

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Darah merupakan kebutuhan penting dalam dunia kesehatan, terutama untuk operasi, persalinan, kecelakaan, dan perawatan penyakit tertentu¹. Namun, ketersediaan darah di Provinsi Bengkulu masih sering mengalami krisis karena jumlah permintaan lebih tinggi daripada stok yang tersedia. Kondisi ini paling terasa di Kota Bengkulu yang menjadi pusat rujukan utama pasien dari berbagai kabupaten.

Darah yang sehat sangat penting bagi tubuh karena berperan mengangkut oksigen, nutrisi, dan menjaga keseimbangan tubuh. Gangguan darah seperti anemia, hemofilia, atau leukemia dapat mengganggu fungsi tubuh bahkan membahayakan jiwa. Oleh karena itu, pemahaman tentang struktur, fungsi, dan peran darah perlu ditingkatkan agar masyarakat lebih sadar akan pentingnya menjaga kesehatan darah.²

Donor darah merupakan salah satu bentuk kegiatan kemanusiaan yang sangat penting untuk membantu memenuhi kebutuhan darah di masyarakat. Ketersediaan darah yang cukup dapat menyelamatkan nyawa pasien yang membutuhkan, baik akibat kecelakaan, persalinan, maupun penyakit tertentu. Namun, ketersediaan darah di Indonesia seringkali belum sebanding dengan tingginya kebutuhan,

¹ Hasanuddin, A. P., & Salnus, S. "Pemeriksaan golongan darah bagi masyarakat desa taccorong sebagai upaya pemahaman tentang kebutuhan dan manfaat darah". *Jurnal ABDIMAS Panrita*, vol 1 no 1. (2020)

² Ping, Maria Floriana, Apriyanto Apriyanto, and Musjaya M. Guli. "Buku Referensi Biomedik Dasar". (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025.)

sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan donor darah.³

Donor darah adalah hal yang sangat esensial dalam dunia kesehatan dan kemanusiaan. Ketersediaan darah yang memadai menjadi penentu bagi keselamatan pasien, terutama dalam kondisi gawat darurat seperti kecelakaan, persalinan, dan operasi kompleks.⁴ Namun realitas menunjukkan bahwa kebutuhan darah di Indonesia masih belum terpenuhi secara optimal.

Palang Merah Indonesia (PMI) adalah lembaga kemanusiaan yang memiliki mandat utama dalam penyediaan, pengelolaan, dan distribusi darah di Indonesia.⁵ Sebagai lembaga yang bertugas memastikan kebutuhan darah tetap tersedia, PMI tidak hanya berfungsi secara teknis, tetapi juga dituntut mampu melakukan upaya persuasif untuk mengajak masyarakat agar mau mendonorkan darahnya secara sukarela dan berkelanjutan. Salah satu langkah yang ditempuh adalah melalui strategi promosi yang dirancang dengan menyesuaikan karakteristik dan kebutuhan masyarakat setempat.

Ketersediaan darah yang cukup dapat menjadi faktor penentu dalam menyelamatkan nyawa pasien, baik dalam kondisi darurat akibat kecelakaan, operasi besar, persalinan, maupun penyakit kronis

³ Huda, Isra Ul, Fredy Jayen, and Purwanto Purwanto. "Pengabdian Kepada Masyarakat Bakti Sosial Donor Darah Koperasi Credit Union Sumber Sejahtera Pada Tempat Pelayanan Sumber Kasih Banjarmasin." *Mandalika Journal of Community Services* 2.1 (2025): h. 39-44.

⁴ Avionita, Neng Vini, et al. "MBKM Proyek Kemanusiaan Proqram Pembentukan Kampung Peduli Donor Darah di RW 16 Kelurahan Karang Tengah." *Jurnal Sains dan Teknologi* 5.1 (2023): h.100-107.

⁵ Palang Merah Indonesia, *Sejarah dan Peran PMI dalam Pelayanan Darah*, <https://pmi.or.id>, diakses 29 September 2024.

tertentu.⁶ Menurut data Kementerian Kesehatan RI, kebutuhan darah nasional setiap tahunnya diperkirakan sekitar 5,1 juta kantong, sedangkan ketersediaan darah seringkali belum mampu memenuhi jumlah tersebut.⁷ Hal ini menunjukkan bahwa peran serta masyarakat dalam mendonorkan darah masih perlu ditingkatkan melalui upaya promosi yang lebih efektif.

Menurut Kepala Unit Donor Darah (UDD) PMI Provinsi Bengkulu, stok darah memang mengalami peningkatan pada tahun 2024, dari rata-rata 200 kantong per bulan menjadi sekitar 400 kantong.⁸ Meski demikian, jumlah ini belum mampu memenuhi kebutuhan ideal masyarakat. Terlebih, tujuh kabupaten di Provinsi Bengkulu belum memiliki UDD, sehingga Kota Bengkulu menanggung beban terbesar dalam distribusi darah.

