

BAB II

KAJIAN KONSEPTUAL

A. Strategi Promosi Kegiatan

1. Strategi Promosi Kegiatan

Strategi merupakan suatu rencana yang dirancang secara cermat untuk mencapai tujuan tertentu melalui cara yang efektif dan efisien. Strategi juga dapat dipahami sebagai proses penyusunan rencana oleh para pemimpin puncak yang berorientasi pada tujuan jangka panjang organisasi, sekaligus menentukan langkah-langkah atau upaya yang diperlukan agar tujuan tersebut dapat tercapai.¹

Strategi merupakan keterampilan dalam merencanakan suatu langkah berskala besar yang berorientasi jangka panjang, dengan memanfaatkan serta memanuver kekuatan-kekuatan organisasi ke dalam posisi yang menguntungkan. Strategi disusun sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan, dengan tujuan mengoptimalkan pencapaian visi, misi, serta berbagai sasaran organisasi yang telah ditetapkan.²

Strategi promosi kegiatan merupakan upaya yang direncanakan secara matang untuk menentukan target audiens yang tepat, merancang pesan promosi yang menarik, serta memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok guna menjangkau khalayak secara luas. Pada dasarnya, strategi promosi berfungsi sebagai kegiatan terstruktur yang

¹ Mimin Yatminiwati, "Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa", (Widya Gama Press:2019), h. 3

² Cepi Pahlevi, Muhammad Ichwan Musa, "Manajemen Strategi", (Makasar,Intelektual Karya Nusantara:2023), h. 3

bertujuan untuk membujuk, mengajak, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam suatu program atau kegiatan³.

Konten visual seperti poster, video teaser, dan infografis berperan penting dalam menarik perhatian audiens. Strategi untuk membangun antusiasme juga dapat dilakukan melalui hitung mundur acara, pemberian hadiah (giveaway), atau sistem pendaftaran early bird. Selain itu, kolaborasi dengan influencer, komunitas, maupun media partner mampu memperluas jangkauan promosi. Promosi secara offline, misalnya melalui banner atau pamflet, serta dukungan promosi digital berupa pengiriman email dan pesan broadcast menjelang hari-H, turut memperkuat efektivitas serta keberhasilan promosi suatu kegiatan atau acara.

Strategi merupakan suatu pola yang direncanakan dan ditetapkan secara sengaja untuk melaksanakan suatu kegiatan atau tindakan tertentu. Di dalamnya tercakup tujuan kegiatan, pihak-pihak yang terlibat, isi atau substansi kegiatan, proses pelaksanaan, serta sarana penunjang yang digunakan.⁴

Strategi sangat penting dalam melaksanakan suatu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengadakan pendampingan peningkatan penjualan melalui strategi promosi⁵ Strategi juga dapat

³ Rigitta, Nevin Maulana, and Anisatul Auliya. "Tradisi Dugderan Sebagai Strategi Promosi Pemasaran Wisata di Kota Semarang." *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 5.2 (2023): h. 3.

⁴ Achmad Juntika Nurihsan, "Strategi Layanan Bimbingan Dan Konseling". (Bandung, Reflika Aditama, 2017), h. 8

⁵ Oetama, Seanewati, et al. "Pendampingan Umkm Dalam Strategi Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Promosi Pada Usaha Produksi Kripik Kelakai "Uma" Di Sampit." *Profit: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2.2 (2023): h.78-83.

di ambil dalam pengalaman yang telah berlalu hal ini sangat mungkin untuk menghindari kesalahan-kesalahan sebelumnya.⁶

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 membutuhkan.⁷

2. Tujuan Strategi Promosi

- a) Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya donor darah
- b) Mempersuasi target audiens untuk menjadi pendonor aktif
- c) Menciptakan citra positif terhadap PMI sebagai lembaga kemanusiaan

3. Unsur-Unsur Strategi Promosi

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah bentuk komunikasi pemasaran non-personal yang dibayar oleh sponsor tertentu untuk mempromosikan ide, barang, atau jasa.⁸ Ciri utama periklanan meliputi adanya biaya yang dikeluarkan, pesan yang terstruktur, penggunaan media tertentu, serta tujuan persuasif untuk memengaruhi perilaku target audiens. Dalam kegiatan donor

⁶ Elin herlina, Ni Putu Gatriyani ,dkk. *Strategi Pembelajaran*, (Tohar Media : 2022),, h.8

⁷ Firmansyah, M. F., Maulana, H. Z., Azhari, S. C., & Efendi, M. F. "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*, vol 6 nol, (2022) h.56-65.

