

**KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PMI PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT UNTUK
MELAKUKAN DONOR DARAH**

(Studi Pada Unit Transfusi Darah Cabang Pembina PMI Provinsi Lampung)

(Skripsi)

Oleh :

Hariska Putra



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2018

ABSTRAK

KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PMI PROVINSI LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT UNTUK MELAKUKAN DONOR DARAH (STUDI PADA UTD CABANG PEMBINA PROVINSI LAMPUNG)

Hariska Putra / 1416031062
Jurusan Ilmu Komunikasi
putrahariska@gmail.com

Oleh

HARISKA PUTRA

komunikasi persuasif merupakan salah satu upaya atau cara dalam mengubah sikap, perilaku atau karakter pada diri seseorang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi persuasif yang dilakukan oleh humas Palang Merah Indonesia Provinsi Lampung dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah. pada penelitian ini menggunakan konsep komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas palang merah indonesia Provinsi Lampung sangat berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah , ini terbukti dari peningkatan jumlah pendonor darah dari tahun ketahun melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas seperti kegiatan langsung atau sosialisasi yang dilakukan oleh humas di instansi, sekolah-sekolah, ataupun tempat umum lain nya seperti hotel. Selain itu humas juga melakukan persuasif melalui media sosial yang digunakan seperti, youtube, facebook, twitter, instagram, dan juga pamflet yang dibagikan ke masyarakat ketika kegiatan tersebut sedang berlangsung. Humas sebagai pelaksana perintah ketua sangat penting posisinya dalam mengajak masyarakat untuk peduli terhadap sesama sehingga masyarakat bersedia dan bergerak untuk melakukan donor darah.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Humas, Masyarakat, kesadaran, Donor darah

ABSTRACT

PERSUASIVE COMMUNICATION PUBLIC RELATIONS OF PMI LAMPUNG PROVINCE IN RAISING PUBLIC AWARENESS TO DO BLOOD DONATION (STUDY ON BLOOD TRANSFUSION UNIT OF PROVINCIAL BRANCH OF LAMPUNG)

By

HARISKA PUTRA

Persuasive communication is one of the effort or ways to change attitudes, behavior or character in a person in accordance with what is expected by the communicator. Based on this, this study aims to determine the persuasive communication conducted by PMI Lampung Province public relations in raising public awareness to do blood donation. In this study using the concept of persuasive communication. This research type with observation data collection technique, interview, documentation, and literature study. The result of this study indicate that PMI Lampung Province's public relations play an important role in raising public awareness for blood donation, this is evident from the increase in the number of blood donors from year to year through activities carried out by public relations such as direct activities or socialization conducted by the relationship people in agencies, schools, or other public places such as hotels. In addition, public relations also do persuasively through social media that is used, such as youtube, facebook, twitter, instagram, and also pamphlets distributed to the public when the activity is taking place. Public relations as the executor of the chairman's order is very important in its position in inviting the public to care for others so that the community is willing and moving to make blood donations.

Keywords : Persuasive communication, Public relations, Society, Awareness, Blood Donors

**KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PMI PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT UNTUK
MELAKUKAN DONOR DARAH**

(Studi Pada Unit Transfusi Darah Cabang Pembina PMI Provinsi Lampung)

Oleh

Hariska Putra

Skripsi

Sebagai Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2018

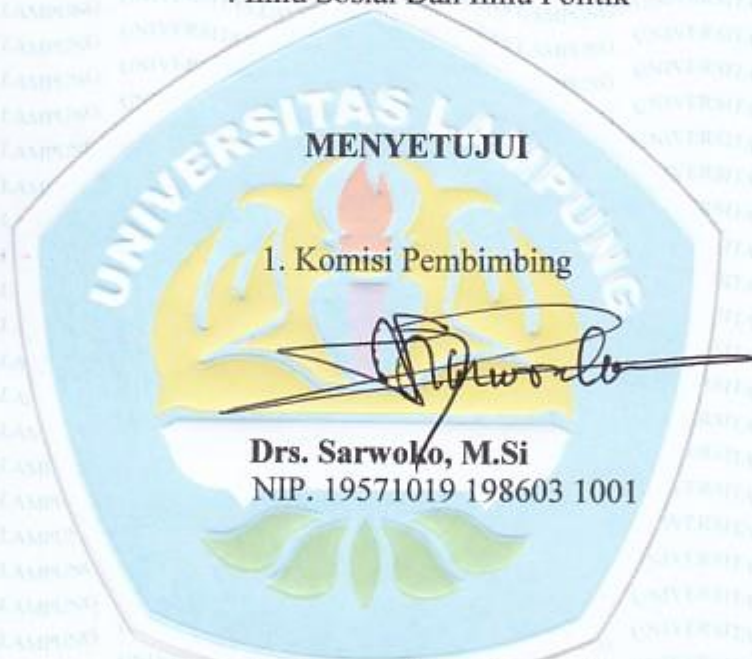
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PMI
PROVINSI LAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN
MASYARAKAT UNTUK MELAKUKAN
DONOR DARAH (Studi Pada Unit Transfusi
Darah Cabang Pembina PMI Provinsi Lampung)**

Nama Mahasiswa : **HARISKA PUTRA**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1416031062

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Drs. Sarwoko, M.Si
NIP. 19571019 198603 1001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dhanik Sulistyarini., Sos, M.Comm&MediaSt
NIP. 19760422 200012 2001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Sarwoko.,M.Si**

Penguji Utama : **Dr. Tina Kartika, M.Si**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Agustus 2018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hariska Putra
NPM : 1416031062
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Pekon Wayliwok, Kecamatan Wonosobo,
Kabupaten tanggamus.
No. HP/Telepon Rumah : 081379305378

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **Komunikasi Persuasif Humas PMI Provinsi Lampung Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk melakukan Donor darah (Studi Pada Markas PMI Provinsi Lampung)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, Agustus 2018

Yang menyatakan



Hariska Putra
NPM. 1416031062

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Hariska Putra. Dilahirkan di Panjang pada tanggal 10 Juni 1996. Merupakan Putra Kedua dari pasangan Bapak Mat suja'i, SP dan Ibu Sundari. Penulis menempuh pendidikan di TK Aisyiyah Bustanul di Wonosobo Tanggamus yang diselesaikan pada tahun 2002. SD Negeri 1 Sopyono yang diselesaikan pada tahun 2008. SMP Negeri 1 Kota Agung yang diselesaikan pada tahun 2011 dan kemudian penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Kota Agung yang diselesaikan pada tahun 2014. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung melalui jalur MANDIRI pada tahun 2014. Penulis mengabdikan ilmu dan keahlian yang dimiliki kepada masyarakat dengan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Sri Purnomo, Kecamatan Kalirejo, Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari. Penulis juga menerapkan hasil dari bangku kuliah pada Praktik Kerja lapangan (PKL) di Stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI) pada periode Desember 2017

MOTO

"Keberhasilan diperoleh berdasarkan usaha yang luar biasa. Keberhasilan yang didapat akan membuat hidup terasa berbeda. Dan percayalah bahwa diri kita mampu lebih dari mereka."

-Hariska Putra-

"ingatlah selalu bahwa anda lebih berani dari yang anda yakini, lebih kuat dari yang anda lihat, dan lebih cerdas dari yang anda pikirkan."

-Christopher Robin-

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui."

-Al-Baqarah: 216)-

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

*Dengan rahmat allah yang maha
pengasih lagi maha penyayang...*

Dengan ini saya persembahkan Skripsi ini

*Untuk ayahku, umiku, Kiyay, dan adikku atas limpahan Doa dan kasih
sayang nya yang tak terhingga dan selalu memberikan
yang terbaik...*

*“KAWAN TERDEKAT” Aji setio, Sony, ismadiyah, Arin, Puput,
Ayu, Adhie, riska citra, Arief, dan bimawan terima kasih atas dukungan
Moril dan materilnya, curahan hatinya. Kalian adalah tempat saya
Kembali, disaat saya benar dan salah, disaat saya menang dan kalah,
Disaat saya suka dan duka...*

*Teman-teman Ilmu Komunikasi 2014 senasib,
Seperjuangan dan sepenanggungan, terima kasih atas dukungannya
Dan solidaritas yang luar biasa sehingga membuat hari-hari semasa kuliah
Lebih berarti...*

*Teman-Teman semasa SMA, sekali lagi terima kasih atas canda tawa
Dan dukungannya selama ini*

Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari

Dan memberikan kemudahan dalam segala hal,

Aminn....

Almamater Tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillah, berkat rahmatmu ya allah ‘Azza Wa Jalla yang maha pengasih dan maha penyayang yang telah memberikan berbagai Nikmat dan karunia-Nya, dan tak lupa sebagai penulis sampaikan kepada suri tauladan kehidupan kita semua umat islam nabi Muhammad SAW, Semoga kita mencontoh suri tauladan kita Aamiin allahuma Aamiin.

Sebuah perjuangan yang dimulai dari harapan seorang penulis untuk dapat menggapai cita-citanya kelak dengan penuh semangat dan tanpa mengeluh, penulis dapat menyelesaikan kewajiban skripsi dengan judul **KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PMI PROVINSI LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT UNTUK MELAKUKAN DONOR DARAH (STUDI PADA UNIT TRANSFUSI DARAH CABANG PEMBINA PMI PROVINSI LAMPUNG)**

Alhamdulillah penulis dapat menempuh pendidikan di FISIP Universitas Lampung kurang lebih empat tahun, penelitian ini boleh dikatakan sebagai titik awal untuk meyandang seorang sarjana, penulis menyadari keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu penulis banyak memperoleh bimbingan, saran, dan masukan dari berbagai pihak yang sangat berharga bagi penulisan karya ini. Dengan segala kerendahan hati dan sebuah penghargaan untuk menyampaikan ucapan terima kasih penulis kepada semua pihak yang telah memberi doa dan dukungannya serta bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini :

1. Allah 'Azza Wa jalla Rabb semesta alam yang telah memberikan nikmat iman yang luar biasa dan nabi muhammad Shallallahu Alaihi Wa sallam, sehingga penulis di beri kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan karya ini.
2. Terima kasih Kepada Ayahku yang selalu memberi ku semangat dan tidak kenal lelah dalam mendidikku. Untuk Umi ku terima kasih telah menjadi ibu yang luar biasa bagi anak-anaknya tak terkecuali aku dan juga terima kasih untuk doa-doa kalian selama ini demi kelancaranku dalam menempuh pendidikan selama ini.
3. Untuk Kiyay ku terima kasih untuk motivasinya selama ini, terima kasih sudah menjadi kakak yang bijaksana bagi adik-adiknya dan juga terima kasih sudah membantu biaya perkuliahanku selama ini sehingga bisa membantu mengurangi beban orang tua.
4. Untuk adikku Riski Setiawan yang sebentar lagi akan merasakan duduk dibangku perkuliahan, terima kasih sudah menjadi adik yang baik dan penurut, aku selalu berharap bisa menjadi inspirasi dan contoh yang baik untukmu. Semoga allah memberikan kita umur yang panjang dan juga kesehatan sehingga kita bisa menikmati keberhasilan kita dimasa depan.
5. Bapak Dr. Syarief makhya, M.si., selak dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos, M.Comn&MediaSt., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan dosen pembahas penulis. Terimakasih banyak saya ucapkan atas kebaikan ibu semoga allah membalas kebaikan ibu.