Di sisi lain, PMI juga menghadapi tantangan lain, yaitu tunggakan pembayaran dari rumah sakit yang berdampak pada kelancaran pengelolaan darah. Sementara jumlah pendonor sukarela masih terbatas, didominasi oleh TNI/Polri, mahasiswa, ASN, dan sebagian masyarakat umum.⁹ Oleh karena itu, strategi promosi sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar mau mendonorkan darahnya secara rutin.

PMI Kota Bengkulu telah melakukan berbagai upaya promosi, seperti melalui media sosial, penyebaran brosur, penyuluhan ke sekolah dan kampus, kerja sama dengan instansi, serta kegiatan

⁶ Kementerian Kesehatan RI, “*Profil Kesehatan Indonesia 2022*” (Jakarta: Kemenkes RI, 2023), h. 45.

⁷ Kementerian Kesehatan RI, “*Profil Kesehatan Indonesia 2022*” (Jakarta: Kemenkes RI, 2023), h. 47.

⁸ Hasil Observasi Penulis, pada tanggal 10 juni 2025

⁹ Usmin, “PMI Kota Bengkulu Setiap Bulan Kekurangan 400 Kantong Darah”, <https://www.suarapembaruan.news/regional>. Pada tanggal 29 november 2024.

donor darah massal. Strategi promosi ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat, sekaligus membantu memenuhi kebutuhan darah yang terus meningkat di Provinsi Bengkulu, khususnya di Kota Bengkulu.

Dalam ilmu pemasaran, strategi promosi merupakan serangkaian upaya komunikasi yang bertujuan memperkenalkan, memengaruhi, dan mendorong target sasaran agar melakukan tindakan yang diharapkan.¹⁰ Strategi ini tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada bagaimana pesan yang disampaikan dapat mengubah sikap dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Dengan demikian, dalam konteks donor darah, strategi promosi memiliki peranan penting untuk menciptakan kesadaran, membangun minat, serta menggerakkan partisipasi masyarakat agar secara sukarela mendonorkan darahnya.

Palang Merah Indonesia (PMI) sebagai lembaga kemanusiaan memiliki peran penting dalam penyediaan dan distribusi darah di seluruh Indonesia, termasuk di Kota Bengkulu. Untuk mencapai tujuan tersebut, PMI perlu menerapkan strategi promosi yang efektif guna mengajak masyarakat agar mau mendonorkan darahnya secara sukarela.¹¹ Promosi yang dilakukan bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kesadaran, minat, serta partisipasi aktif masyarakat¹²

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, bentuk-bentuk promosi semakin beragam. PMI dapat memanfaatkan media

¹⁰ Darsana, I. Made, et al." *Strategi pemasaran*". (CV. Intelektual Manifes Media, 2023.) H 3-4

¹¹ Usiono, Usiono, et al. "Palang Merah Indonesia Menjadi Salah Satu Organisasi Sosial di Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9.2 (2023): h. 60-65.

¹² Philip Kotler dan Kevin Keller, "*Marketing Management*"t, 15th ed. (New Jersey: Pearson, 2016), h. 214.

sosial, brosur, spanduk, penyuluhan langsung, kerja sama dengan instansi pendidikan atau organisasi masyarakat, hingga pelaksanaan event donor darah massal.¹³ Setiap bentuk strategi promosi memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing, sehingga PMI perlu menyesuaikan pendekatannya dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat. Misalnya, promosi melalui media sosial lebih efektif menjangkau generasi muda, sementara penyuluhan tatap muka lebih menyentuh masyarakat yang kurang aktif di dunia digital.

Sebagai bentuk tanggung jawab sosial, PMI Kota Bengkulu telah melakukan berbagai upaya promosi untuk mengajak masyarakat menjadi pendonor aktif. Strategi promosi tersebut meliputi penyuluhan, kerja sama dengan lembaga pemerintah dan swasta, serta pemanfaatan media sosial. Salah satu langkah nyata yang dilakukan adalah menjalin kerja sama dengan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Bengkulu, melalui penandatanganan nota kesepahaman (MoU) dalam bidang pelayanan donor darah. Ini menjadi bagian dari strategi untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun kolaborasi multipihak.¹⁴

Strategi promosi dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk, seperti pemanfaatan media sosial, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, penyuluhan, kerja sama dengan lembaga atau institusi, serta pelaksanaan donor darah massal.¹⁵ Setiap bentuk promosi memiliki kekuatan dan kelemahan, sehingga PMI dituntut untuk mampu

¹³ Nur, A. Arviani Desianti, et al. "Edukasi Donor Darah: Mewujudkan Masyarakat Sadar Pentingnya Donor Darah Bagi Layanan Kesehatan." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mentari* 2.1 (2025): h.1-5.