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "*Marketing Management*", 15th ed. (Essex: Pearson Education Limited, 2016), h. 478.

darah, periklanan dapat dilakukan melalui media cetak, radio, televisi, spanduk, maupun media sosial yang menyampaikan jadwal kegiatan, manfaat donor darah, serta ajakan langsung untuk berpartisipasi.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah bentuk insentif jangka pendek yang dirancang untuk mendorong pembelian atau partisipasi secara cepat.⁹ Dalam konteks sosial seperti donor darah, insentif yang diberikan dapat berupa merchandise, doorprize, piagam penghargaan, atau program loyalitas bagi pendonor aktif. Pendekatan ini efektif untuk menciptakan rasa urgensi (*sense of urgency*) dan memotivasi masyarakat agar segera ikut serta dalam kegiatan donor darah.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) merupakan strategi penting dalam mempromosikan program donor darah di PMI Kota Bengkulu. Tujuan utamanya adalah membangun citra positif dan kepercayaan publik terhadap organisasi, sekaligus meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat¹⁰. *public relations* berperan sebagai media komunikasi persuasif untuk mengajak masyarakat melakukan amal kebajikan, dalam hal ini donor darah yang dapat dikategorikan sebagai sedekah demi kemaslahatan umat. Kegiatan PR dapat meliputi konferensi pers,

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “*Marketing Management*”, 15th ed. (Essex: Pearson Education Limited, 2016), h. 512.

¹⁰ Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations*. 11th ed. Boston: Pearson.

publikasi di media massa, penyelenggaraan event sosial, serta menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan, komunitas, maupun tokoh agama. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip relationship management yang menekankan pembinaan hubungan jangka panjang antara organisasi dan publiknya, sehingga membentuk loyalitas dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, fungsi PR dalam manajemen dakwah bukan hanya menyebarkan informasi, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kemanusiaan dan ajaran Islam tentang tolong-menolong dalam kebaikan¹¹.

4. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung adalah strategi komunikasi yang dilakukan secara personal kepada target sasaran untuk memperoleh respons langsung.¹² Dalam promosi donor darah, bentuk pemasaran langsung yang dapat dilakukan PMI Kota Bengkulu antara lain menghubungi calon pendonor melalui telepon, pesan singkat, email, atau kunjungan langsung ke komunitas. Keunggulan pemasaran langsung adalah kemampuannya menjalin hubungan yang lebih dekat dan terukur antara penyelenggara dan calon pendonor.

5. Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)

¹¹ Munir, M., & Ilaihi, W. “*Manajemen Dakwah*”. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group:2006)

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “*Marketing Management*”, 15th ed. (Essex: Pearson Education Limited, 2016), h. 538

Pemasaran digital memanfaatkan teknologi dan media digital untuk mencapai tujuan promosi.¹³ Dalam kegiatan donor darah, strategi ini mencakup penggunaan media sosial, website resmi PMI, kampanye video, serta iklan digital yang menargetkan masyarakat secara spesifik. Kelebihan pemasaran digital adalah jangkauannya yang luas, biaya yang relatif efisien, dan kemampuannya menciptakan interaksi dua arah dengan masyarakat.

d. *Diffusion of Innovations*

menjelaskan bahwa adopsi suatu inovasi berlangsung melalui lima tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi.¹⁴ Peran early adopters sangat penting karena mereka dapat menjadi teladan yang memengaruhi masyarakat luas. PMI Kota Bengkulu dapat melibatkan influencer, tokoh masyarakat, atau komunitas sebagai early adopters untuk memicu penyebaran perilaku donor darah secara lebih cepat.