7. Ibu wulan suciska, S.I.kom., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi dan dosen pembahas penulis. Terimakasih banyak saya ucapkan atas kebaikan ibu semoga allah membalas kebaikan ibu.
8. Bapak Drs. Sarwoko, M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang sangat luar biasa kebaikan dan kesabarannya yang selama ini telah memberikan kritik dan sarannya pada penulis, dan bapak selalu memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi sehingga skripsi ini tersusun dengan baik dan sempurna, semoga bapak selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Ibu Dr. Tina Kartika, M.Si selaku dosen pembahas terima kasih telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan, kritikan dan saran selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos.,M.Si. selaku dosen pembimbing akademik penulis ucapkan terimakasih atas bimbingannya selama menjadi mahasiswa di jurusan Ilmu komunikasi.
11. Untuk bapak, Ibu, Dosen dan Staff jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung. Terimakasih banyak atas ilmu yang bermanfaat, pengalaman serta kerjasamanya dari awal perkuliahan hingga saya menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Untuk Keluargaku Ilmu Komunikasi angkatan terima kasih banyak atas semuanya selama awal perkuliahan hingga sampai saat ini, semoga kita semua kelak menjadi orang yang sukses dan semoga semua dalam lindungan Allah SWT.
13. Untuk sahabatku selama perkuliahan, Ismadiah Wulandari, Arin Fatmawati, Ayu Ika dhani, Pujiati, Riska Citra asri, Aji setio Nugroho, Sony

Hasudungan, Muhammad Arief Rifa'i terimakasih atas dukungan dan bantuannya selama ini, semoga kita semua kedepannya sukses dan dalam lindungan Allah SWT,

14. Kepada keluarga mahasiswa-mahasiswi tanggamus penulis ucapkan terimakasih atas dukungannya yang telah memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Kepada sahabat-sahabat hebat dan penuh canda tawa Sandi Purnama Riski, Riski andri Nugroho, Deni Saputra, Beni Pratama damisma, Satria Sakti, Tengku Abdi Pratama, Indra Yunijar terima kasih atas motivasi dan bantuannya selama ini semoga kelak kita sukses dan tetap dalam lindungan Allah SWT.
16. Pejuang anak-anak pak woko, Wisnu Handoko, Kukuh bangun, Fernando Hosse fahrezi, Kesy sistari, Beni Eko Pratama, terimakasih atas bantuannya selama ini kalian semua orang baik.
17. Almamater tercinta Universitas Lampung yang telah memberikan banyak ilmu serta pengalaman yang berharga.

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi ini dapat bergna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Bandar Lampung, 15 Agustus 2018
Penulis

Hariska Putra

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Pengertian strategi.....	14
2.3 Tinjauan tentang komunikasi	15
2.3.1 Pengertian komunikasi	15
2.3.2 Tujuan Umum Komunikasi	17
2.4 Tinjauan Strategi Komunikasi	18
2.4.1 Strategi Komunikasi	18
2.4.2 Perumusan Strategi Komunikasi	20
2.4.3 Teknik Dalam Strategi Komunikasi	20
2.5 Komunikasi Persuasif	23
2.6 Tinjauan Hubungan Masyarakat	29
2.6.1 Pengertian Humas	29
2.6.2 Peran humas dalam Organisasi.....	30
2.6.3 Ruang lingkup humas dalam organisasi	31
2.6.4 Kegiatan dan sasaran Humas	32
2.6.5 Kedudukan Humas Dalam Organisasi.....	32
2.6.6 Strategi Hubungan Masyarakat Atau Humas	33

2.7 pengertian kesadaran.....	35
2.8 Konsep Komunikasi Persuasif	35
2.9 Kerangka Pikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Tipe Penelitian	40
3.2 Fokus Penelitian	41
3.3 Lokasi penelitian	41
3.4 Informan.....	41
3.5 Sumber Data.....	42
3.6 Teknik pengumpulan Data	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.8 Keabsahan data.	44
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	47
4.1 Profil Palang Merah Indonesia.....	47
4.1.1 Sejarah PMI Provinsi Lampung	47
4.1.2 Tugas Pokok PMI Provinsi Lampung.....	48
4.1.3 Visi dan Misi PMI Provinsi Lampung.....	51
4.2 Profil UTD PMI Provinsi Lampung.....	51
4.2.1 Sejarah UTD PMI Provinsi Lampung.....	51
4.2.2 Status dan kedudukan PMI Provinsi Lampung.....	53
4.2.3 Tugas dan Fungsi UTD PMI Provinsi Lampung	53
4.2.4 Visi dan Misi UTD PMI Provinsi Lampung	54
4.2.5 Struktur Organisasi UTD PMI Provinsi Lampung	55
4.3 Logo Palang Merah Indonesia	63
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	64
5.1 Hasil Penelitian	64
5.1.1 Identitas Informan	64
5.1.2 Hasil Wawancara	67
5.2 Pembahasan Penelitian.....	81
5.2.1 Peranan Komunikator	81
5.2.2 Pesan Yang Disampaikan	86
5.2.3 Media Yang Digunakan	90

5.2.4 Peran Humas Terhadap Citra Organisasi	107
5.2.5 Etika Humas Dalam Berkomunikasi	111
5.2.6 Peran Mitra Dalam Meningkatkan Kesadaran	112
5.2.7 Faktor Pendukung Dan Penghambat	113
5.2.8 Progres Komunikasi Persuasif PMI Lampung.....	115
5.2.9 Respon Masyarakat terhadap kegiatan komunikasi persuasif	116
5.2.10 Meningkatkan Kesadaran Masyarakat	127
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	131
6.1 KESIMPULAN	131
6.2 SARAN	132
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Data jumlah pendonor darah	6
Tabel 2 Data instansi pendonor darah terbanyak	8
Tabel 3 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4 Startegi Humas	34
Tabel 5 masa bakti kepengurusan PMI Provinsi Lampung	48
Tabel 6 Profil Informan.....	65
Tabel 7 Hasil wawancara mengenai peranan Humas.....	67
Tabel 8 Respon masyarakat mengenai peranan Humas	68
Tabel 9 Hasil wawancara mengenai Komunikasi Persuasif	69
Tabel 10 Respon masyarakat mengenai Komunikasi Persuasif	70
Tabel 11 Peranan Humas terhadap citra organisasi	71
Tabel 12 Respon masyarakat Peranan Humas di citra organisasi	72
Tabel 13 Etika berkomunikasi PMI	73
Tabel 14 Respon masyarakat terhadap etika Humas	74
Tabel 15 Peran mitra terhadap PMI	75
Tabel 16 Respon masyarakat terhadap PMI	76
Tabel 17 Faktor Pendukung dan penghambat	77
Tabel 18 Respon Faktor pendukung dan penghambat	78
Tabel 19 Progres Komunikasi Persuasif	79
Tabel 20 Respon masyarakat Progres persuasif PMI	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pikir.....	39
Gambar 2 Logo Palang Merah Indonesia.....	63
Gambar 3 Kegiatan Sosialisasi donor darah Hotel Emersia	83
Gambar 4 Kegiatan sosialisasi donor darah Hotel Batiqa.....	84
Gambar 5 Kegiatan Donor darah	85
Gambar 6 Aplikasi Donorku	92
Gambar 7 Pamflet Provinsi lampung	97
Gambar 8 Media Sosial Instagram.....	102
Gambar 9 Media Sosial Twitter	102
Gambar 10 Media Sosial Facebook	103
Gambar 11. Media Sosial Youtube	103
Gambar 12. Respon Masyarakat Di kolom Komentar	105
Gambar 13. Respon Masyarakat di kolom Komentar	105
Gambar 14. Proses Antrian Donor Darah	129

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Palang Merah Indonesia (PMI) merupakan organisasi kemanusiaan satu satunya di Indonesia sebagai penyedia darah tranfusi. PMI provinsi lampung melalui humas melakukan strategi komunikasi terhadap masyarakat, strategi komunikasi PMI provinsi Lampung yaitu dengan melakukan pendekatan ke masyarakat dan menyampaikan pesan ke masyarakat yang bersifat mengajak masyarakat atau mempengaruhi masyarakat agar masyarakat meningkatkan kesadarannya dalam menjadi donor darah sukarela.

Agar persediaan darah pada Unit Donor Darah tetap stabil dan aman, PMI melakukan kegiatan komunikasi persuasif ke masyarakat. Strategi komunikasi persuasif yang dimaksud seperti melakukan kegiatan sosialisasi ke pendidikan seperti sekolah-sekolah. Kegiatan yang dilakukan humas PMI satu kali dalam sebulan, jadi dua belas kali dalam setahun (wawancara pra riset tanggal 18 januari 2018, Joni Herlambang). PMI sebagai lembaga organisasi kemanusiaan, bertujuan meringankan penderitaan sesama manusia, apapun sebabnya, dengan tidak membedakan agama, suku bangsa, bahasa, warna kulit, jenis kelamin, golongan dan pandangan politik. Dalam hal ini siapapun dia, berasal dari mana dia, bagaimana pun bahasanya, apapun kepercayaan yang dianutnya, warna kulit hitam maupun putih, golongan kaya

maupun miskin, apapun sebabnya PMI tidak memandang dari segi manapun. (Palang merah Indonesia, 2017). Upaya Kesehatan Tranfusi Darah (UKTD) adalah salah satu kegiatan PMI yang ditugaskan oleh pemerintah berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 18 tahun 1980 tentang tranfusi darah. Upaya itu dilaksanakan dengan pembentukan unit tranfusi darah PMI, unit ini merupakan unit pelayanan teknis yang diatur dan tunduk pada pengurus PMI di masing – masing jajarannya (Palang Merah Indonesia, 2017).

Sebagai organisasi kemanusiaan yang bergerak dibidang kesehatan, tanggap bencana dan pelayanan masyarakat, tugas terpenting yang harus dilakukan adalah mengurus penyediaan darah, namun masalahnya jumlah pasien yang membutuhkan darah sangatlah besar. Hal tersebut tidak diikuti dengan kesadaran masyarakat yang sukarela mendonorkan darahnya. Kebutuhan darah terus meningkat dari tahun ke tahun, masyarakat yang hendak membutuhkan darah biasanya terjadi karena ada suatu kebutuhan yang mendesak dan menyangkut hidup atau mati seseorang.

Kebutuhannya antara lain seperti anemia pada usia lanjut diatas 60 tahun, ibu yang hamil dan sehabis melahirkan atau persalinan yang biasanya mengalami pendarahan banyak, operasi yang membutuhkan asupan darah seperti operasi bedah kepala, kecelakaan yang mengalami pendarahan cukup parah, dan kanker darah. Kebutuhan akan darah saat ini pada pasien yang membutuhkan masih sangat terkendala, dikarenakan masih kurangnya kesadaran masyarakat untuk menjadi pendonor sukarela.

Kondisi pada PMI provinsi Lampung sekarang sangat baik, untuk bank darah sudah tersedia tetapi kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah sangat lah kurang. Kebanyakan masyarakat tidak mau mendonorkan darahnya karena beralasan takut jarum suntik seperti diketahui untuk ukuran jarum donor darah itu cukup besar sehingga membuat masyarakat gugup. Ada juga yang beralasan takut melihat darah dan juga tak sedikit yang berasal karena takut sakit. Selain karena takut masih banyak masyarakat yang tidak memenuhi persyaratan donor, seperti pengidap darah tinggi atau darah rendah, masalah kesehatan, dan umur yang belum mencukupi atau lebih, di khawatirkan untuk yang berumur lanjut akan membuat kesehatannya terganggu dan bisa berakibat fatal jika yang bersangkutan takut jarum suntik ataupun belum pernah sama sekali donor darah.

