut:

A – *Attention* (Perhatian)

I – *Interest* (Minat)

D – *Desire* (Keinginan)

D – *Decision* (Keputusan)

A – *Action* (Melakukan)<sup>42</sup>

<sup>41</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosada. 2008) hlm.

<sup>42</sup>Olivia Erviani, "Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisata Kota Samarinda". eJournal Ilmu Komunikasi Vol. 5 No.3. 2017. Hlm. 235-247



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tahapan-tahapan ini disusun secara sistematis. Dimulai dari tahap mendapatkan perhatian (*attention*). Setelah mendapatkan perhatian dari komunikator, pesan persuasi akan dapat disampaikan dengan baik. Apabila sudah didapatkan perhatian, maka tahap selanjutnya adalah menumbuhkan minat atau rasa tertarik (*interest*) khalayak sehingga khalayak mempunyai keinginan (*desire*) untuk melakukan apa yang dianjurkan komunikator. Jika sudah ada keinginan yang kuat maka akan muncul keputusan (*decision*) untuk kemudian melakukan tindakan (*action*).

#### i. Hambatan Komunikasi Persuasif

Menurut Marhaeni Fajar dalam bukunya yang berjudul ilmu komunikasi, teori dan praktik (2009:62) ada beberapa hambatan dalam komunikasi, yaitu:

##### 1. Hambatan Proses Komunikasi

###### a. Hambatan Pengirim Pesan

Misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan, hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional sehingga mempengaruhi motivasi, yaitu mendorong seseorang untuk bertindak sesuai keinginan, kebutuhan atau kepentingan.

###### b. Hambatan Penyandian/symbol

Hal ini dapat terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, simbol yang digunakan antara si pengirim dengan si penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.

###### c. Hambatan Media

Hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan jelas.

###### d. Hambatan Bahasa Sandi

Yang mana hambatan terjadi dalam menafsirkan sandi oleh si penerima.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Hambatan Penerima Pesan

Misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima atau mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut.

## 2. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis dan sosial juga mengganggu komunikasi. Misalnya komunikasi yang masih trauma karena tertimpa musibah bencana alam, kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), kecelakaan lalu lintas, dan lain sebagainya. Selain dari hambatan-hambatan di atas, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *dinamika komunikasi* (2004:11) faktor-faktor penghambat komunikasi terdiri dari:

a. Hambatan Sosiologis-Antropologis-Psikologis

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situational context*). Ini berarti bahwa komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi, terutama situasi yang berhubungan dengan faktor-faktor sosiologis-antropologis-psikologis.

b. Hambatan Semantik

Jika hambatan sosiologis-antropologis-psikologis terdapat pada pihak komunikasi, maka hambatan semantik terdapat pada diri komunikator. Faktor semantik menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk menyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikasi. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantik ini, sebab salah ucap atau tulis dapat menimbulkan salah pengertian (*misunderstanding*) atau salah tafsir (*misinterpretation*) yang pada gilirannya bisa menimbulkan salah komunikasi (*miscommunication*).

c. Hambatan Mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari, suara telepon yang tidak jelas, ketika huruf buram pada surat, suara yang hilang-

muncul pada pesawat radio, berita surat 22 kabar yang sulit dicari sambungan kolomnya, gambar yang meliuk-liuk pada pesawat televisi, dan lain-lain.

d. Hambatan Ekologis

Hambatan ekologis yang terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan. Contoh hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu-lintas, suara hujan atau petir, suara pesawat terbang lewat, dan lain-lain. Situasi komunikasi yang tidak menyenangkan seperti itu dapat diatasi komunikator dengan menghindarkannya jauh sebelum atau dengan mengatasi pada saat ia sedang berkomunikasi. Untuk menghindarkannya komunikator harus mengusahakan tempat komunikasi yang bebas dari gangguan-gangguan tersebut.

e. Hambatan Psikologis

Menurut ensiklopedia bebas dalam Wikipedia Bahasa Indonesia, psikologi adalah suatu hal yang berkaitan dengan ilmu kejiwaan. Dengan kata lain psikologi adalah suatu keadaan yang berkaitan dengan perilaku, persepsi, motivasi, emosi seseorang dalam suatu lingkungan sosial. 3. Hambatan Ekologis / Fisik Hambatan ekologis atau hambatan fisik merupakan hambatan yang berkaitan dengan lingkungan yang pada umumnya berhubungan dengan jarak yang jauh atau tidak adanya jalur transportasi, sementara itu hambatan ini juga sering dikaitkan dengan lingkungan, contohnya adalah suara riuh orang-orang, atau kebisingan lalu lintas seperti suara kendaraan yang lalu lalang, suara hujan maupun suara petir, bahkan suara dari pesawat terbang dan lainlain. Hambatan ini termasuk hambatan yang sulit untuk dihindari, baik bagi komunikator maupun komunikan. Karena kejadiannya sulit untuk diprediksi terutama dalam hal cuaca, bahkan bisa ditangani hanya pada saat hambatan tersebut telah terjadi dalam suatu proses transfer pesan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Hambatan Antropologis / Semantik

Gangguan semantik atau gangguan antropologis adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Gangguan semantik atau antropologis ini bisa muncul karena beberapa hal yaitu :

- a. Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- b. Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
- c. Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima pesan.
- d. Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbolsymbol bahasa yang digunakan.<sup>43</sup>

### 3. Teori Strategi Komunikasi Persuasif Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Roceach

Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rocheach memberikan beberapa strategi komunikasi persuasif, yakni :

#### a. Strategi Psikodinamika

Strategi ini fokus pada faktor emosional atau faktor kognitif manusia. Salah satu asumsi yang mendasarinya adalah faktor-faktor kognitif yang sangat berpengaruh besar pada perilaku manusia. Pesan yang efektif akan mampu mengubah psikologis individu dengan cara-cara tertentu, dimana sasaran akan merespon secara terbuka dengan bentuk perilaku seperti yang diinginkan persuader. Dengan kata lain, komunikasi persuasif yang efektif terletak pada tentang belajar mengenai hal yang baru, dengan dasar informasi yang diberikan oleh persuader. Asumsi tersebut akan mengubah struktur internal psikologis individu, seperti kebutuhan, rasa takut, sikap, dan lain-lain yang hasilnya tampak pada perilaku yang terlihat.

Strategi psikodinamika didasarkan oleh asumsi bahwa ciri-ciri biologis manusia itu merupakan suatu hal yang diturunkan, terdapat

<sup>43</sup> Lilis Farinda, *Strategi Komunikasi Relawan Palang Merah Indonesia Kabupaten Nagan Raya Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Mendonor Darah*, Skripsi, tidak diterbitkan. (Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019), Hlm. 19



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sekumpulan faktor lain yang bersifat mendasar bagi bagian dari biologis dan merupakan hasil belajar, seperti pernyataan dan kondisi emosional seseorang. Strategi persuasif berdasarkan konsep psikodinamika, harus dipusatkan pada faktor emosional dan rasanya sangat tidak mungkin untuk mengubah faktor-faktor biologis dengan pesan persuasif. Hal ini yang mungkin digunakan pesan persuasif untuk pernyataan yang bersifat emosional, seperti marah dan takut. Karena faktor kognitif berpengaruh besar terhadap perilaku manusia maka jika faktor kognitif dapat dirubah kemudian perilaku juga dapat berubah.<sup>44</sup>

#### b. Strategi Sosiokultural

Asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar individu. Strategi sosiokultural yang efektif dibutuhkan karena pesan persuasi menegaskan terhadap aturan-aturan individu dalam kehidupan sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak yang akan mengatur aktivitas, dimana komunikator mencoba untuk memperolehnya atau jika pengertian telah dicapai, tugas berikutnya adalah mendefinisikan kembali syarat tersebut.

Strategi persuasi sosiokultural sering sekali digunakan bersama dengan tekanan antarpersona untuk kompromi. Artinya, kombinasi antarpersona melalui media dan individu dapat ditukarkan. Strategi multistap ini dapat diilustrasikan dalam pengertian yang kongkret jika kita memeriksa taktik kampanye yang sangat sukses, dimana hampir setiap orang mengenalnya. Strategi sosiokultural banyak digunakan dalam promosi produk komersial dengan cara melalui kesamaan situasi pengendalian pendanaan. Oleh karena itu, dalam strategi ini sering kali pengertian tentang kultur, pengharapan sosial, serta semua komponen organisasi sosial ditetapkan sebagai dasar konseptual untuk merancang strategi yang efektif bagi penjualan barang-barang.