¹⁴ ADVERTORIAL, KOMINFO KOTA BENGKULU, "Gandeng Stakeholder, PMI Kota Bengkulu dan Kanwil Kemenkumham Tandatangani MoU" *jurnalibengkulu.com*[https://](https://jurnalibengkulu.com)

¹⁵ Apriyadi, Christian. Skripsi "Strategi Komunikasi Perekrutan dan Pelestarian Donor Darah Sukarela (PPDDS) PMI Kota Tangerang Dalam Kegiatan Sosialisasi Donor Darah di Masa Pandemi" (Skripsi, Universitas Buddhi Dharma, 2021).

memilih dan mengombinasikan strategi yang paling efektif sesuai dengan kondisi masyarakat.

Strategi promosi suatu kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi dan memberikan pengaruh positif terhadap sikap, perilaku, atau pola pikir individu atau kelompok dalam masyarakat dengan melakukan pendekatan psikologis yang memunculkan suatu dorongan untuk peduli dan membutuhkan¹⁶

Strategi sangat penting dalam melaksanakan suatu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengadakan pendampingan peningkatan penjualan melalui strategi promosi Strategi juga dapat di ambil dalam pengalaman yang telah berlalu hal ini sangat memungkinkan untuk menghindari kesalahan-kesalahan sebelumnya¹⁷

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi promosi program donor darah di Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Bengkulu. Penelitian akan difokuskan pada langkah-langkah strategi, bentuk-bentuk strategi, serta dampak strategi promosi terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam mendonorkan darah. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata, baik secara teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen promosi dan dakwah, maupun secara praktis bagi PMI dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif di masa mendatang.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Palang Merah

¹⁶ Firmansyah, M. F., Maulana, H. Z., Azhari, S. C., & Efendi, M. F.A “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Satisfaction Pada Minat Berwisata Sub Urban Kota Tasikmalaya: Apakah Promosi Sosial Media Mengubah Minat Generasi Z?.” *Journal of Tourism and Creativity*, 6 no 1, (2022) h. 56-65.

¹⁷ Elin herlina, Ni Putu Gatriyani ,dkk. “Strategi Pembelajaran”,(Tohar Media,2022),, h.8

Indonesia Kota Bengkulu dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program donor darah.

B. Rumusan Masalah

Dengan demikian, rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Palang Merah Indonesia Kota Bengkulu dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program donor darah ?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini mendeskripsikan pada strategi promosi yang dilakukan Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Bengkulu dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat pada program donor darah. Fokus penelitian mencakup tiga aspek utama, yaitu langkah-langkah strategi promosi, bentuk-bentuk strategi promosi, dan dampak strategi promosi. dengan fokus pada periode tahun 2024 dan 2025

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi yang dilaksanakan oleh Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Bengkulu dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat pada program donor darah. Secara khusus, penelitian ini berfokus untuk mendeskripsikan langkah-langkah strategi promosi yang meliputi perencanaan, dan pelaksanaan, mengidentifikasi bentuk-bentuk strategi promosi yang digunakan, seperti pemanfaatan media sosial, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, kerja sama dengan berbagai pihak, serta penyelenggaraan donor darah massal; serta menganalisis dampak strategi promosi terhadap peningkatan partisipasi masyarakat, efektivitas penyampaian pesan, dan keberlanjutan program donor darah di Kota Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis

penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan peneliti di bidang kemanusiaan khususnya untuk Masyarakat umum mengenai donor darah. Penelitian ini juga dapat memperkaya kajian mengenai penggunaan media komunikasi dalam mempengaruhi perilaku masyarakat, serta memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam kegiatan donor darah.

2. Secara praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi pengalaman berharga dalam mengembangkan keterampilan penelitian dalam konteks nyata serta menghadapi tantangan yang muncul dalam penelitian lapangan, seperti pengumpulan data dan analisis persepsi masyarakat mengenai donor darah.

2. Bagi Program Studi

Penelitian ini bisa menambah literature tentang strategi promosi program donor darah, Langkah-langkah strategi, bentuk-dampak strategi dan dampak strategi, mahasiswa fakultas ushuluddin adab dan dakwah khususnya program studi manajemen dakwah.

3. Bagi PMI Kota Bengkulu

Penelitian ini akan membantu PMI membuat program yang lebih menarik dan membuat program yang mengundang orang untuk berpartisipasi dalam donor darah. ini juga membuka peluang untuk kolaborasi dengan sekolah, universitas, dan komunitas yang memungkinkan kegiatan ini dilakukan secara

teratur. Dengan cara ini, stok darah PMI terjaga dan lebih baik melayani Masyarakat yg membutuhkan darah.