Mengenai syarat atau kriteria sebagai pendonor darah adalah usia minimal 17 tahun dan maksimal 60 tahun. Pendonor pertama kali dengan umur lebih dari 60 tahun dan pendonor ulang dengan umur lebih dari 65 tahun dapat menjadi pendonor dengan perhatian yang khusus. Kemudian mengenai berat badan pendonor harus memenuhi kriteria yaitu lebih kurang 55 Kg untuk penyumbangan darah 450 ml, dan yang lebih kurang dari 45 Kg untuk penyumbangan darah 350 ml. Selanjutnya seorang pendonor tekanan darahnya normal : untuk tekanan sistol 100-150 mmhg dan diastol 70-100 mmhg. Denyut nadi normal frekuensinya 50-100 kali / menit. Seorang pendonor kadar hemoglobin atau hbnya minimal 12 gram untuk wanita dan 13 gram untuk pria. Selain itu untuk interval waktu dalam melakukan donor darah laki-laki dan perempuan 2 bulan sekali sejak penyumbangan terakhir. Jumlah

penyumbangan per tahun untuk laki-laki paling banyak 6 kali dan 4 kali untuk perempuan. (Palang Merah Indonesia, 2017) untuk mekanisme pelayanan transfusi darah atau tata cara mendonorkan darah dilakukan di PMI, jadi pendonor datang ke PMI kemudian isi formulir yang disediakan oleh PMI, isi kuesioner secara benar dan jujur, kemudian pendonor akan dicek kadar atau jumlah hemaglobin nya atau HB sesuai dengan syarat. Selanjutnya pendonor di cek tekanan darah sesuai dengan syarat. Jika semua hasil pemeriksaan sempurna, langkah selanjutnya adalah mencuci tangan sampai dengan siku, kemudian pendonor darah berbaring dikursi yang disediakan PMI, kemudian darahnya diambil satu kantong (kira-kira 250 cc-500 cc). Kurang lebih 15 menit, proses donor darah selesai dan pendonor akan diberikan kopi susu, multivitamin dan telur rebus. Untuk kantor UTD nya sendiri (unit donor darah) hanya menerima dan permohonan darah yang akan di transfusi ke rumah sakit. Untuk permohonan atau penyaluran darah biasanya ke setiap rumah sakit per hari bisa mencapai 150 kantong dan untuk darah yang diterima oleh unit donor darah yang berasal dari pendonor itu bisa mencapai 3000 kantong per bulan.

UTD provinsi Lampung sama halnya seperti apotek, laboratorium. "Penyaluran darah sesuai apa yang di sarankan dokter yang merawat pasien dirumah, sedapat mungkin pihak PMI provinsi Lampung memenuhinya. Jika apotik adalah menyediakan obat-obatan yang diracik/dibuat, berbeda dengan PMI Provinsi Lampung yang mengharapkan betul darah tersebut, dari donor darah. Donor darah merupakan sumber utama ketersediaan darah di UTD PMI Provinsi Lampung, pusat pelayanan transfusi darah untuk seluruh

masyarakat Lampung berada di Jl Samratulangi, No 105, Bandar Lampung. UTD Provinsi Lampung sudah ada sejak 10 Mei 1973 melayani 21 rumah Sakit, Rumah sakit ibu dan anak, klinik dikota Bandar Lampung dan sekitarnya.

Berdasarkan hasil pra –riset yang dilakukan peneliti pada tanggal 15 November 2017, “kegiatan sosialisasi donor darah dan pengenalan aplikasi Donorku yang diselenggarakan PMI provinsi Lampung”.Idealnya pelayanan transfusi darah dilayani oleh 100% donor darah secara sukarela, tapi di Provinsi Lampung angkanya belum mencapai segitu sekitar 70%-80%, yang sukarela aktif, pada bulan puasa jauh lebih rendah. Akibatnya ada kekurangan sebesar 30%, itu menggunakan donor darah yang tidak sukarela. Yaitu donor darah pengganti dari keluarga atau rekan pasien yang memang mau menolong pasien. Untuk itu disebut tidak sukarela, karena di hanya mau menolong khusus pasien itu saja. Selanjutnya donor bayaran yaitu seorang yang mendonorkan darahnya dengan meminta uang bayaran. Bahaya Palang Merah Indonesia (PMI) jika tidak ada stok darah yaitu layanan kepada masyarakat terhambat dan tidak bisa terlayani dengan baik, bisa terancam kematian padapasien.

Sebagai makhluk sosial, manusia harus peduli dengan sesama, Seperti yang terjadi sekarang ini, bahwa kebutuhan akan darah di Lampung ini dari tahun ke tahun sangatlah tinggi, itulah yang harus menjadikan masyarakat yang memiliki tubuh sehat untuk peduli menjadi pendonor sukarela, Karena dengan adanya masyarakat yang sukarela mendonorkan darahnya, itu bisa

meningkatkan stok persediaan darah pada PMI dan tentunya bisa menyelamatkan banyak nyawa manusia. Masyarakat Lampung pada dasarnya belum mengetahui dan belum paham adanya program layanan yang dilakukan PMI dan belum mengerti informasi keberadaan Unit Transfusi Darah (UTD).

Mengetahui kesadaran masyarakat akan donor darah sangat kurang, organisasi pengelolaan darah PMI Provinsi Lampung melakukan strategi komunikasi persuasi yang efektif untuk mengajak masyarakat ikut berpartisipasi langsung dalam donor darah. Strategi merupakan cara atau upaya untuk mencapai tujuan, sedangkan Komunikasi Persuasif adalah proses pertukaran informasi dengan tujuan merubah sikap, pendapat dan perilaku satu orang atau lebih yang dilakukan komunikator baik secara verbal maupun nonverbal sehingga timbul rasa yakin dan percaya terhadap pesan yang disampaikan, perubahan pola pikir serta sikap merupakan keberhasilan komunikator dalam melakukan komunikasi persuasif.

Tabel 1. Data jumlah pendonor darah

keterangan	Donor Darah per tahun		
	2014	2015	2016
Donor Pengganti	8900	9021	9416
Donor Sukarela	31567	32753	33941

Sumber : Humas UTD Palang Merah Indonesia, 2017

Pada data tabel tersebut kesadaran masyarakat untuk donor darah dari tahun ke tahun semakin meningkat, pada tahun 2014 jumlah masyarakat pendonor pengganti mencapai 8900, kemudian 2015 mencapai 9021, dan 2016 sebanyak 9416 jumlah pendonor. Selanjtnya mengenai donor sukarela dari

tahun ketahun juga semakin meningkat, pada tahun 2014 sebanyak 31567, kemudian 2015 sebanyak 32753, dan 2016 mencapai 33941.

Dengan adanya Strategi komunikasi persuasif yang baik, yang dilakukan Humas PMI beserta jajarannya seseorang akan merubah sikap maupun pendiriannya, dan akan mencoba sesuatu hal sesuai dengan apa yang ada di pikirannya. Yang awalnya mempunyai pemikiran bahwa donor darah adalah hal yang menakutkan mereka akan berpikir bahwa donor darah adalah hal yang menyenangkan dan sudah menjadi kewajiban dan menganggap bahwa donor darah bisa membuat tubuh sehat dan bermanfaat bagi yang membutuhkannya.

Sebagai sebuah sistem dalam institusi, penguatan bidang kehumasan harus terus jalan, kehumasan bisa menjadi bagian dari kekuatan PMI ditingkat kota dan Kabupaten, hubungan Masyarakat (Humas) menjadi hal paling penting dan berpengaruh bagi reputasi PMI untuk mendapat perhatian dari masyarakat, karena merupakan lembaga kemanusiaan besar sebagai modal utama dan tantangan besar untuk mempertahankan citra positif. Humas Palang Merah Indonesia (PMI) Provinsi Lampung kini sering mengadakan kegiatan Donor Darah massal di berbagai tempat yang ada di Kota maupun di daerah yang ada di Lampung, guna untuk memenuhi kebutuhan darah yang ada di UTD (Unit Transfusi Darah) di Samratulangi. Humas PMI provinsi Lampung berperan dengan aktif dalam mengadakan kegiatan donor darah, sehingga banyak pihak pihak lain yang ingin meminta untuk bekerja sama dalam mengsucceskan program kerja mereka. Dalam kegiatan yang di

laksanakan pihak lain, PMI Provinsi Lampung langsung di mandatkan untuk mengambil alih kegiatan Donor Darah massal, sehingga kerja sama antara PMI Provinsi Lampung dan pihak lain tersebut menjadi sukses tanpa kendala.

Tabel 2. Data Instansi Pendonor darah terbanyak November 2017

No	Instansi Pendonor	Jumlah darah / kantong
1.	Chandra Superstore	526 Kantong Darah
2..	PT GMP lampung tengah	474 Kantong Darah
3.	PTPN VII	465 Kantong Darah
4.	KSR Unit Unila	350 Kantong Darah

Sumber : Palang Merah indonesia Lampung, 2017

Pada Data instansi pendonor darah tersebut instansi yang paling tinggi jumlah darah adalah chandra *superstore* dengan angka 526 kantong darah, tetapi jumlah tersebut masih sangat kurang, mengingat jumlah rumah sakit yang ada di Lampung ini sangat banyak dan yang membutuhkan darah semakin tinggi. Itu menunjukkan bahwa PMI khususnya Unit Transfusi darah (UTD) provinsi lampung masih sangat kurang dan sangat membutuhkan darah melalui pendonor.

Hingga saat ini Palang Merah Indonesia atau PMI Provinsi Lampung masih melaksanakan kegiatan pelatihan guna untuk merekrut tenaga sukarela yang mempunyai jiwa relawan dan kemanusiaan. Dalam hal ini PMI Provinsi Lampung juga tidak bergerak sendiri, akan tetapi PMI Provinsi Lampung juga mempunyai beberapa Rekan kerja yang berada langsung di bawah naungan PMI itu sendiri, yaitu : Ukm Ksr PMI unit universitas lampung,

Ukm Ksr PMI unit Universitas islam negeri. Ksr unila dan uin ini rutin mengadakan kegiatan bakti sosial ataupun kegiatan berkemanusiaan. itu juga PMI Provinsi Lampung melakukan kegiatan lainnya yaitu melakukan pelatihan Pamong Praja rencana kesiapsiagaan bencana, Kegiatan Pelatihan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan individu dalam Teknik penanggulangan bencana, dan Penguasaan tindakan tindakan Pertolongan Pertama Saat di perlukan sebelum di tangani oleh tenaga medis serta terbentuknya Tim Siaga Bencana Polisi Pamong Praja Provinsi lampung.