Strategi persuasif sosiokultural menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari individu. Ini merupakan salah satu strategi yang digunakan persuader dalam memengaruhi

<sup>44</sup> Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi persuasif* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), Hlm.



orang yang dipersuasif. Perilaku dari orang yang dipersuasi dipengaruhi oleh faktor lingkungan, seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman maupun lingkungan kerja. Faktor lingkungan seperti ini harus dapat diperhatikan persuader sebelum mempersuasif orang yang dipersuasif tersebut. Strategi ini dapat dikatakan sebagai rujukan, dimana biasanya persuader mendapatkan referensi dari teman maupun keluarganya.<sup>45</sup>

Pada strategi sosiokultural, Faktor lingkungan memang sangat membantu persuader untuk merubah perilaku persuade, karena rata-rata persuader pasti mendekati orang-orang yang memang dikenal. Seseorang dalam kategori ini pasti akan lebih mudah dipersuasif selain itu kepercayaan telah ada di dalam hubungan keluarga. Kepercayaan merupakan produk yang dihasilkan di antara kedua pelaku dalam suatu pertukaran dengan lebih memperdulikan biaya dan manfaat dari perilaku tertentu sebagaimana diatur dalam kontrak. Dengan adanya kepercayaan antara dua pelaku akan mempermudah dalam mempersuasif seseorang untuk mengikuti apa yang diinginkan.<sup>46</sup>

### c. *The Meaning Construction*

Strategi yang dikemukakan oleh Melvin I. DeFluer dan Sandra J. Ball Rokeach adalah dengan memanipulasi makna dari sebuah informasi. Hal ini berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Berdasarkan pemikiran DeFluer dan Rokeach tersebut, tampak bahwa yang menjadi asumsi utama strategi *The Meaning Construction* bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Apa yang luput merupakan kombinasi asumsi tentang predisposisi dan proses internal, seperti perubahan sikap, disonasi kognitif atau kejadian sosial yang rumit dan pengaharapan kultural. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa strategi ini dicirikan oleh “belajar-berbuat” (*learn-do*), seperti yang dilawankan dengan belajar-merasa-berbuat (*learn-feel-do*) dan

<sup>45</sup>Firdaus, Yanie Pratiwi. 2016. “Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru.” JOM FISIP Vol. 3, No. 2

<sup>46</sup> Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi persuasif* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), Hlm.36



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendekatan belajarpenyesuaian-diri. Asumsi dasar strategi persuasi *the meaning construction* adalah bahwa pengetahuan dapat membentuk perilaku. Strategi ini dicirikan oleh belajar berbuat (*learn-do*).

Strategi ini berawal dari konsep di mana hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Persuader berupaya memberikan pengetahuan-pengetahuan mengenai suatu hal kepada calon orang yang dipersuasif. Selain itu dengan adanya pengetahuan yang diterima orang yang dipersuasif melalui lingkungan sekitar maupun berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pemahaman di benak masyarakat inilah harus diikuti, tentunya yang diinginkan oleh persuader.

Pada strategi ini persuader berupaya memanipulasi suatu informasi agar lebih dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah oleh orang yang dipersuasi. Persuader memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri. Dalam memperkenalkan suatu hal, persuader tidak melakukan media periklanan, persuader cukup menjelaskan dengan orang yang dipersuasi langsung pada saat memberikan suatu pemahaman, karena bagi persuader itu sangat efektif dan efisien, ditambah lagi lembaga/instansi cukup mengandalkan nama besar. Selain mengenalkan melalui nama besar instansi, persuader perlu melakukan pengenalan secara personal selling dengan yang dipersuasi, dengan kata lain dari mulut ke mulut saja.<sup>47</sup>

Pada strategi ini persuader berupaya untuk memanipulasi makna, untuk mempermudah orang yang dipersuasif dalam memahaminya, persuader juga memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna. Namun, tidak mengurangi makna dan arti yang sesungguhnya.<sup>48</sup>

<sup>47</sup> Firdaus, Yanie Pratiwi. 2016. "Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru." JOM FISIP Vol. 3, No. 2

<sup>48</sup> Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi persuasif* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), Hlm.

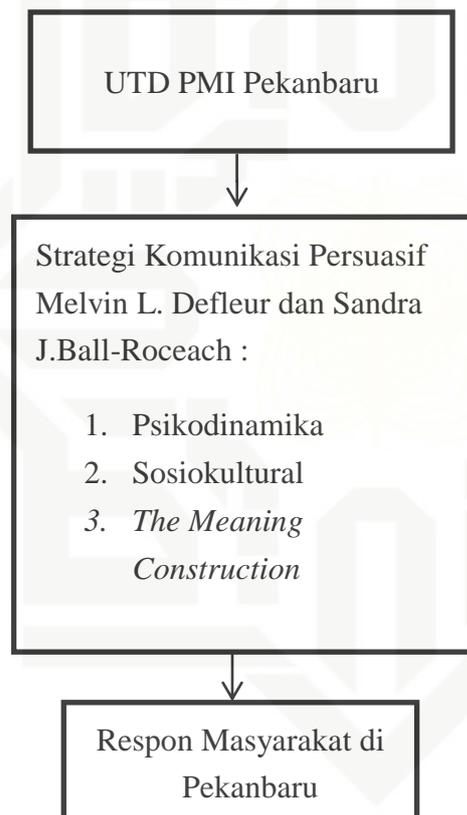
### C. Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah dalam suatu penelitian apabila penelitian tersebut berkaitan dengan variabel atau fokus atau penelitian. Maksud dari kerangka berfikir sendiri supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal.<sup>49</sup>

#### Gambar 2.1

##### Kerangka Pikir

Komunikasi Persuasif Unit Transfusi Darah PMI Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela di Tengah Pandemi Covid-19



<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2008).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### D. Konsep Operasional

Penelitian ini berkenaan dengan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif adalah suatu usaha yang digunakan untuk mempengaruhi seseorang atau kelompok sesuai dengan yang direncanakan persuade atau komunikator.

Berdasarkan konsep tersebut, yang dimaksud dengan komunikasi persuasif dalam kajian ini adalah segala bentuk usaha komunikasi UTD PMI Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah *Sumber : Olahan Peneliti* tengah pandemi. Dalam menyusun komunikasi, harus ditentukan siapa sasaran kita, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian, di mana lokasi penyampaian pesan tadi, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat.<sup>50</sup> Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rocheach memberikan beberapa strategi komunikasi persuasif, yakni:

##### a. Strategi Psikodinamika

Berasal dari Sigmund Freud, asal kata Psiche; pikiran, namun mencakup perasaan, pengalaman masa lalu, roh dan jiwa. Kata Dinamic: mengacu pada pandangan bahwa psikis individu bersifat dinamis, tidak statis. Teori dasar Freud menekankan pada dorongan insting dari individu untuk melakukan hubungan, baik internal maupun eksternal.

Strategi persuasi berdasarkan konsep psikodinamika harus dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif. Bahwa pada dasarnya, faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia karena tidak mungkin untuk mengubah faktor-faktor biologis (seperti tinggi, berat, sex, rasa, dan lain-lain). Hal yang mungkin adalah menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan emosional, seperti marah dan takut.

Demikian, faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Oleh karena itu, faktor-faktor kognitif dapat diubah tentunya perilaku pun dapat diubah. Pandangan psikodinamika tentang perilaku menekankan pada aspek kekuatan pengaruh pada faktor-faktor perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu yang membentuk perilaku. Pendekatan kognitif sebagai strategi persuasi menekankan struktural internal jiwa sebagai hasil belajar.

Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasi adalah pesan yang efektif bersifat mampu mengubah fungsi psikologis individual

<sup>50</sup> Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi persuasif* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), Hlm.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan berbagai cara, dimana mereka akan merespons secara terbutka dengan bentuk perilaku, seperti yang diinginkan atau sesuai dengan yang dinyatakan persuader.

Strategi persuasi berdasarkan konsep psikodinamika harus dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif. Bahwa pada dasarnya, faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia karena tidak mungkin untuk mengubah faktor-faktor biologis (seperti tinggi, berat, sex, rasa, dan lain-lain). Hal yang mungkin adalah menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan emosional, seperti marah dan takut.

Dalam perkembangan kepribadian manusia, tercatat ada 3 hal, yaitu Id (insting dan dorongan kepuasan), Ego (daya nalar, proses mental dan pikiran sehat, serta realitas), dan Super ego (nilai-nilai sosial). Mekanisme pertahanan dalam seorang individu saat menerima stimulant dari luar adalah *repression* (penekanan) berkenaan dengan dorongan hati yang tidak pantas dikeluarkan sehingga didesak kedalam pikiran bawah sadar. *Regression* (kemunduran) kembali ke bentuk-bentuk perilaku awal perkembangan. *Sublimation* mengganti perilaku yang tidak wajar dengan perilaku yang lebih baik. *Displacement* (penggantian) mengubah sasaran pelampiasan dari emosi kepada sebuah objek lain. *Reaction formation* (pembentukan reaksi) bertindak yang berlawanan dengan apa yang dirasakan atau yang diinginkan.<sup>51</sup>

#### b. Strategi Sosiokultural

Asumsi pokok dari strategi ini adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Strategi sosiokultural yang efektif dibutuhkan karena peran persuasif menegaskan terhadap individu tentang aturan-aturan bagi pelaku sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak, yang akan mengatur aktivitas komunikator yang mencoba untuk memperoleh atau jika pengertian telah dicapai, tugas berikutnya adalah “mendefinisikan kembali” syarat tersebut.

Strategi persuasif sosiokultural menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari individu. Ini merupakan salah satu strategi yang digunakan persuader di dalam meningkatkan orang yang

<sup>51</sup> Bustomi Aripin, *Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tangerang Dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang)*, Skripsi, tidak diterbitkan (Jakarta: Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2016), Hlm. 22



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipersuasif. Perilaku dari orang yang dipersuasi dipengaruhi faktor lingkungan, seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman maupun lingkungan kerja. Faktor lingkungan seperti ini harus dapat diperhatikan pemasar sebelum mempersuasif calon orang yang dipersuasif tersebut. Strategi ini dapat dikatakan referensi, dimana biasanya pemasar mendapatkan referensi dari teman maupun keluarganya.