4. Macam-macam strategi

a. Strategi Online

1) Media Sosial, dengan membuat postingan menarik tentang donor darah.

menggunakan kalimat yang menarik “Satu tetes darahmu bisa mengubah hidup seseorang jadilah harapan bagi yang membutuhkan Dengan berdonor, kamu tidak hanya memberikan darah, tetapi juga kesempatan kedua bagi banyak

¹³ Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick, “Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice”, 7th ed. Harlow: Pearson Education Limited, (2019), h. 8.

¹⁴ Everett M. Rogers, “Diffusion of Innovations”, 5th ed. (New York: Free Press, 2003), h. 168.

jiwa. Ayo bersama kita jadikan donor darah sebagai wujud kepedulian nyata. Donorkan darahmu sekarang dan bantu nyawa yang menanti sesederhana itu, dampaknya luar biasa.”

“Sebagai Muslim, berdonor darah adalah bentuk nyata menjaga nyawa sesama yang Allah gambarkan seperti menyelamatkan seluruh umat manusia (QS Al-Mā'idah:32)¹⁵

dengan syarat dilakukan sukarela dan tanpa membahayakan diri. Islam membolehkan donor darah sebagai amal kebaikan yang sangat mulia dan mendapat pahala, selama tidak ada unsur jual beli darah (karena darah bukan komoditas yang dijual). Ayo donorkan darahmu dengan niat ikhlas, beri harapan hidup bagi yang membutuhkan, dan raih keberkahan dunia akhirat.”

Donor darah termasuk bentuk sedekah yang bisa menghapus dosa-dosa kecil sebagaimana dalam hadits Tirmidzi Hadits nabi:

Rasulullah shallahu 'alaihi wasallam bersabda :

“Sedekah memadamkan dosa seperti air memadamkan api.”¹⁶

2) Iklan Online, memanfaatkan platform digital seperti facebook, tiktok dan lain lain.

iklan adalah suatu bentuk komunikasi tentang produk atau merek kepada khalayak sasaran nya, agar mereka

¹⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019) h, 123.

¹⁶ NU Online Jateng. “Sedekah Bagaikan Air Mematikan Api”. Diakses dari: <https://jateng.nu.or.id/taushiyah/sedekah-bagaikan-air-mematikan-api-8yALS>

memberikan tanggapan yang sesuai dengan tujuan pengiklan.¹⁷

b. Strategi Offline

- 1) Kolaborasi, dengan dengan berbagai pihak seperti, komunitas, pemerintah, dan organisasi.
- 2) Event Donor Darah,dengan mengadakan di tempat yang strategis.
- 3) Promosi langsung, membagikan brosur,poster, atau selebaran tentang program donor darah.

Dengan komunikasi yang baik merupakan langkah penting yang memerlukan pendekatan yang cermat dalam perencanaannya, karena jika strategi yang dipilih salah maka hasil yang diperoleh bisa berakibat fatal terutama kerugian uang, waktu, materi dan tenaga. Dalam sebuah strategi, ada empat langkah penting yang perlu dilaksanakan diantaranya yakni perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan/evaluasi (*controlling*).¹⁸

4) Meningkatkan pelayanan

Pelayanan di Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Bengkulu sangat penting untuk menjaga kepercayaan masyarakat dan mendorong lebih banyak orang ikut donor darah. Pelayanan yang baik seperti

¹⁷ Muhammad Thariq, "Periklanan dan Manajemen Media", (Medan:Umsu Press,2021),h.

¹⁸ PERKASA, Thareeq Akbar; ADITIA, Rafinita. Strategi Komunikasi Kepemimpinan: Suatu Tinjauan Teoritis. *Journal of Student Research*, vol 1 no.2(2023) h,367-377.

petugas yang ramah, proses yang cepat, tempat yang nyaman, dan alat yang bersih bisa membuat pendonor merasa aman dan puas.¹⁹

c. Strategi Kreatif

- 1) Testimoni Donor, membuat dan membagikan cerita inspiratif dari donor darah yang telah menyelamatkan nyawa.²⁰
- 2) Influencer Marketing, bekerjasama dengan influencer untuk mempromosikan program donor darah.
- 3) Doorprize, berupa hadiah atau insentif kepada pendonor, seperti makanan gratis atau voucher.

d. Strategi Edukasi

- 1) Informasi Tentang Donor Darah, manfaat donor darah, dan proses donor darah.
- 2) Edukasi tentang Kesehatan Darah, berupa informasi tentang pentingnya kesehatan darah.