Sesuai fakta yang terjadi, bahwa kesadaran masyarakat akan pengetahuan tentang PMI dan donor darah kurang. Peneliti memilih PMI Provinsi Lampung sebagai obyek penelitian, alasan peneliti memilih PMI provinsi Lampung dikarenakan Klasifikasi PMI maupun unit donor darah PMI Lampung sudah tipe a atau utama dan juga buka 24 Jam sepanjang tahun. Dan juga PMI merupakan lembaga yang bergerak dibidang kemanusiaan yang sangat membantu masyarakat. Maka penelitian deskriptif kualitatif ini diharapkan akan diketahui bagaimana humas PMI Provinsi Lampung dalam melakukan strategi komunikasi persuasimelalui kegiatan-kegiatannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melakukan donor darah.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana komunikasi persuasif humas PMI provinsi lampung dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah” ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah Untuk mendeskripsikan komunikasi persuasif humas PMI provinsi lampung untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melakukan donor darah.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya terdapat dua manfaat penelitian penelitian yaitu :

1. Manfaat Akademis

Secara teoritis penelitian ini dapat berguna untuk menambah literatur penelitian kualitatif dan diharapkan dapat mengembangkan kajian Ilmu Komunikasi pada umumnya, dan khususnya tentang strategi komunikasi humas.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan terhadap bidang humas yang terdapat pada PMI provinsi

lampung dan sebagai pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu dalam bentuk penelitian.

b. Bagi PMI provinsi lampung

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan gagasan pemikiran dan bahan evaluasi yang dapat membantu organisasi, untuk meningkatkan kinerja dalam melayani masyarakat dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat mengenai perkembangan PMI lampung yang telah melakukan strategi komunikasi dengan membuat program-program layanan donor darah kepada masyarakat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Terdapat Penelitian terdahulu Yang dapat relevan dan mendukung penelitian ini, yang akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3. Penelitian terdahulu

NO	ASPEK PENELITIAN	KETERANGAN
1	Judul	Strategi Humas PT. Indogrow internasional services Dalam meningkatkan citra positif Pada pelanggan
	Peneliti	dwistya jayanti, mahasiswi Jurusan ilmu komunikasi Universitas Lampung Tahun 2014
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Untuk meningkatkan citra,humas sudah memiliki program untuk meningkatkan citra positif perusahaan dan konsumen pun menjawab mengaku puas dengan pelayanan perusahaan.dan Penerapan fungsi manajemen yang dilakukan oleh humas perusahaan telah melakukan sesuai dengan fungsi manajemen Planning, organizing, actuating dancontrolling
	Perbedaan	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Fokus penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan Strategi Humas ditinjau dari kegiatan humas yang bersifat membangun citra positif
	Kontribusi	Kontribusi yaitu memberikan pengertian bahwa strategi sangat berpengaruh besar. Dimana dalam penelitian ini strategi yang dilakukan humas berpengaruh terhadap keberlangsungan citra positif perusahaan.

NO	ASPEK PENELITIAN	KETERANGAN
2	Judul	Strategi Public relation PT. Telkom, Tbk Dalam mengokohkan Brand Image Pada Customer
	Peneliti	Sudarmiyati, mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta tahun 2010
	Metode penelitian	kualitatif
	Hasil	Strategi yang sedang diterapkan dalam mengokohkan brand image pada customer yaitu dengan melakukan Intergrated Strategi (Strategi tingkat fungsional) yang mempunyai tujuan untuk mendukung Strategi tingkat korporat (Portopolio Business) yang baru dijalankan oleh perusahaan yaitu dengan mengokohkan Brand image perusahaan yang positif “sebagai perusahaan penyedia Jasa telecommunications information media and Edutainment (T.I.M.E)” serta pengkomunikasian identitas baru TELKOM yaitu tentang logo serta tagline baru perusahaan serta beberapa produk baru perusahaan agar customer mempunyai persepsi yang positif terhadap brand image perusahaan dan identitas baru yang baru dijalankan oleh PT. TELKOM
	Perbedaan	Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Fokus penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan Strategi Humas ditinjau dari kegiatan humas yang bersifat mengokohkan brand image pada customer.
Kontribusi	Kontribusi yaitu memberikan pengertian tentang strategi public relations yang berpengaruh besar terhadap objek. Dimana dalam penelitian ini strategi officer II public relations berperan dalam mengokohkan brand image perusahaan.	
3	judul	Strategi Komunikasi Pemimpin dalam penerapan prinsip-prinsip good corporate governance di PTPN VII
	Peneliti	Siti Jafani gandi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung tahun 2016
	Metode penelitian	kualitatif
	Hasil	GCG merupakan sesuatu yang tuntutan dari pemerintah untuk ada di sebuah korporasi atau perusahaan, karena itu GCG menjadi sebuah piranti untuk sebuah perusahaan agar terus men

		Jadi lebih baik lagi. GCG telah diterapkan di PTPN VII sejak dulu, penerapan GCG di PTPN VII telah baik, Karena skor dari GCGH yang didapat dari penilaian tahun ke tahun cenderung meningkat
	perbedaan	Peneliti ini lebih berfokus pada bagaimana strategi komunikasi diteliti melalui penerapan prinsip-prinsip GCG
	kontribusi	Kontribusi yaitu memberikan pengertian tentang strategi komunikasi yang berpengaruh besar terhadap objek. Dimana dalam penelitian ini strategi komunikasi berperan dalam penerapan prinsip good corporate governance

Sumber : digilib.unila.ac.id, 2017

Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya, penulis mengadopsi teori komunikasi ketiga penelitian merupakan penelitian strategi komunikasi, namun tidak semua elemen atau variabel di kaji sama dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan paling mendasar antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dimana perbedaan penggunaan subyek penelitian yang diambil, hal ini dilakukan agar tidak terjadi plagiatisme pada penelitian yang dilakukan.

2.2 Pengertian strategi

Kata strategi berasal dari kata *Strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Menurut Marrus (2002:31) Strategi di definisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan

ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideologi, politik, ekonomi, sosial-budaya dan hankam) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2003:300). Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.3.1 Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris "*communication*"), secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna berbagi atau menjadi milik bersama yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Menurut Wilbur Schramm seorang ahli linguistik mengatakan jika mengadakan komunikasi dengan suatu pihak, maka kita menyatakan gagasan kita untuk memperoleh commoners dengan pihak lain mengenai objek tertentu (Purba, 2006: 30) Menurut Everett M. Rogers komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Cangara, 2016: 22). Harold D. Lasswell menyebutkan ada tiga

Fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi, yaitu :

Pertama, adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, di pelihara, dan menghindar pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan pengetahuannya, yakni belajar dari pengalamannya, maupun melalui informasi yang mereka terima dari lingkungan sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuaian disini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi tanggapan gejala alam seperti banjir, gempa bumi, dan musim yang memengaruhi perilaku manusia, tetapi juga lingkungan masyarakat tempat manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini diperlukan penyesuaian, agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis. Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakatnya dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku, dan peranan.

Misalnya bagaimana orang tua mengajarkan tata krama bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah di fungsikan untuk mendidik

warga negara. Bagaimana media massa menyalurkan hati nurani khalayaknya, dan bagaimana pemerintah dengan kebijaksanaan yang dibuatnya untuk mengayomi kepentingan anggota masyarakat yang di layaninya.

Ketiga fungsi ini menjadi patokan dasar bagi setiap individu dalam berhubungan dengan sesama anggota masyarakat (Cangara, 2016: 2)

2.3.2 Tujuan Umum Komunikasi

Menurut Stanton (liliweri, 2011:128) bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia,yaitu

1. mempengaruhi orang lain.
2. Membangun atau mengelola relasi antar personal.
3. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan.
4. Membantu orang lain.
5. Bermain atau bergurau.

Di luar tujuan umum komunikasi ini, maka komunikasi bertumbuh dari motivasi untuk menghasilkan sesuatu yang diharapkan dari komunikasi. Artinya, tujuan komunikasi perlu memerhatikan rencana komunikasi untuk berinteraksi atautkah komunikasi dapat dijalankan secara alamiah. Dengan kata lain, tujuan komunikasi sedapat mungkin memerhatikan elemen-elemen utama komunikasi, yaitu :

1. Pengirim-orang yang mengirimkan pesan (*encoder*).
2. Penerima-orang yang menginterpretasi pesan (*decoder*).

3. Saluran-metode bagi seseorang untuk mengoptimalkan daya guna sehingga kita dapat mengirimkan sebuah pesan secara Verbal, nonverbal, atau termediasi.
4. Pesan-informasi yang sudah distimulasikan itu dikirim oleh pengirim ke dalam alam pikiran penerima.
5. Umpan balik – respon yang diberikan penerima kepada pengirim.
6. Lingkungan – dunia fisik dan nonfisik sebagai tempat terjadinya interaksi.
7. Gangguan – dari luar yang hanya dapat terlihat dan terasa dalam peristiwa komunikasi.

2.4 Tinjauan Strategi Komunikasi

2.4.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Menurut Anwar Arifin dalam buku “Strategi Komunikasi” menyatakan bahwa :
Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan (arifin, 1984: 10). Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas.

Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "*Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?*". Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut:

1. *Who?* (Siapakah komunikatornya)
2. *Says what?* (pesan apa yang dinyatakannya)
3. *In which channel?* (media apa yang digunakannya)
4. *To whom?* (siapa komunikannya)
5. *With what effect?* (efek apa yang diharapkan)

R Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* dalam Effendy (2009:32), menyatakan bahwa tujuan sentral dari kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding* (komunikasikan mengerti akan pesan yang diterimanya)

2. *To establish acceptance* (penerimaan pesan oleh komunikan itu kemudian dibina)

3. *To motivate action* (kegiatan dimotivasikan)

2.4.2 Perumusan Strategi Komunikasi

Dalam perumusan Strategi Komunikasi ini, amat terkait dengan fungsi manajemen. Menurut George R. Terry, manajemen adalah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan (*planing*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran atau tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan SDM dan sumber-sumber lain.

2.4.3 Teknik dalam strategi komunikasi

Dalam dunia komunikasi pada teknik penyampaian atau mempengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu : menurut cara pelaksanaan dan menurut bentuk isinya. Hal tersebut dapat diuraikan lebih lanjut, bahwa yang pertama semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Sedang yang kedua, yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung. Oleh karenanya yang pertama menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu *redudancy(repetition)* dan *Canalizing*. Sedang yang kedua, menurut bentuk isinya dikenal dengan teknik-teknik: informatif, persuasif, edukatif dan koersif (Arifin, 2003:43).

a. *Redudancy (Repetition)*

Redudancy atau *repetition* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ngulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini akan banyak manfaat yang didapat. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan tersebut, karena justru akan kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, pesan yang di ulang-ulang akan lebih banyak mendapatkan perhatian.

b. *Canalizing*

Canalizing adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standart kelompok dan masyarakat lalu secara berangsur-angsur merubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak lagi memiliki hubungan yang erat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan menjadi mudah diterima oleh komunikan.

c. *Informatif*

Teknik *informatif* adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, diatas fakta-faktadan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran

khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.

d. *Persuasif*

Persuasif berarti, mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh: kecakapan untuk mensugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (suggestivitas) dan merekaitu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (suggestivitas). Jadi pihak tersebut mensugesti , dan menciptakan situasi bagaimana khalayak itu supaya mudah terkena sugesti, adalah proses kental sebagai hasil penerimaan yang tidak kritis dan di realisasikan dalam perbuatan kepercayaan atau cita-cita yang dipengaruhi orang lain.

e. *Edukatif*

teknik edukatif, sebagai salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi : pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, diatas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

f. *koersif*

Koersif berarti mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya dibelakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.

2.5 **Komunikasi Persuasif**

1. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

a). 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.

b). 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 (soemirat, 2014:34)

c). 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.

d). 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 biasanya berupa perubahan sikap, pendapat, pandangan dan tingkah laku (Soemirat2014:38)

e). 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.