Faktor lingkungan memang sangat membantu persuader untuk merubah perilaku persuade, karena rata-rata persuasasti mendekati orang-orang yang memang dikenal. Seorang dalam kategori ini pasti akan lebih mudah dipersuasif selain itu kepercayaan telah ada di dalam hubungan keluarga. Kepercayaan merupakan produk yang dihasilkan di antara kedua pelaku dalam suatu pertukaran dengan lebih memperdulikan biaya dan manfaat dari perilaku tertentu sebagaimana diatur dalam kontrak. Dengan adanya kepercayaan antara dua pelaku akan mempermudah dalam mempersuasif seorang untuk mengikuti apa yang diinginkan.

Oleh karena itu, dalam strategi ini sering kali pengertian tentang kultur, pengharapan sosial, serta semua komponen organisasi sosial ditetapkan sebagai konsep dasar untuk merancang strategi yang efektif. Dalam mempersuasi orang agar mengikuti apa yang diharapkan oleh persuader, persuader harus mempertimbangkan pengertian budaya setempat. Norma-norma kepentingan peran, serta sosial budaya yang terdapat dalam suatu lingkungan daerah atau kelompok. Pada strategi sosiokultural, perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan di luar diri individu. Kekuatan yang dapat mempengaruhi manusia adalah faktor lingkungan.<sup>52</sup>

### c. *The Meaning Construction*

Berdasarkan pemikiran Defleur dan Rokeach, tampak bahwa yang menjadi asumsi utama strategi *The Meaning Construction* adalah pengetahuan yang dapat mempengaruhi perilaku. Strategi ini berawal dari konsep dimana hubungan pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Persuader berupaya memberikan pengetahuan mengenai sesuatu kepada orang yang akan di persuasif. Sehingga

<sup>52</sup> Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi persuasif* (Jakarta: Universitas Terbuka,2007), Hlm.

pengetahuan yang didapat oleh orang yang dipersuasif dari lingkungan sekitar atau berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pengertian dalam benak masyarakat bahwa hal tersebutlah yang harus diikuti atau dilakukan, tentunya yang diinginkan oleh persuader.

Pada strategi ini persuader berupaya untuk memanipulasi makna, untuk mempermudah orang yang dipersuasif dalam memahaminya, persuader juga memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna. Namun, tidak mengurangi makna dan arti yang sesungguhnya



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, yang membantu penelitian dalam pengumpulan dan menganalisis data.<sup>53</sup>

Suharsimi Arikunto di dalam bukunya yang berjudul “Prosedur Penelitian Kualitatif Suatu Pendekatan Praktek” menjelaskan tentang penelitian yang mengumpulkan data dan interpretasi lainnya tidak menggunakan angka dalam menjabarkan data, maka penelitian tersebut dinamakan penelitian kualitatif. Meskipun begitu bukan berarti dalam penelitian kualitatif tidak diperbolehkan menggunakan angka. dalam metode ini tetap diperkenankan menggunakan angka dalam beberapa kondisi, seperti menggambarkan kondisi peningkatan jumlah yang datanya menggunakan angka tentu saja diperbolehkan. Hal yang tidak boleh adalah mengumpulkan data dan merumuskannya dengan rumus-rumus statistik.<sup>54</sup>

Penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang menemukan hasil yang tidak dapat ditemukan hanya dengan menggunakan prosedur statistik. Pada metode penelitian kualitatif, dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan sosial dan hubungan kekerabatan yang umumnya tidak bisa dijabarkan dengan angka.<sup>55</sup>

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode fenomenologi yaitu penelitian yang mencari jawaban tentang makna dari sebuah fenomena. Data yang dikumpulkan berupa data yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo peneliti dan dokumen resmi

---

<sup>53</sup> Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2006, hlm.

<sup>54</sup> Suharsimi Arkunto, *Prosedur Penelitian Kualitatif Pendekatan Suatu Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 5

<sup>55</sup> Djunaidi Ghony dan Fauzan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 25



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

lain yang mendukung.<sup>56</sup> Tujuan menggunakan pendekatan kualitatif adalah agar peneliti dapat menggambarkan realita empiris di balik fenomena yang terjadi terkait komunikasi persuasif UTD PMI Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah donor darah sukarela di tengah pandemi Covid-19.

## B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia (UTD PMI) Kota Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Diponegoro IX No. 15 Pekanbaru. Pengumpulan data dimulai pada bulan Maret 2020 sampai Juni 2021.

## C. Sumber Data Penelitian

### a) Sumber Data Primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat di peroleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian.<sup>57</sup> Sedangkan menurut Lofland bahwa data primer adalah data utama atau data pokok dalam penelitian kualitatif baik berupa kata-kata atau tindakan. Kata-kata dan tindakan tersebut diperoleh dari lapangan dengan observasi, teknik sampling, dan foto-foto serta wawancara dengan subjek penelitian atau responden atau informan yang merupakan tangan pertama. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Staff Pelayanan Darah UTD PMI Kota Pekanbaru.

### b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang di dapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, buku harian, notula rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai perusahaan. Data sekunder juga dapat berupa majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, lampiran-lampiran dari hasil-hasil studi, tesis. Hasil survey, studi histories, dan sebagainya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah artikel-artikel atau bahan bacaan

<sup>56</sup> O. Hasbiansyah, "Pendekatan Fenomenologi; Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi". Mediator. Vol. 9 No. 1 Juni 2008. Hlm. 163-180

<sup>57</sup> Moh Nazar, Ph.D, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bakhti Indonesia, 2003), hlm. 44-45.

lainnya yang berkaitan dengan UTD PMI yang bukan dibuat oleh pihak pertama.

#### D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini akan di pilih secara *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak di ambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dengan ciri-ciri sampel yang ditetapkan.<sup>58</sup>

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah dua orang dari UTD PMI Pekanbaru yaitu Kepala Bagian P2D2S UTD PMI Pekanbaru dan satu orang Staff Bagian P2D2S yang merupakan perawat pelaksana teknis kegiatan donor.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Maryadi dkk, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang memungkinkan diperoleh data detail dengan waktu yang relatif lama.<sup>59</sup> Menurut Sugiono, Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.<sup>60</sup>

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, teknik wawancara dan dokumentasi. Berikut ini di jelaskan teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut.

##### a) Observasi

Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Dalam tradisi kualitatif, data tidak akan diperoleh dibelakang meja, tetapi harus terjun langsung ke lapangan. Data yang diobservasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan

<sup>58</sup> Ruslan Rosady, *Metode Penelitian : PR dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 30.

<sup>59</sup> Maryadi, dkk. 2010. *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*. (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2010). Hlm. 14

<sup>60</sup> Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: CV. Alfabeta. 2005). Hlm. 62



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

interaksi antarmanusia.<sup>61</sup> Dalam arti yang luas, observasi mencakup pengamatan yang dilakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>62</sup> Dalam penelitian ini, Penelitian mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek peneliti yang sedang diteliti atau melihat apa saja yang terjadi terhadap objek yang sedang diteliti guna memperoleh data yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian.

## b) Wawancara

Biasanya wawancara dalam penelitian kualitatif berlangsung dari alur umum ke khusus. Wawancara tahap pertama biasanya hanya bertujuan untuk memberikan deskripsi dari orientasi awal peneliti perihal masalah dan subjek yang dikaji. Tema-tema yang muncul pada tahap ini kemudian diperdalam, dan dikonfirmasi pada wawancara berikutnya, demikian seterusnya hingga mencapai kelengkapan informasi dalam pembahasan yang diinginkan oleh peneliti<sup>63</sup>. Materi wawancara adalah tema yang ditanyakan kepada informan, berkisar antara masalah atau tujuan penelitian. Materi wawancara yang baik terdiri dari: pembukaan, isi, dan penutup<sup>64</sup>. Penulis mengumpulkan data melalui wawancara langsung dengan informan.

## c) Dokumentasi

Metode ini sering digunakan untuk memperlengkap data selain observasi, dan wawancara. Tujuan penelusuran dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data<sup>65</sup>. Dokumentasi dalam hal ini diantaranya sumber-sumber dokumen yang terkait seperti koran online dan sosial media UTD PMI Pekanbaru.

<sup>61</sup> Conny, R. Semiawan. *Metode Penelitian Kualitatif; Jenis, Karakter dan Keunggulannya*. (Jakarta: PT Grasindo. 2010). Hlm 115

<sup>62</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 76.

<sup>63</sup> Agus Salim, *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006), hlm. 76

<sup>64</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hlm. 111.

<sup>65</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 118.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## F. Validasi Data

Karena penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses penelitian, maka data penelitian ini dianalisis sejak penelitian berlangsung hingga berakhirnya proses pengumpulan data. Sebagai mana yang dilakukan oleh peneliti, penelitian kualitatif sudah harus memulai penulisan laporan penelitian sejak berada dilapangan karena proses analisis yang dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data karena penelitian ini akan dengan mudah melihat unsur-unsur yang hilang atau tidak dibicarakan dengan informan pada suatu penggunaan metode wawancara dan pengamatan langsung.

Langkah awal yang penulis lakukan adalah membuat kategori-kategori dalam bentuk lembaran-lembaran. Data yang penulis dapatkan kemudian dimasukkan kedalam kategori yang sesuai, misalnya data tentang latar belakang informan, data tentang kondisi sosial budaya yang mendorong terciptanya pola interaksi sosial merupakan kategori data sehingga memudahkan penulis mengklarifikasikan.