Strategi Promosi dalam suatu kegiatan berperan penting untuk menentukan keberhasilan kegiatan tersebut²¹

Strategi periklanan merupakan rencana atau pendekatan sistematis yang digunakan oleh suatu organisasi untuk mempromosikan produk, layanan, maupun kegiatan kepada target audiens dengan tujuan tertentu, termasuk membentuk persepsi publik. Strategi ini mencakup cara mengatur iklan

¹⁹Yendrik Irawan Saidi, Yanti Aneta, dan Rustam Tohopi, "Kualitas Pelayanan di Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Gorontalo," *Jurnal Administrasi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ilmu Sosial (JAEIS)*, vol. 3, no. 3, (2024), h. 140–153.

²⁰Human Initiative, "Give Blood Save Life, Ajak Masyarakat Peduli Sesama," Human Initiative, diakses 28 Juli 2025, <https://human-initiative.org/tag/donasi-online/>.

²¹Isroisholikhah, Wiwin Octavia. "Efektivitas content creator dalam strategi promosi di era digital." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* vol 2 no.1 (2022) h. 121-128.

agar tepat sasaran dan mampu menarik perhatian masyarakat. Dalam konteks donor darah, strategi periklanan dapat dijadikan media komunikasi untuk menyampaikan pesan kemanusiaan, mengajak partisipasi, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya donor darah. Dengan demikian, strategi periklanan berperan dalam menentukan keberhasilan kegiatan promosi donor darah²².

Reaksi publik adalah tanggapan masyarakat terhadap pesan atau program yang disampaikan organisasi. Reaksi ini bisa positif, negatif, atau netral sesuai persepsi dan pengetahuan masyarakat. Dalam promosi donor darah di PMI Kota Bengkulu, memahami reaksi publik penting agar pesan dapat disampaikan dengan tepat. Jika tanggapan positif, PMI bisa memperkuatnya dengan kisah inspiratif pendonor, sedangkan jika ada keraguan, PMI perlu memberi informasi yang jelas agar partisipasi masyarakat meningkat.

B. Donor Darah

1. Pengertian Donor Darah

Donor darah merupakan suatu proses sukarela di mana seseorang memberikan sebagian darahnya untuk disimpan di bank darah, kemudian digunakan bagi mereka yang membutuhkan, seperti pasien yang menjalani operasi, penderita anemia, korban kecelakaan, ibu melahirkan, maupun pasien dengan kondisi medis tertentu.

²² Fatikah, Fadhillah, Edy Muslimin, and Agus Fatuh Widoyo. "Strategi Periklanan Busana Muslim Aflaha Hijab Expert Syar'i sebagai Media Komunikasi Dakwah." *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI 10.1* (2023): 261-273.

Donor darah merupakan suatu tindakan sukarela yang dilakukan dengan cara mengambil darah dalam jumlah tertentu dari seorang pendonor. Darah yang terkumpul kemudian disimpan dan diproses di bank darah untuk selanjutnya digunakan sebagai transfusi guna membantu pasien yang membutuhkan, seperti penderita penyakit tertentu, korban kecelakaan, maupun pasien dalam kondisi darurat medis.²³

Donor darah pada dasarnya adalah suatu proses pengambilan darah dari seorang individu dalam jumlah tertentu, yang kemudian disimpan dan digunakan untuk keperluan transfusi darah pada orang lain yang membutuhkan. Proses ini dilakukan melalui prosedur medis yang terstandar dan aman, sehingga tidak membahayakan baik bagi pendonor maupun penerima

Donor darah sering kali dipahami hanya sebagai tindakan medis atau sosial. Namun, jika ditelaah lebih dalam, donor darah juga merupakan bentuk sedekah yang sangat mulia, baik dari segi agama maupun nilai kemanusiaan universal. Tindakan ini mencerminkan kasih sayang, kepedulian, dan keikhlasan seseorang dalam membantu sesama, bahkan tanpa mengenal siapa yang akan menerima bantuannya.