1. Tujuan Komunikasi Persuasif

Tujuan komunikasi persuasif adalah mengubah pendapat, sikap dan perilaku. Mengubah pendapat berkaitan dengan aspek kognitif, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan aspek-aspek kepercayaan, ide atau pun konsep. Dalam proses ini, terjadinya perubahan pada diri khalayak yang berkaitan dengan pikirannya. Ia menjadi tahu sesuatu atau mengetahui bahwa pendapatnya keliru dan perlu diperbaiki.

2. Hambatan Dalam Komunikasi Persuasif

Herbert G. Hick dan G. Ray Gullet dalam bukunya "*organization Theory and behavior*" (1975) menjelaskan bahwa hambatan dalam komunikasi disebabkan oleh faktor-faktor *dogmatisme, stereotipe dan pengaruh lingkungan*. Dogmatisme merupakan sikap yang berupaya mempertahankan pendapat dan perilaku, hal ini terjadi apabila pesan yang disampaikan akan merusak posisi seseorang. Stereotipe merupakan produk dari interaksi antara hubungan keluarga, etnis, maupun politis tentang tindakan dan tingkah laku tertentu (Mar'at, 1982).

3. Prinsip dalam komunikasi persuasif

Prinsip-prinsip dalam komunikasi persuasif dapat digunakan oleh persuader sebagai landasan untuk mengubah sikap, kepercayaan dan mengajak sasaran persuasi untuk melakukan sesuatu. Adapun empat prinsip utama dalam komunikasi persuasif menurut de vitto (2011 : 499-502) adalah sebagai berikut :

1. Prinsip pemaparan selektif

Prinsip ini menerangkan bahwa : pendengar akan mencari informasi secara aktif yang mendukung opini, nilai, perilaku, dan motivasi mereka. Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini , nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka. Ketika proses menyakinkan sasaran persuasi akan di langsunjkan, Maka pemaparan selektif akan terjadi.

2. Prinsip Partisipasi Khalayak

Khalayak merupakan sasaran persuasi. Aktivitas komunikasi persuasif ini akan lebih efektif apabila khalayak turut berpartisipasi dalam proses komunikasi. Persuasif bersifat transaksional, dimana pembicara dan pendengar saling terlibat. Suatu proses persuasi dikatakan berhasil apabila khalayak berpartisipasi secara aktif di dalamnya.

3. Prinsip Inokulasi

Prinsip ini menjelaskan tentang menghadapi sasaran persuasi yang terinokulasi, atau sasaran yang telah mengetahui posisi persuader dan telah menyiapkan senjata berupa argumen untuk menentangnya. Sehingga pada posisi ini, seorang persuader perlu melakukan persiapan, seperti mempersiapkan argumen, dan lain-lain dalam proses komunikasi yang akan dilakukan.

4. Prinsip besaran Perubahan

Prinsip ini mengatakan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan oleh persuader, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi. Semakin besar perubahan yang

diinginkan, semakin banyak pula waktu yang dibutuhkan untuk perubahan tersebut. Sehingga, persuasi diarahkan untuk melakukan perubahan kecil atau sedikit demi sedikit terlebih dahulu dan diperlukan untuk periode yang cukup lama.

4. Strategi Komunikasi Persuasif

Sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi yang digunakan, perlu memperhatikan beberapa hal sebagai berikut (Soemirat 2014:8.26):

1. Spesifikasi Tujuan Komunikasi Persuasif

Menurut Paul Edward Nelson dan Judy Cornelia Pearson (1984) komunikasi persuasif sedikitnya memiliki tiga tujuan yaitu membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan, dan mengubah tanggapan. Dari ketiga tujuan tersebut terdapat upaya-upaya yang membentuk menguatkan dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku, sesuai dengan tujuan yang ditetapkan (Soemirat, 2014:8.26) Membentuk tanggapan adalah membentuk cara sasaran dalam memberi tanggapan. Penguatan tanggapan berarti pesan persuasif yang disampaikan ditujukan untuk melanggengkan perilaku yang sudah terbentuk yang berkaitan dengan tujuan persuasi. Pengubahan tanggapan maksudnya adalah pesan persuasi yang disampaikan atau ditujukan untuk mengubah perilaku sasaran terhadap suatu objek tertentu.

2. Identifikasi Sasaran Tujuan

Secara umum, sasaran persuasif dapat diidentifikasi berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, keanggotaan dalam kelompok primer dan minat khusus sasaran persuasif. Hollingworth (1935)

Selain itu dapat pula dilihat dari (a) sasaran *pedestrian* atau pejalan kaki, sasaran yang kehadirannya hanya sementara. (b) sasaran pasif dan kelompok diskusi, sasaran yang sengaja yang datang untuk mengikuti suatu kegiatan komunikasi persuasif. (c) sasaran terpilih, bereka yang berkumpul karena adanya kesamaan tujuan, namun diantara mereka tidak saling bersimpati dan hanya bersimpati pada *persuader*. (d) sasaran kesepakatan, mereka yang berkumpul atas adanya suatu kesepakatan, tujuan atau adanya kepentingan yang sama namun tidak ada pembagian kerja yang jelas. dan (e) sasaran terorganisasi mereka yang membentuk kelompok dengan pembagian tugas yang jelas, memiliki otoritas, memiliki tujuan dan kepentingan yang sama, serta memiliki tugas yang spesifik (Soemirat, 2014:8.28)

3. Perumusan Strategi Persuasif

Komunikasi persuasif dapat berjalan sesuai harapan apabila strategi yang digunakan tepat sasaran. Langkah-langkah dalam perumusan strategi komunikasi persuasif antara lain yaitu: pengumpulan dan analisis data, analisis dan evaluasi fakta, identifikasi masalah, pemilihan masalah yang ingin disampaikan dan dipecahkan, perumusan tujuan atau sasaran-sasaran, perumusan alternatif pemecahan masalah, penetapan cara mencapai tujuan, evaluasi hasil kegiatan dan reconsiderasi.

4. Pemilihan Metode Persuasif Yang Ditetapkan

Sebelum menerapkan metode persuasi, *persuader* harus memahami prinsip-prinsip metode persuasi sebagai landasan untuk memilih metode yang tepat dan baik. Prinsip-prinsip itu antara lain:

- a. Pengembangan untuk berfikir kreatif.
- b. Alangkah lebih baik jika persuasi dilakukan pada tempat kegiatan sasaran.
- c. Setiap individu terikat pada lingkungan sosialnya.
- d. Harus dapat menciptakan hubungan yang akrab dengan sasaran.
- e. Harus dapat memberikan sesuatu untuk terjadinya perubahan.

2.6 Tinjauan Hubungan Masyarakat

2.6.1 Pengertian Humas

Menurut Dr. Rex Harlow Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (ruslan, 2016:16).

Cutlip & Center mengemukakan definisi Humas sebagai suatu kegiatan komunikasi dan penafsiran, serta komunikasi-komunikasi dan gagasan-gagasan dari suatu lembaga kepada publiknya. Serta pendapat dari publiknya itu kepada lembaga tadi, dalam usaha yang jujur untuk menumbuhkan kepentingan bersama sehingga dapat tercipta suatu kesesuaian yang harmonis dari lembaga itu dengan masyarakatnya (suhandang, 2004:45)

Pengertian Humas Diatas adalah pengertian yang paling lengkap dan akomodatif terhadap perkembangan dan dinamika Humas atau PR.sebab terdapat aspek cukup Penting Dalam Pr, yaitu teknik komunikasi, dan komunikasi yang sehat dan Etis.

2.6.2 Peran Humas Dalam Organisasi

Menurut dozier & Broom Peranan Public relations atau hubungan masyarakat Dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi empat kategori (Ruslan, 2016 : 20) :

1. Penasehat ahli (*expert prescriber*)

Seorang praktisi pakar public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (publik relationship). Hubungan praktisi Pakar PR dengan Manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar PR (*expert prescriber*) tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan publik relations yang tengah di hadapi oleh organisasi bersangkutan.

2. Fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*)

Dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang di inginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga di tuntutan mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan

harapan organisasi kepada Pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3. Fasilitator proses pemecahan Masalah (*problem solving proces fasilitator*) Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan public relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan Organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah di hadapi secara rasional dan profesional.

4. Teknisi Komunikasi

Peranan communication technician ini menjadikan praktisi PR sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan.

2.6.3 Ruang Lingkup Humas Dalam Organisasi

Adapun Ruang lingkup Tugas Humas Dalam sebuah Organisasi atau lembaga antara lain Meliputi beberapa aktivitas, antara Lain :

1. Membina Hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud publik internal adalah Publik yang menjadi bagian Dari Unit, Badan, Perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR

harus Mampu mengidentifikasi atau mengenali Hal-Hal yang menimbulkan Gambaran Negatif Di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

2. Membina Hubungan Keluar (Publik eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap Lembaga yang diwakilinya.

2.6.4 Kegiatan Dan Sasaran Humas

Menurut H. Fayol beberapa kegiatan dan sasaran Humas (Ruslan,2016:23) sebagai berikut :

1. Menciptakan identitas dan citra organisasi atau lembaga yang positif.
2. Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai Pihak.
3. Menangani keluhan (*complain*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis Dan *Humas recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.
4. Mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik
5. Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagainya.

2.6.5 Kedudukan Humas Dalam Organisasi

Kedudukan Humas adalah menilai sikap masyarakat (publik) agar tercipta keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi atau instansi. Karena mulai dari aktivitas, program humas, tujuan dan hingga sasaran

(target) yang hendak di capai oleh organisasi atau instansi tersebut tidak terlepas dari dukungan,serta kepercayaan citra positif dari pihak publiknya.Secara struktural, Fungsi humas dalam organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat di pisahkan dari suatu kelembagaan atau organisasi. Humas terkait langsung dengan top manajemen. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah Pimpinan atau Mempunyai hubungan langsung dengan pimpinan tertinggi (pengambilan keputusan) pada organisasi atau instansi bersangkutan.

Sesungguhnya fungsi kehumasan itu dapat bertindak sebagai tanda bahaya (*early warning system*) yang berfungsi mendukung atau membantu pihak manajemen organisasi berjaga-jaga menghadapi kemungkinan buruk yang terjadi terhadap organisasi. Mulai dari timbulnya isu berita negatif (*negative news*) di berbagai media massa, meluasnya isu negative yang kurang menguntungkan terhadap produk atau nama perusahaan atau kelembagaan yang sedang bermasalah hingga penurunan citra, bahkan kehilangan citra yang dapat menimbulkan berbagai risiko yang menyangkut krisis kepercayaan maupun krisis manajemen.

2.6.6 Strategi Hubungan Masyarakat atau Humas

Seperti diketahui *public relations* atau Humas bertujuan untuk menegakkan dan mengembangkan suatu “citra yang menguntungkan” bagi organisasi kelembagaan terhadap para stakeholder nya sasaran yang terkait yaitu publik internal dan eksternal.