Langkah selanjutnya direduksi dengan mencari intinya (abstraksi). Hasil abstraksi tersebut disesuaikan dengan temuan-temuan lain yang berfungsi sebagai penguat data. Pada saat yang sama temuan data juga dikonfirmasi kembali kepada informan untuk memperkuat data sehingga validitasnya kelihatan (pengabsahan data). Analisis data menurut Patton merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan diantara dimensi- dimensi uraian. Uraian diatas memberikan gambaran betapa pentingnya kedudukan analisis data ini dilihat dari segi tujuan penelitian.<sup>66</sup>

Adapun analisis data selama pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengupulan data yakni pada saat wawancara penelitian melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai, sampai pada tahap tertentu untuk memperoleh data yang valid dan kredibel. Analisis ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas atau sampai datanya dianggap cukup.

<sup>66</sup>Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif* Edisi Revisi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 280

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Kemudian tahap akhir, melakukan reduksi data yakni merangkum, memilih, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data yang telah diperoleh dari hasil catatan lapangan untuk dicari tema dan polanya. Hal ini membantu peneliti untuk mempertajam fokus, membuat kategorisasi, dan menyusun klarifikasi guna pendalaman dan penyusunan rencana kerja lebih lanjut. Maka pada tahap ini tentunya data yang tidak relevan dengan pertanyaan dasar penelitian dipisahkan.

### G. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh peneliti selanjutnya akan dianalisis dengan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman Punch yang menyebutkan bahwa teknik ini terdiri dari tiga komponen yaitu reduksi data, penarikan data dan pengujian atau penarikan kesimpulan.

- a. Reduksi data, yaitu proses pemilihan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan terverifikasi.
- b. Penyajian data, seluruh data yang didapat, baik berupa hasil wawancara, dokumentasi dan sebagainya akan dianalisis.
- c. Penarikan kesimpulan, adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti yang disusun dalam suatu bentuk yang tepat dalam penyajian data.<sup>67</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>67</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Lkis, 2007) hlm. 104

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM UTD PMI PEKANBARU

#### A. Profil Singkat UTD PMI Pekanbaru

Organisasi Palang Merah Indonesia (PMI) merupakan organisasi yang bergerak dalam bidang jasa sosial kemanusiaan, membantu korban bencana alam serta pelayanan kesehatan lainnya yang berpegang pada Prinsip-Prinsip Dasar Gerakan Palang Merah dan Bulan Sabit Merah Internasional dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Palang Merah Indonesia merupakan satu-satunya organisasi kepalangmerahan yang berstatus badan hukum dan disahkan dengan Keputusan Presiden No. 25 tahun 1950 dan Keputusan Presiden No. 246 tahun 1963. Peraturan Pemerintah Nomor 18/1980 telah memberikan penugasan kepada PMI untuk menyelenggarakan Upaya Kesehatan Transfusi Darah (UKTD). UKTD ini dilaksanakan dengan pembentukan Unit Tranfusi Darah (UTD) PMI yang merupakan Unit Pelayanan Teknis (UPT) yang diatur dan bertanggung jawab kepada PMI di masing-masing jajarannya.<sup>68</sup>

Didalam menyelenggarakan UKTD, UTD melaksanakannya dengan prinsip mandiri, otonom dan mengurus rumah tangganya sendiri. Unit Transfusi Darah (UTD) memfasilitasi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan upaya pelestarian pendonor darah, penyediaan darah, dan pendistribusian darah. Berdasarkan tingkatannya UTD PMI Pekanbaru termasuk tingkat kabupaten/kota. tingkat kabupaten/kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3ayat (1) huruf c memiliki kemampuan pelayanan paling rendah atau kelas pratama. UTD tingkat kabupaten/kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memiliki tugas yaitu ;

- i. Melakukan kerjasama dan berkoordinasi dengan berbagai pihak lintas sektoral, baik untuk membangun kegiatan penyediaan darah maupun kegiatan kehumasan dari kegiatan UTD Tingkat Nasional.
- ii. Menyusun perencanaan kebutuhan darah
- iii. Melakukan pengerahan dan pelestarian pendonor darah
- iv. Melakukan penyediaan darah dan komponen darah
- v. Melakukan pendistribusian darah

<sup>68</sup> Seven Audi Sapt dkk, Kenali PMI (Jakarta: PMI, 2009, Hlm. 17

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

- vi. Melakukan pelacakan penyebab reaksi transfusi atau kejadianikutan akibat transfusi darah; dan
- vii. Melakukan pemusnahan darah yang tidak layak pakai.<sup>69</sup>

Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia Pekanbaru merupakan salah satu dari 216 unit yang ada di 212 kabupaten/kota di 34 provinsi. Unit Transfusi Darah ( UTD ) Pekanbaru terletak di Jl. Diponegoro IX No. 15 Pekanbaru.

## B. Visi dan Misi

### 1. Visi

Terwujudnya kesehatan sebagai Hak Asasi melalui Pelayanan Donor yang Aman, Berkesinambungan, Terjangkau dan Merata.

### 2. Misi

Menjadikan “Kesehatan Sebagai Hak Asasi” suatu komitmen melalui pemberdayaan Unit Transfusi Darah serta koordinasi dengan Dinas Kesehatan dan Pemerintah Daerah undang-undang terkait:

- i. UU Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan
- ii. PP Nomor 07 Tahun 2011 Tentang Pelayanan Darah
- iii. Permenkes Nomor 83 Tahun 2014 Tentang Unit Transfusi Darah, BDRS & Jejaring Pelayanan Transfusi Darah
- iv. Permenkes Nomor 91 Tahun 2015 Tentang Standar Pelayanan



Gambar 1. Kantor UTD PMI Pekanbaru

<sup>69</sup> Peraturan Menteri Kesehatan, Nomor 83 Tahun 2014 Tentang Unit Transfusi Darah, Jakarta: Menteri Kesehatan RI, Diunduh



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### C. Struktur Organisasi

Kepala	:	Dr. Bebe Gani
Sekretaris	:	Yayat Supriyatna, SE
Bagian Pelayanan	:	Dr. Dian I. K Singgih
Bagian Mutu	:	Dr. Reni Oktora
Sub Bagian P2D2S	:	Dr. Kurnia Sari
Sub Bagian Pelayanan Darah	:	Yulianan Liana
Sub Bagian Produksi dan Distribusi Umum dan Logistik	:	Efrianita (PTTD)
Kepegawaian & Sistem Informasi	:	Ismed Kadarisman, S. SOS
Manajemen	:	P. Satrio Dewo, S. KOM
Sub Bagian Keuangan	:	Yuniarta

### D. Pelayanan Transfusi Darah

Target pelayanan transfusi darah adalah berupaya memenuhi kebutuhan darah yang bermutu. Dalam melakukan pelayanan transfusi darah kepada masyarakat, PMI tidak hanya memfokuskan perhatiannya pada pendonor darah tetapi juga ke masyarakat yang juga merupakan pengguna darah. Karena itu menjadi penting untuk melakukan sosialisasi informasi kepada masyarakat mengenai syarat menjadi pendonor.

- Usia 17-60 tahun (pada usia 17 tahun diperbolehkan menjadi donor bila mendapat ijin tertulis dari orangtua. Sampai usia tahun donor masih dapat menyumbangkan darahnya dengan jarak penyumbangan 3 bulan atas pertimbangan dokter).
- Berat badan minimum 45 kg.
- Temperatur tubuh: 36,6 - 37,5o C (oral).
- Tekanan darah baik, yaitu:
  - Sistole :110 - 160 mm Hg.
  - Diastole : 70 - 100 mm Hg.
- Denyut nadi : Teratur 50 - 100 kali/ menit.
- Haemoglobin
  - Wanita : minimal 12 gr %
  - Pria : minimal 12,5 gr %



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. Jumlah penyumbangan pertahun paling banyak 4 kali dengan jarak penyumbangan sekurangkurangnya 3 bulan. Keadaan ini harus sesuai dengan keadaan umum donor.

Tidak boleh melakukan donor pada keadaan :

- a. Pernah menderita hepatitis
- b. Dalam jangka waktu 6 bulan sesudah kontak erat dengan penderita hepatitis.
- c. Dalam jangka waktu 6 bulan sesudah transfusi.
- d. Dalam jangka waktu 6 bulan sesudah tattoo/tindik telinga.
- e. Dalam jangka waktu 72 jam sesudah operasi gigi.
- f. Dalam jangka waktu 6 bulan sesudah operasi kecil.
- g. Dalam jangka waktu 12 bulan sesudah operasi besar
- h. Dalam jangka waktu 24 jam sesudah vaksinasi polio, influenza, cholera, tetanus dipteris atau profilaksis
- i. Dalam jangka waktu 2 minggu sesudah vaksinasi virus hidup parotitis epidemica, measles, tetanus toxin.
- j. Dalam jangka waktu 1 tahun sesudah injeksi terakhir imunisasi rabies therapeutic.
- k. Dalam jangka waktu 1 minggu sesudah gejala alergi menghilang.
- l. Dalam jangka waktu 1 tahun sesudah transplantasi kulit.
- m. Sedang hamil dan dalam jangka waktu 6 bulan sesudah persalinan.
- n. Sedang menyusui
- o. Ketergantungan obat
- p. Alkoholisme akut dan kronis
- q. Menderita sifilis
- r. Menderita tuberculosa secara klinis
- s. Menderita epilepsy dan sering kejang
- t. Menderita penyakit kulit pada vena (pembuluh darah balik) yang akan ditusuk.
- u. Mempunyai kecenderungan perdarahan atau penyakit darah, misalnya defisiensi G6PD, thalasemia, polibetemiavera.
- v. Seseorang yang termasuk kelompok masyarakat yang mempunyai resiko tinggi untuk mendapatkan HIV/AIDS (homoseks, morfinis, berganti-ganti pasangan seks, pemakai jarum suntik tidak steril).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

w. Pengidap HIV/ AIDS menurut hasil pemeriksaan pada saat donor darah.<sup>70</sup>