2. Landasan Hukum Donor Darah

Dalam perspektif Islam, donor darah diperbolehkan bahkan dianjurkan karena termasuk dalam upaya tolong-menolong dalam kebaikan. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Mā'idah: 32 bahwa

²³ Putu Ayu Dhana Reswari; Yustisia Amalia, dkk, "Buku Saku Edukasi Pendamping Pendonor Baru", (Scopindo Media Pustaka:2021).

menyelamatkan satu jiwa manusia sama dengan menyelamatkan seluruh umat manusia.

Ada beberapa fatwa yang dikeluarkan oleh para ulama kontemporer tentang donor darah, diantaranya :

a. Fatwa Syeikh Husamuddin bin Musa 'Ufanah

Syeikh Husamuddin bin Musa 'Ufanah, sesuai yang dikutip Asrorul Muvida, berfatwa bahwa donor darah merupakan praktik yang sangat penting untuk dilakukan. Bertabarru' atau menyumbang darah sebagai donor adalah sebuah amal yang disunnahkan²⁴.

b. Fatwa Dr. Yusuf Al-Qaradhawi

Yusuf Al-Qaradhawi, sesuai yang dikutip Asrorul Muvida, ulama asal Mesir yang kini menetap di Qatar ini secara tegas menyatakan bahwa donor darah adalah bentuk sedekah yang paling utama di zaman sekarang ini.²⁵

Donor darah dalam konteks ini bukan sekedar membantu, tetapi sudah sampai taraf menyelamatkan nyawa seseorang. Jadi nilainya sangat tinggi di sisi Allah. Bahkan menyelamatkan nyawa manusia yang seharusnya mati tidak tertolong, tapi dengan berkat donor darah ini mengakibatkan bisa terus berlangsungnya kehidupan seseorang, digambarkan seperti memberikan kehidupan kepada semua manusia. Sebagaimana firman Allah Ta'ala :

²⁴ Asrorul Muvida, "Apa Hukum Donor Darah Menurut Pandangan Islam? Perhatikan 3 Fatwa Ini," Cahaya Islam, 20 Februari 2025, <https://www.cahayaislam.id/hukum-donor-darah/>

²⁵ Asrorul Muvida, "Apa Hukum Donor Darah Menurut Pandangan Islam? Perhatikan 3 Fatwa Ini," Cahaya Islam, 20 Februari 2025, <https://www.cahayaislam.id/hukum-donor-darah/>

“Dan barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, maka seolah-olah dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya”. (QS. AL-Maidah: 32).

Berdasarkan menurut beliau orang yang mendonorkan darah akan mendapat pahala yang berlipat ganda bilangannya, bahkan sampai 700 kali lipat.

c. Fatwa Syaikh Zaid Bin Muhammad Al-Madkholi

Zaid Bin Muhammad Al-Madkholi, sesuai yang dikutip Asrorul Muvida, berpendapat jika terdapat padanya masalahat dan tidak menimbulkan kemudharatan yang dapat membahayakan dirinya, maka donor darah tidak terlarang²⁶. Bahkan padanya terdapat pahala dan keutamaan, sebagaimana yang termaktub dalam kitabullah dan sunnah Rasul-Nya. Allah Ta'ala berfirman:

“Barangsiapa yang beramal dengan sebiji debu kebaikan maka dia akan melihatnya, dan barangsiapa yang beramal dengan sebiji debu kejelekan maka dia akan melihatnya” (QS. Az Zalzalah: 7-8)

Donor darah adalah sedekah jiwa, karena yang diberikan bukan hanya materi, tetapi bagian dari diri sendiri untuk menyelamatkan nyawa orang lain.²⁷ Donor darah termasuk sedekah dikarenakan memberikan darah dengan niat tulus untuk membantu sesama tanpa mengharapkan imbalan, dan dalam situasi darurat atau mendesak di mana darah diperlukan untuk menyelamatkan nyawa.