Strategi humas dibentuk melalui dua komponen yang saling terkait erat, yakni sebagai berikut :

Tabel 3, Strategi Humas

Komponen	Pembentukan strategi Humas
1. Komponen sasaran	Satuan atau segmen yang akan di garap.
2. Komponen sarana	Paduan atau bauran sarana untuk menggarap suatu sasaran

Adapun tahap-tahap kegiatan strategi hubungan masyarakat :

1. Komponen Sasaran, umumnya Adalah Para stakeholder Dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama.Sasaran umum tersebut secara Struktural Dan Formal yang di persempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “Seberapa Jauh sasaran itu menyanggah opini bersama, potensi polemik, dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan, yang menjadi sasaran khusus”.maksud sasaran khusus adalah yang disebut publik sasaran.
2. Komponen sarana, yang pada strategi hubungan masyarakat berfungsi untuk mengarahkan ketiga kemungkinan tersebut ke arah posisi atau dimensi yang menguntungkan. Hal tersebut dilaksanakan melalui pola dasar “*the 3-C’s option*”. Yang dimaksud *3-C’s option* adalah : *conservation* (mengukuhkan), *change* (mengubah), *Crystallization* (mengkristalisasi) dari stakeholder yang disegmentasikan menjadi publik sasaran.

2.7 Pengertian Kesadaran

Zeman (2001) menjelaskan tiga artipokok kesadaran, yaitu :

1. Kesadaran sebagai kondisi bangun/terjaga.

Kesadaran secara umum disamakan dengan kondisi bangun serta implikasi keadaan bangun. Implikasi keadaan bangun akan meliputi kemampuan mempersepsi, berinteraksi, serta berkomunikasi dengan lingkungan maupun dengan orang lain secara terpadu. Pengertian ini menggambarkan kesadaran bersifat tingkatan yaitu dari kondisi bangun, tidur sampai koma.

2. kesadaran sebagai pengalaman.

Pengertian kedua ini menyamakan kesadaran dengan isi pengalaman dari waktu ke waktu: seperti apa rasanya menjadi seorang tertentu sekarang. Kesadaran ini menekankan dimensi kualitatif dan subjektif pengalaman.

3. kesadaran sebagai pikiran .

Kesadaran digambarkan sebagai keadaan mental yang berisi dengan hal-hal proposisional, seperti misalnya keyakinan, harapan, kekhawatiran, dan keinginan.

2.8 Konsep Komunikasi Persuasif

1. komunikasi Persuasif

Applebaum dan Anatol 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 (cangara, 2016: 38).

Berdasarkan pengertian diatas dapat dijabarkan bahwa komunikasi persuasif merupakan proses pertukaran informasi dengan tujuan merubah sikap, pendapat dan perilaku satu orang atau lebih yang dilakukan komunikator baik secara verbal maupaun nonverbal sehingga timbul rasa yakin dan percaya terhadap pesan yang disampaikan, perubahan pola pikir serta sikap merupakan keberhasilan komunikator dalam melakukan komunikasi persuasif.

2. Ruang Lingkup Komunikasi Persuasif

Di dalam komunikasi persuasif, terdapat beberapa ruang lingkup yang diantaranya sebagai berikut :

- a. komunikator atau sumber pesan atau informasi
- b. *Content of the communication* atau pesan yang disampaikan. pesan yang disampaikan ini bisa berupa :
 1. *Motivating Appeals* (pesan yang mendorong, membangun dan memotivasi)
 2. *Organization of persuasive arguments* (pesan yang mengandung argumen atau opini)
- c. *Audience Predisposition* atau komunikan atau individu yang menerima pesan.
 1. *Group conformity motives* atau penerima pesan bisa berupa grup atau organisasi.
 2. *Individual personality factors* atau penerima pesan sebagai individu
- d. Media sebagai perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

- e. *Responses*, yang merupakan tanggapan dari seorang komunikan terhadap pesan yang disampaikan.
- f. Konteks situasional. Ruang lingkup inilah yang merupakan suasana atau situasi yang ada ketika pesan disampaikan.

2.9 Kerangka Pikir

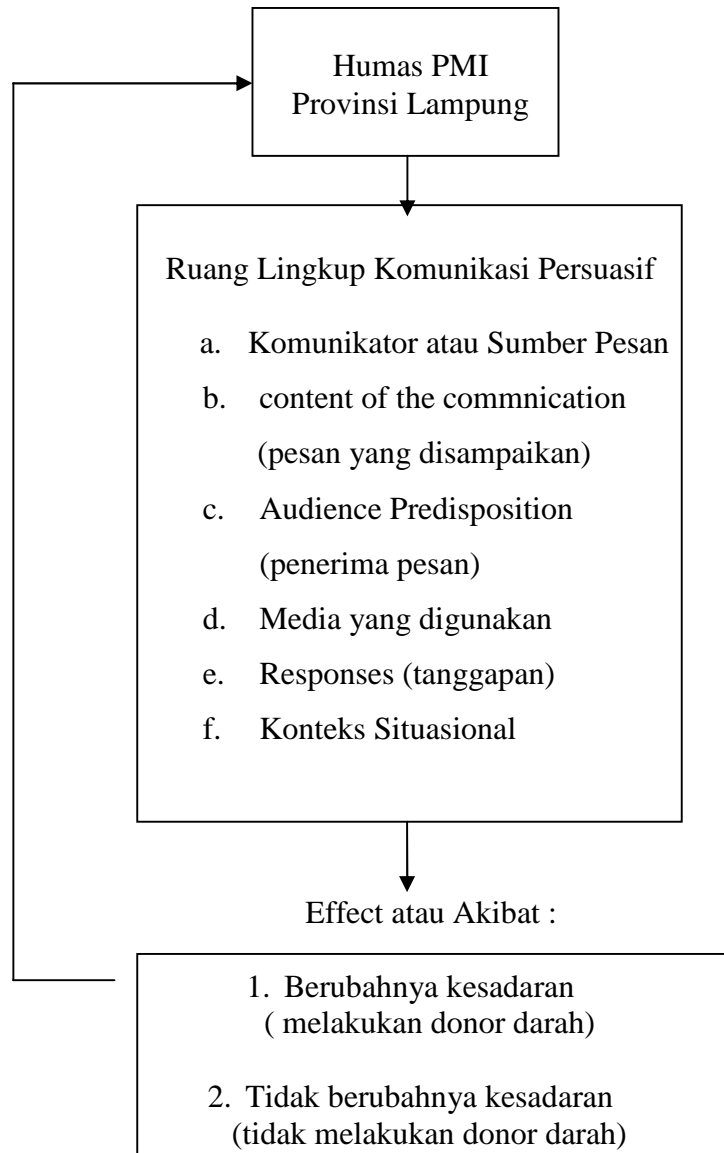
Humas merupakan seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat di pergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati para pemimpin, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepemimpinan organisasi maupun kepentingan publik atau umum. Kemudian, Humas mempunyai kedudukan yang Penting didalam organisasi, dalam arti pembentukan citra yang baik ataupun positif dan berjalan nya kegiatan dengan lancar itu di karenakan kinerja Humas yang profesional. Secara struktural, fungsi Humas dalam organisasi ataupun kelembagaan merupakan bagian integral yang tidak dapat terpisahkan.

Humas terkait langsung dengan fungsi top manajemen. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah Pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pimpinan tertinggi (pengambil keputusan) pada organisasi atau instansi bersangkutan. Sedangkan komunikasi persuasif merupakan komponen penting dalam proses praktik humas. komunikasi persuasif merupakan proses pertukaran informasi dengan tujuan merubah sikap, pendapat dan perilaku satu orang atau lebih yang dilakukan komunikator baik secara verbal maupaun nonverbal sehingga

timbul rasa yakin dan percaya terhadap pesan yang disampaikan, perubahan pola pikir serta sikap merupakan keberhasilan komunikator dalam melakukan komunikasi persuasif.

Oleh karena itu humas diuntut untuk bekerja secara profesional sesuai kemampuan yang dimilikinya. Secara umum, humas mempunyai tugas dalam hal berhubungan langsung dengan masyarakat dan bertanggung jawab atas tercapainya tujuan. Dengan demikian agar strategi ataupun tujuan dapat tercapai, maka humas harus melakukan komunikasi yang baik dan jelas terhadap sasaran. Peran Humas dalam terlaksananya tujuan sangatlah besar mengingat Peran humas sangatlah besar, Humas diharapkan Mampu Mempengaruhi dan menggerakkan sasaran agar merubah sikapnya. oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa komunikasi persuasif memiliki keterkaitan yang positif dengan strategi Humas.

Adapun bagan Kesadaran untuk donor darah, Sebagai berikut :



Bagan 1. kerangka pikir

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (Sujarweni, 2016:19) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

Adapun alasan peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif karena untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif humas PMI dalam meningkatkan kesadaran untuk donor darah. yang dimaksud dengan komunikasi persuasif itu adalah berubahnya sikap atau tingkah laku seseorang tanpa paksaan, adapun komunikasi tidak persuasif adalah tidak diterimanya pesan yang disampaikan komunikator oleh komunikan atau tetap dalam pemikirannya. maka diperlukan teknik pengumpulan data dengan observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung dan wawancara yang bersifat terbuka dan dokumentasi baik untuk mendapatkan data primer

ataupun untuk mencari data sekunder. Sehingga penelitian ini dapat menggambarkan bagaimana strategi Humas PMI dalam meningkatkan kesadaran untuk donor darah.

3.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada bentuk atau cara yang digunakan Humas PMI Provinsi Lampung dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah. Cara menerapkan komunikasi persuasif yang efektif selanjutnya akan di analisis sehingga ditemukan konsep komunikasi persuasif yang digunakan oleh humas PMI untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Unit Transfusi Darah Cabang Pembina PMI provinsi lampung yang beralamatkan di Jl. Dr. Sam Ratulangi No 105, Penengahan, Bandar Lampung.

3.4 Informan

Informan adalah orang dalam latar penelitian. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2011: 224). Informan dalam penelitian ini adalah

1. Kepala Unit donor darah (UDD) PMI cabang pembina provinsi lampung, yang memiliki peran langsung terhadap masyarakat yang melakukan Donor darah
2. Humas UTD-PMI cabang pembina provinsi Lampung, bertugas sosialisasi kemasyarakat dalam mengajak untuk melakukan donor darah

3. Masyarakat pendonor darah tidak rutin
(hanya satu atau dua kali melakukan donor darah)
4. Masyarakat pendonor darah rutin
(rutin melakukan donor darah, jangka dua bulan selama 1 tahun)

3.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2010 : 225), data primer adalah : sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dipenelitian ini data primer yang diperoleh merupakan hasil wawancara secara langsung (tatap muka).

2. Data sekunder

menurut Sugiyono (2010 : 225), data sekunder adalah sumber data yang secara tidak sengaja memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini berupa laporan-laporan kegiatan donor darah dan arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik Pengumpulan Data yang digunakan yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Hal ini haruslah dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data yang valid dan detail (Sujarweni, 2014:74). Lisan berarti pengumpul data yang aktif bertanya, sementara yang ditanya aktif

memberi jawaban. Dari definisi tersebut, dapat diketahui bahwa tanya jawab dilakukan secara sistematis, telah terencana, dan mengacu pada tujuan penelitian yang dilakukan.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Sujarweni, 2014:75).

Jadi peneliti menggunakan observasi partisipan, peneliti mengamati langsung gejala-gejala yang tampak melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan objek penelitian

3. Dokumentasi

Analisis dokumen dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut. Menurut Ari Kunto (2007:231), Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, Surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

Data penelitian juga diperoleh dari dokumentasi seperti catatan, surat-surat yang berisi informasi-informasi mengenai kantor PMI Provinsi Lampung. Data tersebut digunakan untuk menambah validitas data penelitian.