Untuk selama masa pandemi khususnya semenjak diberlakukannya vaksinasi, pasien yang sudah melakukan vaksinasi baru boleh mendonorkan darahnya dua minggu setelah vaksinasi kedua (vaksinasi ada dua tahap). Selain itu, orang yang pernah terkena Covid-19 tetapi sudah sembuh (post-Covid) juga bisa mendonorkan darahnya dua minggu setelah mereka dinyatakan sembuh atau tes swabnya menunjukkan hasil negatif.<sup>71</sup>

## E. Program dan Kegiatan

### 1. Kerjasama Penyediaan Darah

Selama periode 2020 (selama pandemi) dalam upaya meningkatkan pendonor darah dan membantu terpenuhinya kebutuhan darah di tengah pandemi, UTD PMI Pekanbaru telah menjalankan kerjasama dengan beberapa jejaring pelayanan dari pemerintah, Perguruan Tinggi, Perusahaan serta Organisasi non-pemerintah yang terdiri dari :

- 1) PT Eka Bogainti (Hokben)
- 2) GenBI Riau 2020
- 3) PT. Robert Bosch Indonesia (Indo Teknik)
- 4) Ikatan Keluarga Persaudaraan Tionghoa Bengkalis (IKPTB)
- 5) Mitsubishi Nusantara Berlian Motor
- 6) PT. Sinarmas Rendranusa
- 7) WCI ( White Car Indonesia) Regional Riau
- 8) Dharmayudha Kusuma Indonesia
- 9) RS. Hermina
- 10) RS. Awal Bross
- 11) TVRI
- 12) Fox Haris Hotel
- 13) Komunitas Jumat Berkah Bina Sosial Pekanbaru
- 14) Relawan Peduli Covid-19 Riau
- 15) Pemerintah Provinsi Riau

<sup>70</sup> Seven Audi Sapta dkk, Kenali PMI (Jakarta: PMI, 2009), Hlm. 24-25

<sup>71</sup> Wawancara Dr. Asmah, Staff Pelaksana Kegiatan Donor Darah, pada 29 Maret 2021

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16) Ikatan Keluarga Alumni SMPN 49, SMUN 6 dan SMAN 8 (IKA 4968)

17) BMPD Riau



Gambar 2. Kegiatan Donor di Bank Indonesia



Gambar 3. Kegiatan Donor BMPD Riau



Gambar 4. Kegiatan Donor di Mall SKA

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 5. Kegiatan Donor RS Awal Bross bersama Darmayudha Kusuma Indonesia



Gambar 6. Kegiatan Darah IKPTB Riau

## 2. Gerakan 1000 Kantong Darah Provinsi Riau

Sehubungan dengan bulan suci Ramadan dan pandemi Covid-19 Riau dan juga Kota Pekanbaru sedang menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta ketersediaan Stok Darah di PMI Kota Pekanbaru yang berkurang maka PMI Pekanbaru bekerjasama dengan Relawan Peduli Covid-19 Riau tergerak hati untuk berusaha melaksanakan donor darah untuk membantu PMI memenuhi ketersediaan darah pada bulan Suci Ramadhan dan kondisi pandemi Covid-19 tersebut. Untuk berusaha mendapatkan pendonor dalam situasi sulit seperti ini, Relawan Peduli Covid-19 Riau menamakan aksi ini dengan nama “Gerakan 1000 Kantong Darah Ramadan”.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kegiatan ini diadakan mulai tanggal 14 Mei 2020 hingga 18 Mei 2020 di Maharani Room, Hotel Furaya Pekanbaru pada pukul 13.00 sd 22.00 WIB. Karena animo masyarakat yang tinggi akhirnya panitia memperpanjang kegiatan donor darah ini dari tgl. 19 Mei hingga 20 Mei 2020. Sebagai ucapan terimakasih kepada para pendonor, panitia memberikan 1 (satu) paket sembako yang terdiri dari beras, susu, ikan sarden, minyak goreng dan mie instant.<sup>72</sup>

Hari	Tanggal	Jumlah Pendonor
1	14-05-2020	327 Orang
2	15-05-2020	537 Orang
3	16-05-2020	677 Orang
4	17-05-2020	516 Orang
5	18-05-2020	467 Orang
6	19-05-2020	155 Orang
7	20-05-2020	140 Orang

Tabel 1. Jumlah Pendonor Gerakan 1000 Kantong Darah

### 3. Donor Darah Konvalesen

Merupakan salah satu metode imunisasi pasif, yang dilakukan dengan memberikan plasma orang yang telah sembuh dari COVID-19, kepada pasien COVID-19 yang sedang dirawat. Bertujuan sebagai terapi tambahan COVID-19 dengan mengajak orang yang telah sembuh dari COVID-19 untuk menjadi pendonor plasma.

Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Pekanbaru, Provinsi Riau kini mulai melayani donor plasma konvalesen atau plasma darah bagi penyintas Covid-19. Program ini sedang gencar disosialisasikan kepada masyarakat baik skala nasional maupun di Kota Pekanbaru sendiri agar pengetahuan masyarakat tercukupi dan mau mendororkan plasma darahnya. Ini merupakan salah satu upaya UTD PMI Pekanbaru untuk memenuhi kebutuhan stok darah khususnya bagi penyintas Covid-19.

### 4. Mobil Unit Transfusi Darah

Ketersediaan mobil unit sangat menunjang kegiatan pelayanan operasional di luar kantor UTD seperti kegiatan donor darah di kampus maupun di gerai-gerai seperti di Mall. Ini merupakan salah satu upaya UTD PMI Pekanbaru untuk meningkatkan jumlah donor darah sukarela selama masa pandemi dengan sistem jemput bola.

<sup>72</sup> Diakses dari [Gerakan 1000 Kantong Darah Ramadan Relawan Peduli Covid-19 Riau \(haloriau.com\)](http://haloriau.com)

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan peneliti tentang Komunikasi Persuasif UTD PMI Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Pendonor Sukarela di Tengah Pandemi Covid-19, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang digunakan UTD PMI Pekanbaru adalah dengan melibatkan faktor dari dalam individu seperti menyusun pesan-pesan yang dibuat sedemikian rupa agar menyentuh emosional masyarakat (Psikodinamika). Faktor luar individu yaitu lingkungan dan orang-orang terdekat masyarakat seperti teman, kerabat atau pihak yang mempunyai otorisasi yang dapat menjadi perpanjangan tangan UTD PMI Pekanbaru dalam mengajak mereka untuk berdonor (sosiokultural) dan upaya pemberian pengetahuan seperti melalui sosial media dan sosialisasi dialogis dengan masyarakat (*the meaning construction*).

Strategi komunikasi persuasif didalam teori Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach memiliki tiga pendekatan strategi diantaranya Strategi Psikodinamika, Strategi Sosiokultural, dan Strategi *The Meaning Construction*. Ketiga strategi ini digunakan sesuai dengan masyarakat kota Pekanbaru yang dihadapi oleh UTD PMI Pekanbaru.

UTD PMI Pekanbaru menggunakan penglihatan mereka atas kurangnya minat dan kesadaran yang berdampak pada belum optimalnya jumlah donor darah sukarela di Kota Pekanbaru padahal kebutuhan darah terus saja meningkat dan apabila tidak terpenuhi akan ada resiko terburuk seperti kematian. Pada akhirnya hal tersebut digunakan untuk memengaruhi emosi masyarakat akan kesadaran itu.

Strategi Sosiokultural memanfaatkan faktor lingkungan atau hal dari luar diri individu, yaitu melibatkan orang-orang seperti keluarga, teman, atau pihak yang mempunyai otoritas persuasif seperti mahasiswa atau komunitas tertentu untuk menyebarkan kesadaran akan pentingnya mendonorkan darah, sehingga apa yang disampaikan lebih mengena karena masih memiliki sebuah keterikatan antara orang yang dipersuasi, lingkungan, dan masyarakat secara satu kesatuan. Selain itu juga melibatkan nilai dan norma sebagai salah satu unsur dalam mengarahkan masyarakat untuk berpikir dan berperilaku. UTD



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PMI Pekanbaru menggunakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan mereka, yakni memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku masyarakat. UTD PMI Pekanbaru juga mempersuasi pemerintahan, korporasi, masyarakat untuk berperan aktif dalam mengadakan aksi donor darah. Mereka mengajak perorangan untuk melibatkan dan merangkul mereka dengan kegiatan UTD PMI Pekanbaru, tujuannya agar masyarakat semakin semakin sadar dan mau untuk berdonor.

Strategi *The Meaning Construction* lebih kepada kampanye yang dilakukan oleh UTD PMI Pekanbaru demi tercapainya tujuan. Kampanye yang dilakukan pun lebih banyak menggunakan sosial media dengan membuat pesan sedemikian rupa yang bersifat informatif. Keberadaan media siber seperti media online dapat memudahkan UTD PMI Pekanbaru dalam mengajak masyarakat berdonor, karena media online melampaui pola-pola penyebaran pesan media tradisional. Target sasaran utama UTD PMI Pekanbaru adalah kaum millennial dengan tujuan efek jangka panjangnya. Jika di usia dini mereka sudah memiliki pengetahuan mengenai donor darah dan melakukan donor darah, maka ini akan menjadi kebiasaan ke depannya sehingga jumlah donor darah sukarela meningkat.