F. Kajian Terdahulu

1. Artikel, yang ditulis oleh Saini, bertujuan untuk menjelaskan pandangan hukum Islam terhadap donor darah, transfusi darah, dan jual beli darah untuk keperluan transfusi. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, yaitu dengan mengumpulkan data dari buku, jurnal, dan tulisan para ulama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa donor darah diperbolehkan dalam keadaan darurat, transfusi darah diperbolehkan jika bertujuan menyelamatkan jiwa, dan jual beli darah juga diperbolehkan selama dilakukan untuk tujuan kemanusiaan¹⁸.
2. Skripsi, yang ditulis oleh Ayu Permata Sari, bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh PMI Kota Malang dalam meningkatkan partisipasi masyarakat untuk donor darah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan cara mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PMI Kota Malang menggunakan beberapa strategi, seperti memberikan edukasi kepada masyarakat, menjalin kerja sama dengan berbagai instansi, melakukan aksi jemput bola dengan mengadakan donor darah di tempat umum, serta memberikan penghargaan kepada para pendonor. Strategi ini terbukti efektif

¹⁸ Saini, S. (2022). "Donor dan Jual Beli Darah untuk Transfusi: Perspektif Hukum Islam Respon Hukum Islam terhadap Praktik Donor dan Transfusi Darah serta Jual Beli Darah Untuk Transfusi dalam Bingkai Hifd an-Nafs (Menjaga Jiwa)". Al Itmamiy: *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 4(1), 1-16

dalam menarik minat masyarakat untuk ikut serta dalam kegiatan donor darah¹⁹.

3. Artikel, yang ditulis oleh abeddu, Mumpuni, dan Purnamaningsih, bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif edukasi donor darah melalui media video dalam meningkatkan pengetahuan anggota Keluarga Pelajar Mahasiswa Indonesia Bolaang Mongondow Raya di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan desain quasi-eksperimen pretest-posttest, di mana pengetahuan responden diukur sebelum dan sesudah diberikan edukasi menggunakan video. Sampel terdiri dari 56 responden yang dipilih secara acak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi melalui video sangat efektif karena terjadi peningkatan pengetahuan yang signifikan, di mana setelah edukasi 80,4% responden memiliki pengetahuan yang baik, dibandingkan sebelum edukasi. Analisis statistik dengan uji t berpasangan membuktikan adanya perbedaan yang signifikan antara pretest dan posttest, sehingga edukasi melalui video berhasil meningkatkan pengetahuan tentang donor darah²⁰.
4. Artikel, yang ditulis oleh Hidayat H, bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye public relations yang dilakukan oleh Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Bandung dalam meningkatkan minat masyarakat untuk donor darah selama pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan

¹⁹ Ayu Permata Sari, "Strategi Komunikasi PMI dalam Meningkatkan Partisipasi Donor Darah di Kota Malang" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2019).

²⁰ Labeddu, S., Mumpuni, N., & Purnamaningsih, N. A. "Efektivitas Edukasi Donor Darah Melalui Media Video pada Keluarga Pelajar Mahasiswa Indonesia Bolaang Mongondow Raya Yogyakarta". *Jurnal Sains dan Kesehatan*, 2, no 2 (2023) h.50-57.

dokumentasi terkait kegiatan kampanye yang dilakukan oleh PMI Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PMI Kota Bandung menggunakan berbagai strategi komunikasi, seperti pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan berbagai komunitas, serta penyuluhan yang terus-menerus untuk menarik minat masyarakat. Strategi ini berhasil meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat untuk mendonorkan darah meskipun di tengah situasi pandemi²¹.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berupaya menguraikan proses awal hingga akhir penelitian. sistematikanya sebagai berikut:

BAB I, berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, kajian terhadap penelitian sebelumnya, serta sistematika penulisan.

BAB II, memaparkan landasan teori yang meliputi definisi promosi dan strategi, pengertian strategi promosi, tujuan strategi, unsur-unsur strategi, bentuk-bentuk strategi, donor darah, dan peran serta fungsi palang merah indonesia.

BAB III, menjelaskan metode kualitatif, yang mencakup jenis dan pendekatan penelitian, penjelasan judul penelitian, lokasi, dan tempat penelitian, subjek atau informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan serta analisa data.

²¹ Hidayat, H. "Strategi Kampanye Public Relations Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Bandung dalam meningkatkan minat masyarakat kota bandung untuk melakukan donor darah saat pandemi Covid-19". *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol 2 no 1 (2021) h.52-64.

BAB IV, menyajikan hasil penelitian dan pembahasan, meliputi deskripsi, lokasi penelitian, (termasuk letak geografis, tujuan, fasilitas, struktur organisasi dan informan penelitian)

BAB V Penutup, berisi kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian dan saran, yang diberikan berdasarkan uraian dalam bab-bab sebelumnya.