²⁶ Asrorul Muvida, “Apa Hukum Donor Darah Menurut Pandangan Islam? Perhatikan 3 Fatwa Ini,” Cahaya Islam, 20 Februari 2025, <https://www.cahayaislam.id/hukum-donor-darah/>

²⁷ MAGELANG EKSPRES, “Donor Darah Termasuk Sedekah yang Paling Utama, Ulama Mengharamkan Jual Beli Darah”, <https://magelangekspres.disway.id/> diakses pada tanggal 1 mei 2025

3. Manfaat Donor Darah

Donor darah memiliki manfaat ganda, baik bagi penerima maupun bagi pendonor. Manfaat ini mencakup aspek medis, sosial, maupun psikologis, sehingga menjadikan donor darah sebagai aktivitas yang sangat penting dalam bidang kesehatan dan kemanusiaan.

Donor darah juga terbukti menurunkan risiko penyakit jantung, stroke dan diabetes, meningkatkan produksi eritrosit (sel darah merah), dan mengontrol zat besi dalam darah.²⁸ Donor darah adalah kegiatan dimana seseorang secara sukarela/tanpa paksaan memberikan darahnya.²⁹ Donor darah merupakan suatu kegiatan atau perilaku yang sangat bermanfaat untuk Kesehatan tubuh.

Donor darah memberikan banyak manfaat tidak hanya bagi yang mendapatkan donor namun bagi pendonor itu sendiri. Manfaat bagi pendonor antara lain adalah untuk mempercepat regenerasi darah, melancarkan aliran darah, mencegah lemak-lemak tertimbun di dinding pembuluh darah sehingga dapat mengurangi risiko penyakit jantung koroner³⁰.

Donor darah memiliki banyak manfaat untuk pendonor dan penerima. Dalam kasus donor, kegiatan ini dapat meningkatkan kesehatan jantung dengan menurunkan kadar zat besi berlebih dalam

²⁸ Gamal Komandoko, "Donor Darah Terbukti Turunkan Resiko Penyakit Jantung dan Stroke", (Media Presindo:2013).

²⁹ Pongantung, Henny Y., et al. "Donor Darah Komunitas Remaja Dengan Tema 'Menjadi Saudara'." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat MAPALUS* 1.1 (2022)h, 26-34.

³⁰ Amalia, Yustisia, Sasi Widuri, and Putu Ayu Dana Rewari. "Pemberdayaan Relawan Donor Darah dalam Rekrutmen Donor Darah Sukarela di Kampung Sadar Donor Darah Pagesangan Surabaya." *Health Care: Journal of Community Service* 2.1 (2024).

tubuh. Ini dapat menyebabkan penyakit jantung. Selain itu, donor darah merangsang produksi sel darah baru, membantu membakar kalori, dan menawarkan tes medis gratis seperti tes tekanan darah dan kadar hemoglobin. Donor darah spiritual dapat memberikan kepuasan dan kebahagiaan karena dia telah membantu orang lain. Donor normal lebih sehat, memiliki sirkulasi darah yang lebih halus dan menjaga keseimbangan zat besi.

C. Palang Merah Indonesia

Palang Merah Indonesia (PMI) adalah organisasi kemanusiaan yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan, termasuk penyediaan darah untuk keperluan medis. PMI bertanggung jawab untuk mengumpulkan, menyimpan, mendistribusikan, dan mendonorkan darah untuk pasien yang mengalami kecelakaan, operasi besar, atau kondisi medis lainnya. PMI juga berpartisipasi dalam program kesehatan masyarakat dan kegiatan sosial kemanusiaan lainnya, seperti bencana alam. PMI memiliki jaringan yang tersebar di seluruh Indonesia untuk memastikan ketersediaan darah yang cukup dan aman untuk digunakan di rumah sakit.