## B. Saran

Berdasarkan pengamatan penulis secara langsung, maka beberapa saran yang penulis sampaikan diantaranya:

1. UTD PMI Pekanbaru seharusnya lebih memaksimalkan pesan persuasi melalui video-video yang bersangkutan dengan donor darah semenarik mungkin agar lebih mengena ke masyarakat lalu mengupload nya ke sosial media. karena mengingat kebiasaan masyarakat saat ini yang cenderung lebih suka menonton daripada membaca. Selain itu, UTD PMI Pekanbaru juga dapat menggunakan Youtube untuk media publikasi, mengingat Youtube belum digunakan sama sekali.
2. UTD PMI Pekanbaru harus mempunyai relasi, jaringan, database masyarakat kota Pekanbaru, serta publikasi yang menyeluruh ke masyarakat kota Pekanbaru sehingga pesan dapat tersebar merata pada masyarakat kota Pekanbaru.

3. UTD PMI Pekanbaru sebaiknya memperbanyak database mengenai kegiatan donor darah di Pekanbaru secara berkala baik di Website maupun di media publikasi lainnya. Hal ini berkaitan dengan kemudahan mendapatkan informasi mengenai UTD PMI Pekanbaru.
4. UTD PMI Pekanbaru bisa lebih memaksimalkan jangkauan kampanye aksi donor darah di sosial media salah satunya dengan menggunakan hastag. Dengan begitu persentase jangkauan keterlibatan audiens akan jauh lebih besar sehingga semakin banyak yang paham tentang donor darah dan dampak jangka panjangnya mereka akan mau berdonor.
5. Dalam melakukan penelitian, penulis hanya meneliti mengenai strategi komunikasi persuasif yang dilakukan UTD PMI Pekanbaru dalam rangka meningkatkan jumlah donor darah sukarela di tengah pandemi, di sisi lain, masih banyak aspek-aspek eksternal yang dapat diteliti oleh penulis lain.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Kualitatif Pendekatan Suatu Praktek* Jakarta: Rineka Cipta
- Burhan, Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Dedy dan Yosol. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- EA, Purnawan. 2002. *Dynamic Persuasive: Persuasi Efektif dengan Bahasa Hipnosis*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: Remaja Rosada
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosada
- Ghony, Djunaidi, dkk. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Komala, Lukiati. 2009. *Ilmu Komunikasi: perspektif, proses, dan konteks*, Bandung: Widya Padjajaran
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kuncoro, S. 2015. *Efek Donor Darah*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Maryadi, dkk. 2010. *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Moleong, Lex J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Muhtadi, Asep Saeful. 2015. *Metode Peneitian Komunikasi Peneitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia
- National AIDS Control Organisation Ministry of Health & Family Welfare, Government of India. 2007. *Voluntary Blood Donation Programme*. New Delhi: NACO
- Nazar, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bakhti Indonesia
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian : PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Sapta, Seven Audi Sapta dkk. 2009. *Kenali PMI*. Jakarta: PMI
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Semiawan, CR. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif; Jenis, Karakter dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Grasindo
- S, Kuncoro. 2015. *Efek Donor Darah*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Smith, Ronald D. 2002. *Strategic Planning for Public Relation*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher
- Soemirat, Soleh, dkk. 2014. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Soemirat, Soleh, dkk. 2007. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Stiff, James B, dkk. 2016. *Persuasive Communication Third Edition*. New York: The Guilford Press
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, Phill Astrid S. 1977. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Binacipta
- Umar, Husein Umar. 2001 *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Widjaja, HAW. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara
- Jurnal :**
- Bosko, Ronald J, dkk. 2018. *Awareness about Blood Donation among Engineering Students*. International Journal of Health Sciences & Research Vol.8 No. 1
- Caroline, Apriyani. 2018. *Komunikasi Persuasif Komunitas KonKow Nulis dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Pekanbaru*. Jurnal JOM FISIP. Vol. 5 No. 1
- Cobain, Trevor J. 2004. *Fresh Blood Product Manufacture, Issue, and Use: A Chain of Diminishing Returns? Transfusion Medicine Reviews*. Vol.18. No 4. Hlm. 279-292

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Erviani, Olivia. 2017. *Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisata Kota Samarinda*. eJournal Ilmu Komunikasi: Vol. 5 No. 3. Hlm. 235-247
- Firdaus, Yanie Pratiwi. 2016. "Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru." JOM FISIP Vol. 3, No. 2
- Giacomini, Luana, dkk. 2010. *Strategies to increase recruitment of voluntary and habitual blood donors*. Acta Paul Enferm. Vol. 23 No. 1 Hlm. 65-72.
- Hasbiansyah, O. 2008. *Pendekatan Fenomenologi; Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. Mediator. Vol. 9 No. 1. Hlm. 163-180
- Hari, Abdul Hadi. 2015. *Peran Nilai-Nilai Personal (Personal Value) Terhadap Sikap Konsumen*. Magistra No. 92 Th. XXVII
- Harsiwi, Budi Udi, dkk. 2018. *Tinjauan Kegiatan Donor Darah Terhadap Kesehatan di PMI Karanganyar, Jawa Tengah*. Jurnal INFOKES, Vol. 8 No. 1
- Maryadi, dkk. 2010. *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hlm. 14
- Masser, B.M, dkk. 2008. *The psychology of blood donation: Current research and future directions*. Transfusion Medicine Reviews, Vol. 22. Hlm. 215-233
- Nugraha, Aditya, dkk. 2019. *Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Motivasi Mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Riau dalam Melakukan Donor Darah*. Jurnal JOM FKp, Vol.6 No.1
- Sarma, Sunetra. 2016. *Awareness About Blood Donation Among Medical Students in Manipur*. Scholars Journal of Applied Medical Sciences. Vol. 4 No. 3E. Hlm. 994-996
- Sonita, Anisya Sonita dan Robian Kundari, 2019. *Aplikasi Seleksi Calon Pendonor Darah Menggunakan Algoritme C4.5*. Jurnal Pseudocode, Vol. 6 No.2
- Taillard, Marrie. 2000. *Persuasive communication: The case of marketing*. Vol. 12. Hlm. 145-173
- Yuliana. 2020. *Corona Virus Desease (Covid-19); Sebuah Tinjauan Literatur*. Wellness and Healthy Magazine. Vol. 2 No. 1. Hlm. 187-192
- Zuhry, Aditya Eriza. 2015. *Strategi Komunikasi Persuasif Palang Merah Indonesia Riau (PMI) dalam Meningkatkan Jumlah Pendonor Darah Sukarela*. Jom FISIP Vol.2 No. 2



### Sumber Lain :

- Aripin, Bustomi. *Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tangerang Dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang)*. Skripsi, tidak diterbitkan (Jakarta: Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2016)
- Farinda, Lilis. 2019. *Strategi Komunikasi Relawan Palang Merah Indonesia Kabupaten Nagan Raya Terhadap Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Mendonor Darah*. Skripsi. tidak diterbitkan. Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
- Ummisa, Syifa. 2019. *Komunikasi Persuasif Pendamping pada Program Keluarga Harapan (Studi di Desa Argawana Kecamatan Puloampel Serang-Banten)*. Skripsi. tidak diterbitkan. Banten: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasannudin Banten
- Zafitri, Zulfiani. 2020. *Strategi Komunikasi Persuasif Pembina dalam Membentuk Karakter Santri di Pondok Pesantren DDI Takkalasi*, Skripsi, tidak diterbitkan, Parepare: Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
- Aziz. 2000. *Upaya Menghimpun dan Melestarikan Donor Darah*. Buletin Transfusi Darah No.279/November Tahun ke XXVII. UTD-PMI Pusat. Jakarta
- <http://utdpmipekanbaru.or.id> diakses pada
- <https://riau.antaranews.com/berita/75604/penuhi-kebutuhan-masyarakat-pmi-pekanbaru-sediakan-30>
- <https://www.adventhealth.com/blog/should-i-donate-blood-during-covid-19-pandemic>
- <https://www.kompas.com/sains/read/2020/04/16/112421323/stok-darah-menipis-amankah-donor-darah-di-tengah-pandemi-corona> d
- Peraturan Menteri Kesehatan, Nomor 83 Tahun 2014 Tentang Unit Transfusi Darah, Jakarta: Menteri Kesehatan RI, Diunduh
- Peraturan Menteri Kesehatan, Nomor 91 Tahun 2015 Tentang Standar Pelayanan Transfusi Darah, Jakarta; Departemen Kesehatan RI, Diunduh
- Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI tahun 2015 Tentang Situasi Donor Darah di Indonesia. Diunduh
- Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI tahun 2018 Tentang Pelayanan Darah di Indonesia. Diunduh