3.7 Teknik Analisis data

Teknik analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Reduksi Data

Proses Pemilihan, penyederhanaan, pemusatan dan Transformasi Data dari data kasar yang ada pada catatan-catatan tertulis lapangan. Setelah Data

diperoleh maka terlebih dahulu dikaji kelayakannya dengan memilih data mana yang diperlukan dalam penelitian.

2. Penyajian Data

Penarik kesimpulan atau pengambil tindakan atas sekumpulan informasi yang didapat dari penelitian dalam penyajian data.

3. Verifikasi

Seluruh data yang diperoleh selama penelitian, maka peneliti menguji kecocokan, kekokohan dan kebenarannya agar dapat mendapatkan kesimpulan yang tetap dan jelas dari data-data tersebut.

3.8 Keabsahan Data

Setelah menganalisis data, peneliti kemudian menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Pengertian triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda yaitu wawancara, observasi, dan dokumen. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Triangulasi juga dapat berguna untuk menyelidiki validitas tafsiran peneliti terhadap data, karena itu triangulasi bersifat reflektif. Membedakan empat macam triangulasi di antaranya dengan memanfaatkan kegunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini, dari keempat macam triangulasi tersebut, peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber (Moloeng, 2011:330).

Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka ditempuh langkah sebagai berikut :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- b. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian.
- c. Dalam riset kualitatif triangulasi merupakan proses yang harus dilalui oleh seorang peneliti disamping proses lainnya, dimana proses ini menentukan aspek validitas informasi yang diperoleh untuk kemudian disusun dalam suatu penelitian. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lain. Model triangulasi diajukan untuk menghilangkan dikotomi antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif sehingga benar-benar ditemukan teori yang tepat. Tujuan umum dilakukan triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari sebuah riset. Dalam penelitian ini, Triangulasi yang saya lakukan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber saya lakukan dengan cara mencari hal-hal yang bersinggungan antara informan. Hal tersebut saya lakukan untuk menguji apakah data yang saya dapatkan absah atau tidak. Jawaban yang saya

dapat pada saat wawancara, peneliti bandingkan antara jawaban informan satu dengan jawaban informan yang lainnya sehingga didapatkan informasi yang akurat dan absah. Selain dengan membandingkan hasil wawancara informan satu dan informan yang lain. Peneliti juga membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi sumber tertulis lainnya. Selain itu, triangulasi yang dilakukan adalah triangulasi metode yaitu dengan menggunakan beberapa metode. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Peneliti membandingkan data yang di dapat dari hasil wawancara, hasil observasi, dan hasil studi pustaka atau dokumentasi.

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1 Profil Palang Merah Indonesia (PMI)

4.1.1 Sejarah Singkat Palang Merah Indonesia (PMI) Provinsi Lampung

Secara geografis, provinsi Lampung terletak diujung pulau Sumatera yang dahulu wilayah provinsi ini masih menyatu dengan provinsi Sumatera Selatan sehingga pemerintahan masih berada dalam satu kebijakan. Begitu pula dengan kegiatan Organisasi Kemanusiaan seperti PMI. Pada tahun 1964 provinsi Lampung memisahkan diri dari wilayah Sumatera Selatan, dengan demikian PMI Provinsi Lampung pun mencoba berdiri sendiri, tidak berada dalam wilayah Sumatera Selatan, dengan demikian PMI daerah Lampung mencoba berdiri sendiri, tidak berada diwilayah Provinsi Sumatera Selatan.

Pada tahun 1968 PMI Provinsi Lampung memiliki manajemen kepengurusan yang diketuai oleh bapak H.R.Muhammad (mantan Residen Provinsi Lampung) setelah masa kepengurusan bapak H.R.Muhammad PMI Provinsi Lampung dr. H. Suyoso Soedimedjo dengan mengirimkan surat kepada Gubernur Lampung melalui Sekretaris daerah Provinsi Lampung, bapak Alimuddin Umar, SH. Untuk meminta bantuan Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Lampung bapak dr.J.Jalins untuk membentuk kepengurusan PMI Lampung.

Tabel 5. Masa Bakti Kepengurusan PMI Provinsi Lampung

NO	Masa Bakti	Ketua
1	1985-1989	Dr. J. Jalins
2	1989-1993	Drs. H.Fauzi Saleh
3	1993-1998	Drs. H.Umar Hasan
4	1998-2003	Drs. H.Umar Hasan
5	2004-2009	Drs. H.Umar Hasan
6	2009-2014	Drs. H.Umar Hasan
7	2014-2019	Drs. H.Umar Hasan

Sumber : Data dokumen PMI Provinsi Lampung

4.1.2 Tugas Pokok Palang Merah Indonesia

- a) Diseminasi nilai-nilai Palang Merah dan Hukum Perikemanusiaan Internasional (HPI) : Diseminasi pengetahuan Gerakan PMI dan Bulan Sabit Merah Internasional, prinsip dasar gerakan, Lambang Palang Merah dan Lambang Bulan Sabit Merah serta Hukum Perikemanusiaan Internasional (HPI) adalah mandat yang harus dilakukan PMI sebagai Perhimpunan Nasional di Indonesia.
- b) Pembinaan Palang Merah Remaja (PMR) dan Sukarelawan : sasaran pembinaan untuk Palang Merah Remaja (PMR) meliputi anggota remaja pada tingkat Mula (Sekolah Dasar), Madya (Sekolah Menengah Pertama) dan Wira (Sekolah Menengah Atas), sedangkan untuk Sukarelawan meliputi anggota biasa yang berada dalam wadah Korps Sukarela (KSR) dan Tenaga Sukarela (TSR).
- c) Penanggulangan Bencana : Kegiatan Kesiap-siagan, pengurangan resiko, tanggap darurat, rehabilitasi dan rekonstruksi dampak bencana.

- d) Pelayanan sosial dan Kesehatan masyarakat : berpartisipasi aktif dalam pencegahan penyakit menular, seperti : HIV/AIDS, flu burung, Malaria, TBC, maupun demam berdarah.
- e) Pelayanan transfusi darah Peraturan Pemerintah Nomor 18 tahun 1980 juncto Peraturan Pemerintah No 7 tahun 2011 telah memberi penugasan kepada PMI untuk menyelenggarakan upaya kesehatan transfusi darah (UKTD). UKTD ini dilaksanakan dengan pembentukan unit transfusi darah (UTD) PMI yang merupakan Unit Pelayanan (UPT) yang diatur dan bertanggung jawab kepada PMI di masing-masing jajarannya.

Saat ini PMI Cabang yang ada diwilayah Provinsi Lampung berjumlah 13 (tiga belas) PMI Kabupaten/Kota yang semuanya dalam kondisi aktif. Dibawah ini keberadaan PMI Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Lampung :

1. Cikal bakal bangkitnya PMI Cabang di beberapa Kabupaten/Kota diwilayah Lampung diawali dengan aktifnya PMI Cabang Kota Bandar Lampung pada tahun 1985.
2. Pada tahun 1988, PMI Cabang Kabupaten Lampung Selatan
3. Pada tahun 1990, PMI Cabang Kabupaten Lampung Tengah
4. Pada tahun 1989, PMI Cabang Kabupaten Lampung Utara terbentuk
5. Pada tahun 1993, Kabupaten Lampung Tengah dimekarkan menjadi 3 (tiga) wilayah Kota/Kabupaten yaitu Kota Metro, Kabupaten Lampung Tengah dan Lampung Timur, sejalan dengan itu pengurus Cabang PMI

Kabupaten Lampung Timur dan pengurus Cabang PMI Kabupaten Lampung Tengah.

6. Pada tahun 1998, PMI Cabang Kabupaten Lampung Timur dan Way Kanan didirikan.

Beberapa PMI Kabupaten/Kota mengalami kemajuan yang baik karena didukung oleh pembinaan Daerah dan dukungan dari pihak donor melalui program-program yang diberikan. Selain itu dukungan yang baik dari Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota menjadi pendorong aktifitas kegiatan. Kemajuan itu memberikan dampak yang positif dan bernilai bagi baik perkembangan PMI Kabupaten/Kota yang ada di wilayah Lampung maupun PMI provinsi sendiri.

PMI sebagai anggota Liga Palang Merah Internasional, yang berpusat Ibu Kota Negara Swiss (Jenewa) di berikan tugas oleh Pemerintah RI. Dengan KEPPRES No. 246 Tahun 1963 untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan kepalang merahan diantaranya :

- a. Menyelenggarakan usaha transfusi darah
- b. Kesiapsiagaan dalam memberikan pertolongan dan bantuan bagi korban kecelakaan
- c. Menyiapkan sumber daya manusia dengan cara menyelenggarakan pendidikan, latihan dan pembinaan palang merah remaja (PMR), Korps Sukarelawan (KSR), Tenaga Sukarelawan (TSR).
- d. Melakukan kegiatan Pembinaan generasi muda dengan bekerjasama dengan organisasi-organisasi ke pemudaan lainnya.

- e. Ikut serta dalam pembangunan kesejahteraan masyarakat.
- f. Penyebar luasan prinsip-prinsip palang merah dan hukum prikemanusiaan internasional dalam rangka turut menciptakan perdamaian dunia.

4.1.3 Visi dan Misi PMI lampung

a. Visi

PMI yang berkarakter, profesional, mandiri dan dicintai masyarakat.

b. Misi

1. Menjadi organisasi kemanusiaan terdepan yang memberikan layanan berkualitas melalui kerja sama dengan masyarakat dan mitra sesuai dengan prinsip-prinsip dasar geberakan palang merah dan bulan sabit merah.
2. Meningkatkan kemandirian organisasi PMI melalui kemitraan strategis yang berkesinambungan dengan pemerintah, swasta, mitra gerakan dan pemangku kepentingan lainnya disemua tingkatan.
3. Meningkatkan reputasi organisasi PMI di tingkat nasional dan internasional.

4.2 Profil Unit Transfusi Darah Cabang Pembina PMI Provinsi Lampung

4.2.1 Sejarah Unit Transfusi Darah Cabang Pembina Provinsi Lampung

Unit Transfusi Darah (UTD) pembina Provinsi Lampung didirikan pada tanggal 10 Mei 1973 dengan nama Dinas Dermawan darah PMI Cabang Kodya Tanjung Karang Teluk Betung (D 3) dan pimpinannya adalah : dr.Wiryasana sampai Januari 1974. Pada tanggal 4 Maret 1974 nama (D 3)

diganti menjadi Dinas Transfusi Darah Cabang Kodya Tanjung Karang-Teluk Betung (DTDC) dan pimpinannya adalah : dr.Hj.Muchlisi Sayih sampai Januari 1998. DTDC kemudian diubah nama lagi pada tanggal 22 Februari 1986 menjadi Usaha Transfusi Darah Cabang Kodya Bandar Lampung (UTDC) dan pada bulan Oktober tahun 1989 nama UTDC diubah menjadi Pelayanan Usaha Transfusi Darah (PUTDC-PMI) Cabang Kodya Bandar Lampung. Pada tanggal 23 November 1993 nama PUTDC PMI diubah lagi menjadi Unit Transfusi Darah Cabang (UTDC PMI) Kodya Bandar Lampung, dan pada tanggal 01 April tahun 1998 UTDC PMI Kodya Bandar Lampung pimpinannya adalah dr.Hj.Nailah Inderakesuma sampai tahun 2009, dan pada tahun 2009 dipimpin oleh dr. Dhini Wahyuni sampai awal 2010, dan pada awal 2012 UTDC berubah menjadi Unit Donor Darah (UDD) Pembina PMI Provinsi Lampung dan dipimpin oleh dr. Aditya, M. Biomed sampai sekarang. Seiring dengan terus meningkatnya kebutuhan darah maka peningkatan sarana-sarana harus juga dimiliki juga harus dimiliki Palang Merah Indonesia, diantaranya:

- a) Tenaga pelaksanaan yang terampil
- b) Perlengkapan-perengkapan standar

Untuk memenuhi tenaga yang profesional diadakan pendidikan yang melatih keterampilan dibidang transfusi darah, pelatihan ini dimulai pada tahun 1969 dengan masa pendidikan selama 1 (satu) tahun.