Palang merah indonesia merupakan sebuah organisasi perhimpunan yang bergerak di bidang kemanusiaan³¹ Palang Merah Indonesia adalah organisasi kemanusiaan nasional di Indonesia. Dalam melakukannya, PMI tidak memperhatikan perbedaan .Mengutamakan individu yang membutuhkan bantuan cepat untuk menyelamatkan jiwa mereka.³² PMI adalah organisasi kemanusiaan dengan status badan hukum, yang diundangkan oleh Undang-Undang nomor 1 tahun 2018 tentang Perkara Palang Merah untuk melaksanakan kegiatan Perkara Palang Merah dengan tujuan mencegah atau menghindari dan mengurangi penderitaan korban perang dan bencana tanpa membedakan agama, bangsa, etnis, warna kulit, kelas, jenis kelamin, dan pandangan politik. PMI yang didirikan pada tanggal 17 September 1945. PMI juga memiliki kinerja yang masih berlangsung hingga hari ini, termasuk: 1) Membantu selama perang/konflik, 2) Membantu korban bencana alam, 3) Transfusi darah dan kesehatan. PMI juga memiliki tugas untuk mengubah anggota PMI menjadi relawan. Seperti Bantuan Kesiapsiagaan Relawan dan Manajemen Bencana Pelatihan

³¹ Rika Handayani, Syamsyuriyati, dan Misrawati, "Buku Ajar Sistem Pelayanan Kesehatan", (C.V Bintang Semesta Media: 2022), h. 13

³² Rohman, A. P. E., Hasanah, P. S. N., Wahyuni, R., Wardana, R. A., & Putri, T. F. "Penerapan Struktur Organisasi Pmi Dan Nilai Karakter Pada Siswa Sd Negeri Pabean". *JGK (Jurnal Guru Kita)*, vol 6, no 4 (2022) h, 411-418.

Pertolongan Pertama untuk Relawan, Layanan Kesehatan Masyarakat dan Kesejahteraan, dan lainnya³³

Palang Merah Indonesia (PMI) mempunyai peranan yang sangat penting dalam upaya kemanusiaan di Indonesia. Salah satu tanggung jawab utama mereka adalah mengelola darah dan mendistribusikannya kepada pasien yang membutuhkan, baik di rumah sakit maupun dalam situasi darurat³⁴. PMI juga bertanggung jawab untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya donor darah dan melakukan kampanye untuk meningkatkan stok darah untuk mengatasi krisis darah di rumah sakit. Selain itu, PMI juga berpartisipasi dalam penanggulangan bencana, memberikan bantuan darurat kepada korban bencana alam dan memberikan layanan medis penting ke daerah yang terkena dampak.

Selain pengelolaan darah dan bantuan bencana, PMI juga berperan penting dalam memberikan pelatihan pertolongan pertama kepada masyarakat dan relawan setempat. Pelatihan ini sangat membantu dalam memberikan pengobatan awal kepada korban kecelakaan atau

³³ Usiono, U., Hutasuhut, A. A., Apriani, S., Dalimunthe, S. Q., & Ayuni, S. (2023). "Palang Merah Indonesia Menjadi Salah Satu Organisasi Sosial di Masyarakat". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(2) h, 60-65.

³⁴ Sofianne, Andrea Marshanda, et al. "Peran Manajemen Organisasi Pelayanan pada Bidang Kesehatan Palang Merah Indonesia," *Kajian Ilmu Sosial (KAIS)* 6, no. 1 (2025): h, 9-18.

keadaan darurat medis sebelum mereka menerima pengobatan lebih lanjut. PMI memberikan bantuan dan dukungan kepada masyarakat lokal, termasuk donor darah, penggalangan dana, pendidikan kemanusiaan, layanan medis, dan tanggap darurat terhadap bencana yang terjadi di sekitar kita.³⁵



³⁵ D. J. Hardiono, *Peran Korps Sukarela (KSR) PMI dalam Mitigasi Bencana Alam (Studi pada Korps Sukarela (KSR) PMI Kabupaten Probolinggo)* (Disertasi Doktor, Universitas Panca Marga, 2023).