## LAMPIRAN



Lampiran 1. Dokumentasi wawancara dengan dr. Yuliana Sari



Lampiran 2. Dokumentasi wawancara dengan dr. Asmah

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DRAFT WAWANCARA

Informan : dr. Kurnia Sari  
 Waktu : 19 Maret 2021

1. Upaya persuasif seperti apa yang dilakukan UTD PMI Pekanbaru untuk menggugah masyarakat secara emosional agar mau dan tidak takut berdonor saat pandemi?
  - Untuk komunikasi persuasif saat ini kita hanya mengandalkan media sosial saja. Kita juga sekarang pmi Pekanbaru punya PMI Kecamatan, kami paling sosialisasinya ke PMI pengurus Kecamatan untuk nantinya PMI Kecamatan menyampaikan ke masyarakat. Untuk Pekanbaru sendiri sudah ada tiga kampung donor di wilayah Kecamatan tampan, diharapkan dari kampung-kampung donor itu nanti yang menggalakkan tentang donor darah sehingga minat masyarakat semakin meningkat. Karena kita kan terbatas karena pandemi ya, kalau dulu kita sering turun ke kampus, ke perkantoran juga sosialisasi selain itu ada yang lewat radio. Kalau selama pandemi ini lebih banyak yang tidak kontak langsung sih.
2. Apa saja bentuk pesan yang diberikan kepada masyarakat? Kalimatnya seperti apa?
  - Kalau yang selama pandemi khususnya dimasa vaksin ini, kami bikinnya “vaksin harus donor tetap”. Mungkin bisa dilihat juga di website, di Instagram juga ada. Kalau untuk pandemi sih tetap ya jangan sampai pandemi menghalangimu untuk menjadi pahlawan kemanusiaan. Dan kita lebih sering bermain di sosial media. Supaya lebih dekat dengan masyarakat juga kita sering bikin gerai donor di mall (SKA dan LW)
3. Seberapa sering UTD PMI Pekanbaru melakukan upaya persuasif kepada masyarakat? Dan kapan saja?
  - Seberapa sering ini kembali lagi dalam masa pandemi kita gak bisa terlalu sering, tapi melalui sosmed seminggu minimal 3 kali kita pasti posting. Kalau langsung ke masyarakatnya kita gak ada
4. Adakah pendekatan budaya yang dilakukan dalam mengajak masyarakat berdonor?
  - Pendekatan budaya ini, misalnya kayak kemarin saya memberikan sosialisasi ke SMK IKAFARMASI. Saya sampaikan apapun agama kita tentu mengajarkan kebaikan, apapun agama kita pasti mengajarkan tolong menolong sesama agama ataupun yang berbeda agama dengan kita. Karena ya gitu, dengan donor darah kita tidak pernah tau siapa yang

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



menerima darah kita, penerima darahpun tidak tau siapa yang memberi. Cuma prinsipnya tolong menolong tanpa harus tau siapa yang menolong dan siapa yang ditolong. Prinsipnya adalah ikhlas dan sukarela.

5. Apa saja norma yang digunakan untuk membuat masyarakat lebih emosional?
  - Kalau norma itu norma agama (tentang kebaikan) kemudian norma sosial prinsipnya manusia itu tidak bisa hidup sendiri. Jadi kalau kita butuh darah, kita pasti butuh orang yang mau mendonorkan darah. Jadi datanglah untuk berdonor sebelum kita dibutuhkan dan sebelum kita membutuhkan. Jadi ibaratnya, apapun yang kita semai itu yang kita tuai. Mungkin kalau seseorang bersedekah memberikan uang dia menyelamatkan perut seseorang, tapi kalau dia memberikan darah dia bisa menyelamatkan nyawa seseorang sampai ke anak cucunya.
6. Apakah PMI menggunakan mediasi dari lingkungan sosial seperti influencer atau mediasi lainnya untuk membangun kepercayaan masyarakat untuk melakukan donor darah?
  - Untuk influencer saat ini kita belum ada karena UTD ini kan bukan perusahaan nirlaba jadi gak punya dana khusus. Kalau kita punya bajet lebih kita mungkin maksimalkan servis donornya jadi setelah donor itu kita berikan vitamin, biskuit dll. Kita pernah memberikan reward yang lebih besar dan terbukti itu meningkatkan minat masyarakat, tapi setelah kita pull up kita gak 'kuat' kalau harus memberikan semua donor dengan paket yang besar. Jadi paket-paket tertentu kita hanya berikan di waktu-waktu tertentu seperti saat awal pandemi kita menarik masyarakat dengan memberikan paket yang lebih dari biasanya.
7. Apakah ada aturan atau norma yang disepakati PMI dengan kelompok masyarakat tertentu yang mendorong masyarakat untuk berdonor?
  - Sejauh ini paling yang paling sering ditanyakan 'dok, nanti kalau kamu berdonor dan kami butuh, kami dibantu gak?' itu yang paling sering ditanyakan. Kami hanya bisa jawab, pasien RSUD Arifin Ahmad yang notabene pengguna darah terbesar dari luar daerah yang bukan pendonor saja kami bantu. Apalagi yang pendonor. Asalkan stok darah kita cukup karena selama pandemi stok darah kita naik-turun. Ketika ada kegiatan itu bisa terpenuhi tapi ketika lagi tidak ada kegiatan seperti sekarang ini menurun. Untuk kesepakatan kita bekerjasama dengan beberapa perusahaan seperti hokben, dll itu atas permintaan mereka. Ada lagi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kerjasama dengan relawan peduli covid-19 karena kita mengalami krisis stok, itu kita yang minta yang memecahkan rekor muri tidak hanya di indonesia tapi juga dunia.

8. Apakah UTD PMI Pekanbaru memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai covid-19 dan donor darah>

- Iya. Jadi tidak hanya UTD tapi juga PMI Pekanbaru. Kita beberapa kali mengadakan sosialisasi tidak hanya tentang donor darah tapi juga pencegahan covid-19. Salah satunya yang kemarin kita adakan di Alam Mayang dan itu pembicaranya tidak hanya dari PMI tapi juga Puskesmas

9. Bagaimana respon masyarakat setelah mendapat ajakan dari UTD PMI Pekanbaru?

- Nah biasanya kegiatan donor darah yang diawali dengan sosialisasi itu angkanya akan bagus dibanding dengan kegiatan yang hanya direncanakan tanpa ada sosialisasi biasanya tidak akan maksimal. Karena kalau kita sosialisasi beberapa hari sebelum hari H itu mereka bisa cari info dulu, bisa paham. Dengan kita sosialisasi donor darah itu seperti apa, manfaatnya apa biasanya angka donasinya akan semakin tinggi.

10. Bagaimana pengetahuan masyarakat sebelum diberikan edukasi oleh UTD PMI khususya terkait donor darah di tengah pandemi?

- Kalau terkait pandemi pastinya berkaitan dengan protokol kesehatan kan. Nah kita beberapa kali dihubungi jika ada yang mau berdonor dan menanyakan selama pandemi UTD PMI ini bagaimana.kita jelaskan, kita melakukan salah satunya protokol kesehatan, jaga jarak dengan mengatur posisi antrean, semua yang hadir di wilaya donor harus menggunakan masker, tersedia akses cuci tangan, kemudian pengaturan jam datang untuk yang mau berdonor jangan sampai pendonor datang diwaktu yang bersamaan sehingga terjadi penumpukan massa. Lalu kursi donor yang kita gunakan dari satu pendonor ke pendonor yang lain itu kita lakukan disinfeksi sehingga masyarakat yakin bahwa kita juga benar-benar menjaga mereka dan donor darah itu masih aman kok selama masa pandemi.

11. Kenapa masyarakat harus tetap berdonor selama pandemi?

- Karena kebutuhan darah tidak memandang situasi, kebutuhan darah seperti biasa tapi minat masyarakat itu yang menurun. Jadi harapan kita



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

masyarakat tetap mau berdonor tanpa takut adanya resiko tertular karena kita menjaga petugas kita dan pastinya kita juga menjaga donor kita

12. Apa saja yang menjadi penghambat UTD PMI Pekanbaru untuk mengajak masyarakat berdonor?

- Selama ini sih hambatannya kita dimasa pandemi jadi gak boleh ada penumpukan massa, kita mau bikin sistem zoom meeting tidak semua masyarakat mampu melakukan itu dari segi materi ataupun dari segi engetahuannya

13. Bagaimana UTD PMI Pekanbaru menghadapi hambatan-hambatan yang dihadapi?

- Saat ini kita masih berkoordinasi dengan panitia donor sedemikian rupa, kita hubungi satu persatu memang. Kalau dulu kita sifatnya hanya menunggu, kalau ada titik baru yang kiranya produktif kita suratin kalau mereka minta kita sosialisasi kita sosialisasi. Tapi karena pandemi, kita lebih aktif melakukan donor di tempat-tempat yang sudah pernah mengadakan untuk kembali mengadakan tentunya dengan menjalankan protokol kesehatan.

14. Media apa saja yang digunakan untuk mengajak masyarakat berdonor?

- Saat ini hanya sebatas sosial media. Kemudian kita tekankan ke pegawai kita setiap satu bulan itu minimal satu harus ada share kegiatan atau informasi donor darah dimasa pandemi.

15. Upaya seperti apa yang dilakukan dalam pemilihan media untuk menginformasikan dan mengedukasi masyarakat mengenai donor darah dimasa pandemi?

- Tentunya kita melihat perkembangan zaman, kalau sekarang orang lebih banyaknya menggunakan sosial media. Kemudian sosial media juga kita lihat dimana paling banyak dan kita sesuaikan dengan usia pendonor kita.

16. Apakah jumlah pendonor darah sukarela di Pekanbaru sudah optimal?

- Kalau untuk donor darah sukarela tidak. Karena kita masih ada donor darah pengganti. Kalau donor darah kita sudah maksimal, kesadaran masyarakat sudah bagus maka donor darah pengganti itu tidak perlu. Tapi kita tetap menggalakkan itu karena dari 1000 pendonor pengganti paling tidak 250 orangnya mau mendonor kembali dan menjadi pendonor sukarela kan sudah lumayan karena tidak mudah mengajak satu orang untuk berdonor sehingga donor darah pengganti kita jadikan salah satu



cara untuk meyakinkan masyarakat bahwa donor darah itu tidak semenakutkan yang dibayangkan.

17. Apa tantangan terbesar UTD PMI Pekanbaru dalam mengupayakan kestabilan stok darah selama masa pandemi?

- Tantangan terbesar ini meyakinkan masyarakat bahwa donor tetap aman walaupun dimasa pandemi. Walaupun kita sudah meyakinkan mereka bahwa petugas kita menjalankan protokol kesehatan tapi tetap masih ada ketakutan. Karena tidak kecil kan angka kematian disebabkan covid-19

18. Siapa yang menjadi persuader dan target sasaran UTD PMI Pekanbaru?

- Kalau target kita tentunya kaum milenial usia-usia produktif. Karena kita mengambil jangka panjangnya. Kalau sekarang kaum milenial sudah berdonor dan dilakukan terus menerus itu bisa jadi gaya hidup artinya nanti angka donasi kita akan terus meningkat. Kalau persuade nya itu saya sendiri dibantu petugas lain.

19. Dalam komunikasi persuasif perlu dilakukan komunikasi yang berkelanjutan. Apa saja yang dilakukan utd pmi Pekanbaru untuk menjaga keberlanjutan komunikasi dengan masyarakat?

- Kalau ke masyarakat langsung itu kita jarang, kita lebih ke pengurus kecamatan. Kenapa dibentuk pengurus kecamatan agar kaki tangan PMI itu jadi lebih luas. Karena sekarang untuk bagian humas/rekrutmen itu hanya saya selaku kepala bagian pengelola donor (P2D2S). untuk menjaga komunikasi dengan masyarakat kita memilih petugas yang komunikatif, misalnya saat donor di gerai-gerai mall kita pilih petugas yang agak cerewet supaya orang berdonor gak diam aja. Disitu bisa konsultasi, bisa share info.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informan : dr. Asmah  
Waktu : 29 Maret 2021

1. Upaya persuasif seperti apa yang dilakukan staff untuk menggugah masyarakat secara emosional agar mau dan tidak takut berdonor saat pandemi?
  - Mungkin dengan cara penyuluhan ke mahasiswa atau ke bagian masyarakat seperti panitia yang mengadakan donor itu kita lebih mengarahkan untuk menjalankan protokol kesehatan apalagi saat pandemi ini orang masih takut untuk berdonor. Mungkin kita lebih ke donor itu tidak seperti yang dibayangkan, tidak menakutkan juga seperti jarumnya besar. kemudian mungkin kalau yang takut berdonor bisa dia melihat dan mengamati dulu supaya tau prosesnya gimana supaya lebih yakin.
2. Apakah staff selalu memberikan informasi, edukasi dan motivasi kepada masyarakat agar mau berdonor?
  - Kita tetap bilang ke pendonornya. Kita tetap mengadakan konseling, kalau donor itu gak boleh ragu-ragu. Atau dia bisa mengamati dulu kalau misalnya dia berminat silahkan tapi kalau belum kita tidak memaksa. Kita juga cek dulu HB nya (minimal 12,5 maks 18), kita cek golongan darah baru konseling. Di situ kita berikan informasi terkait calon pendonor dan donor darah termasuk berkaitan dengan pandemi apakah ada riwayat vaksin atau tidak, kalau ada berapa lama karena kan ada jangka waktunya. Apakah pernah ada riwayat positif covid, dll. Selama pandemi kita tetap lakukan protokol kesehatan dan patuhi SOP
3. Seperti apa informasi, edukasi dan motivasi yang biasanya disampaikan staff kepada masyarakat dalam upaya mengajak masyarakat untuk berdonor?
  - Mungkin dengan penyuluhan itu tadi. Kita ada pengurus kecamatan, kalau penyuluhan itu lebih ke P2D2S. biasanya kita informasikan donor darah itu aman kita jelaskan juga efek sampingnya. Itulah perlunya konseling tadi. Kalau selama pandemi ini, ya kita jelaskan sejauh ini virus itu tidak menular melalui darah.
4. Apakah dalam berkomunikasi, staff melakukan pendekatan budaya?
  - Kita jelaskan ke pendonornya. Yang namanya darah kita gak melihat sukunya apa, agamanyanya apa. Yang penting prinsipnya membantu dan sukarela



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Dimana biasanya komunikasi ini dilakukan? Dan seberapa sering?
  - Kalau komunikasi langsung kita jarang. Sejauh ini kita lakukan ke penyuluhan ke pengurus-pengurus PMI, mahasiswa seperti KSR UMRI, UIN
6. Bagaimana proses komunikasi dalam pemberian informasi, edukasi dan motivasi kepada masyarakat? apakah langsung atau menggunakan media?
  - Kalau langsung kita lebih ke konseling sih kemudian menggunakan media seperti instagram. Kalau untuk langsung itu jarang, ada tapi bisa dihitung karena lagi pandemi
7. Apakah waktu dan kondisi pada saat pandemi sudah tepat?
  - Sejauh ini efektif, rata-rata orang taukan melalui Instagram juga. Seperti donor darah dengan relawan covid kemarin itu banyak yang tau melalui Instagram dan relasi mereka.
8. Siapa saja yang menjadi sasaran persuasi staff UTD PMI Pekanbaru?
  - Selama pandemi, kalau tidak ada kegiatan dari panitia sedikit tentu antrean yang di gedung lebih banyak yang donor pengganti. Kita tidak bisa mengharap donor darah dari mall atau tempat lain karena kegiatan yang terjadwal itu tidak selalu ada, pasti ada saat-saat dimana kosong. Jadi kalau kegiatan diluar kita berkurang, antrean digedung semakin banyak. karena stok kita menipis pasien yang butuh banyak
9. Apakah perlu memberikan informasi, edukasi dan memotivasi masyarakat saat ini agar mau berdonor?
  - Perlu. Mungkin sebagian masyarakat tidak tau bagaimana rasanya kalau keluarga mereka membutuhkan darah atau tidak tau pentingnya donor darah, cari pendonor selama pandemi susah. Jadi kita tetap perlu memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat supaya mereka jadi paham dan tertarik dan dia bisa menyampaikan ke teman-teman lain.
10. Mengapa kita perlu mengajak masyarakat agar mau berdonor saat pandemi ini?
  - Karena stok kita berkurang, kalau stok berkurang pasien luar daerah yang kesian karena susah nyari pendonor
11. Bagaimana upaya UTD PMI Pekanbaru memenuhi stok darah selama pandemi?
  - Kita juga rutin melakukan donor kerjasama dengan mal-mal atau. Karena kebutuhan banyak, stok lagi menipis. Jadi tetap kita usahakan bagaimana

mencari titik-titik baru. Kita juga menghubungi misalnya dari pihak rumah sakit, sekolah, atau instansi lain kalau sudah waktunya berdonor atau kapan mau mengadakan kegiatan donor lagi. Kita lihat di data kira-kira instansi mana aja yang sudah dua bulan tidak melakukan donor atau sudah waktunya donor. Pokoknya bagaimana harus ada stok.

12. Selama masa pandemi ini, kira-kira seberapa sering perbandingan antara sosialisasi langsung dan sosialisasi melalui media?

- Lebih banyak ke sosial media. kalau sosialisasi langsung kita jarang karena pandemi kan.

13. Jika ada sosialisasi langsung itu biasanya dimana? Apakah di sekolah, di puskesmas, di Rumah Sakit atau semacamnya?

- Sejauh ini ke pengurus kecamatan baru nanti PMI kecamatan yang menyampaikan ke masyarakat.

14. Apakah ada sosialisasi dialogis yang dilakukan dengan masyarakat?

- Pendekatannya lebih ke media, lalu ke panitia. Ketika panitia yang mau ngakan donor mereka menjadwalkan ke kita baru kita laksanakan. Dan kita pastikan ke mereka untuk patuhi protokol kesehatan. Kalau sosialisasi dialogis kita lebih ke konseling tadi. Kita tetap dialog, kita tetap motivasi, kita arahkan mereka.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
 كلية الدعوة و الاتصال  
 FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
 Jln. HR. Soedibran RW. 15 No. 155 Tiah Medan Tampar - Pekanbaru 28293 PO Box. 3550 Telp. 0751-502050  
 Fax. 0751-502052 Web: <http://www.uin-suska.ac.id/> Email: [info@uin-suska.ac.id](mailto:info@uin-suska.ac.id)

Nomor : B-8969/Un.04/F.IV/PP.00.9/12/2020 Pekanbaru, 22 Desember 2020  
 Sifat : Biasa  
 Lampiran : 1 (satu) Exp  
 Hal : Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth,  
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
 Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
 Provinsi Riau  
 Di  
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: M. RIZKI ARFAN
N I M	: 11743101748
Semester	: VII (TUJUH)
Jurusan	: ILMU KOMUNIKASI
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

**"Komunikasi Persuasif UTD PMI Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Donor Darah Sukarela di Tengah Pandemi Covid-19."**

Adapun sumber data penelitian adalah :

**Unit Tranfusi Darah (UTD) Palang Merah Indonesia (PM) Kota Pekanbaru**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
 Dr. Nurdin, MA  
 NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :  
 1. Mahasiswa yang bersangkutan

UIN SUSKA RIAU