4.2.2 Status dan Kedudukan UTD-Provinsi Lampung

Secara Organisatoris UDD-PMI Provinsi Lampung berada dibawah PMI Cabang Kota Bandar Lampung. Statusnya merupakan unit pelaksana teknis PMI Cabang, sedangkan kedudukannya bersifat otonom yang melakukan manajemen sendiri. Kepala UTD-PMI Cabang Provinsi Lampung diangkat oleh PMI pusat di Jakarta atas usul pengurus PMI Cabang yang direkomendasi dari pengurus PMI Derah Lampung, sedangkan untuk pegawai UTD-PMI Cabang diangkat oleh Kepala UTD-PMI Cabang setelah berkonsultasi dengan pengurus PMI Cabang. Untuk syarat pokok menjadi Kepala/Pimpinan UTD-PMI :

- a. Orang yang ber-profesi Dokter
- b. Telah bersertifikat mengikuti kursus/latihan khusus tentang pengetahuan transfusi darah.

Pembinaan secara teknis medis dilakukan oleh Departemen Kesehatan dan PP-PMI sedangkan pembinaan administratif dilakukan oleh pengurus PMI Cabang.

4.2.3 Tugas dan Fungsi UTD-Provinsi Lampung

- a. Mengambil darah/aftap dari donor baik secara perorangan maupun secara massal
- b. Memeriksa dan meneliti tentang kesehatan, golongan darah yang diambil dari donor
- c. Penyimpanan dan pengawasan darah dari donor
- d. Memberikan darah kepada mereka yang membutuhkan baik langsung maupun melalui Rumah Sakit.

- e. Memberikan penyuluhan tentang darah serta Transfusi Darah kepada masyarakat, dalam rangka memotivasi masyarakat agar bersedia menjadi donor terdaftar secara sukarela.

4.2.4 Visi dan Misi UTD pembina Provinsi Lampung

a. Visi

Unit Donor Darah Cabang Pembina Provinsi Lampung memiliki Visi yakni, Terwujudnya Unit Donor Darah dengan pelayanan prima, dicintai dan menjadi kebanggaan masyarakat.

b. Misi

1. Meningkatkan kualitas pelayanan darah
2. Meningkatkan dan mengembangkan kualitas SDM seluruh pegawai secara merata
3. Menciptakan kondisi terbaik sebagai tempat untuk beribadah, mengabdikan dan berprestasi
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan sosial

c. Motto, maklumat Pegawai UTD pembina PMI Lampung, 9 (sembilan) disiplin kerja malu

Motto UDD Pembina Provinsi Lampung : Bersama Kita Bisa

Maklumat Pegawai UDD :

“Kami menyatakan sanggup menyelenggarakan pelayanan sesuai dengan Standar Pelayanan yang telah ditetapkan, demi terwujudnya

Unit Donor Darah Pembina PMI Provinsi Lampung yang dicintai masyarakat dan menjadi kebanggaan masyarakat”.

Dalam melayani masyarakat semua petugas atau pegawai di UDD PMI Provinsi Lampung ini berpegang teguh pada sembilan disiplin kerja budaya malu.

9 (sembilan) Disiplin Kerja Budaya Malu :

- a. Malu Datang Terlambat
- b. Malu Pulang Lebih Awal
- c. Malu Tidak Kerja
- d. Malu Terlalu Sering Izin
- e. Malu Memakai Pakaian Dinas Tidak Sesuai Peraturan
- f. Malu Pekerjaan Terbengkalai
- h. Malu Tidak Bertanggung Jawab Dalam Pekerjaan
- i. Malu Tidak Menjaga Kebersihan
- j. Malu Tidak Bertata Krama Dan Sopan Santun

4.2.5 Struktur Organisasi UTD Pembina Provinsi Lampung

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka dasar yang menunjukkan hubungan suatu organisasi dan individu-individu yang ada didalam organisasi. Melalui struktur ini organisasi, wewenang, dan tanggung jawab setiap jabatan dapat diketahui dengan jelas, sehingga diharapkan setiap satu-satuan dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan dari organisasi. Struktur organisasi yang baik harus berfungsi sebagai alat pengatur maupun pengawas usaha dalam pelaksanaan pencapaian tujuan organisasi,

sehingga usaha-usaha yang dilakukan dapat berjalan secara efisien dan efektif. Struktur organisasi yang disusun dengan baik dan jelas akan membantu melaksanakan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas dan tegas antara suatu bagian dengan bagian lainnya, baik tingkat manajemen atas, menengah, maupun tingkat bawah.

Berikut ini akan dijabarkan tugas dan fungsi masing-masing dalam struktur jabatan di UTD Pembina PMI Provinsi Lampung :

a. Direktur

Tugas dan tanggung jawab

- 1) Menetapkan kebijakan teknis dan rencana kerja unit donor darah
- 2) Menentukan pola dan tata kerja
- 3) Memimpin pelaksanaan kegiatan teknis UTD
- 4) Melaksanakan pengawasan, pengendalian, dan evaluasi kegiatan UTD
- 5) Melakukan koordinasi teknis dengan lintas sektor.
- 6) Mewakili PMI Cabang dalam bidang UTD baik dibidang eksternal maupun internal
- 7) Mengadakan komunikasi dan koordinasi dengan kepala unit pelaksana yang lain dalam rangka menyeragamkan gerak langkah untuk memperlancar kegiatan.

b. Sekretaris

Tugas dan tanggung jawab:

1. Membantu direktur dalam merencanakan, menyelenggarakan, dan mengkoordinasikan pelaksanaan tugas pembinaan administrasi yang meliputi: ketata usahaan, kerumah tanggaan, kepegawaian, keuangan,

perencanaan dan evaluasi kegiatan rumah sakit sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan yang berlaku.

2. Membuat laporan atas pelaksanaan tugas sehari-hari.
3. Membantu direktur dalam bidang pengembangan sarana organisasi.
4. Membantu pelaksanaan standarisasi organisasi pelatihan
5. Membantu dalam pengembangan kegiatan UTD PMI Cabang Pembina Provinsi Lampung dengan pengurus daerah dan pengurus daerah pusat.

c. Kepala Bagian umum

Tugas dan tanggung jawab:

Bertanggung jawab terhadap pengembangan dan pengaturan personalia UTD

Cabang Pembina Povinsi Lampung.

Membawahi :

a) Sub-BagAdministrasi

Tugas Pokok dan tanggung jawab

1. Melaksanakan fungsi koordinasi
2. Melaksanakan pengawasan, pengendalian dan evaluasi administrasi
3. Bertanggung jawab terhadap kelancaran surat-menyurat UTD Cabang Pembina Provinsi lampung
4. Bertanggung jawab terhadap pengarsipan
5. Bertanggung jawab dalam penyusunan laporan, triwulanan dan tahunan
6. Mempertanggung jawabkan semua hasil kepada kepala pimpinan
7. Pelaksanaan tugas lainnya yang diberikan pimpinan sesuai bidangnya.

b) Sub-Bag Rumah Tangga

Tugas Pokok

1. Bertanggung jawab terhadap keamanan kantor dan inventaris UTD

Cabang Pembina Provinsi Lampung

2. Bertanggung jawab terhadap kebersihan dan kerapian seluruh lokasi di

UTD PMI Provinsi Lampung

3. Bertanggung jawab menyediakan ruang dan perlengkapan suatu acara.

c) Sub-Bag Kepegawaian

1. Membantu dalam menyelenggarakan administrasi kepegawaian

2. Pengembangan kesejahteraan pegawai

3. Kenaikan pangkat pegawai

4. Kenaikan gaji pegawai

d. Kabag Keuangan :

Tugas dan tanggung jawab:

1. Penyiapan bahan petunjuk teknis dan pembinaan pengelolaan keuangan.

2. Menerima bukti kas/bank pengeluaran serta bukti-bukti pendukungnya

3. Memeriksa bukti yang diterima apakah sesuai dengan uang yang dibayarkan

4. Membuat jurnal atau transaksi pengeluaran

5. Melakukan posting jurnal

6. Menyimpan bukti transaksi

Membawahi :

a) Bendaharawan gaji

b) Bendaharawan penerima

c) Bendaharawan pengeluaran

d) Bendaharawan barang

e. Kabid Pelayanan :

Tugas dan tanggung jawab:

1. Pelaksanaan pengkoordinasi perencanaan teknis di bidang pelayanan.
2. Pelaksanaan penetapan penyusunan rencana dan program kerja di bidang pelayanan.
3. Melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas pelayanan.
4. Melaksanakan koordinasi/kerja sama dan kemitraan dengan unit kerja/instansi/ lembaga atau pihak ketiga dibidang pelayanan.
5. Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan sesuai dengan bidangnya.

Membawahi:

Sie perencanaan

Tugas dan tanggung jawab:

1. Merencanakan dan membina pelaksanaan tugas perencanaan dan penyusunan program kerja.
2. Mendistribusikan dan mengkoordinasi tugas-tugas kepada bawahan sesuai dengan bidang-bidangnya.
3. Memberikan petunjuk dan bimbingan teknis dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas.
4. Menyelenggarakan tugas lain yang diberikan oleh kepala UTD.

Membawahi:

a) Sub Sie Program dan Monev:

Tugas dan tanggung jawab:

1. Merencanakan dan penyusunan program sub bagian perencanaan, evaluasi dan pelaporan
 2. Melaksanakan monitoring evaluasi serta pelaporan pelaksanaan kegiatan
 3. Menyusun pelaporan tugas Sub bagian Perencanaan
 4. Melaksanakan tugas yang diberikan oleh Kepala UTD sesuai dengan bidangnya.
- b) Sie pengerahan dan penghargaan donor

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Melaksanakan tugas lain sesuai kebutuhan
- b. Mengkoordinasi dan mengatur pelaksanaan tugas seksi-seksi yang berada di bawah tanggung jawabnya.
- c. Menyusun rencana pencapaian jumlah donor, kegiatan mobil unit dan promosi darah.
- d. Bertanggung jawab terhadap kelestarian pengembangan donor darah
- e. Bertanggung jawab terhadap pemenuhan darah dan sumber pemenuhannya
- f. Bertanggung jawab atas pembinaan dan pelestarian donor darah baik perorangan maupun donor darah kelompok
- g. Bertanggung jawab untuk penyediaan darah UDD PMI Provinsi Lampung

Membawahi:

Sub Sie pengambilan darah

Tugas pokok:

- a. Bertanggung jawab terhadap kelancaran pelaksanaan tugas seleksi donor dan pengambilan darah
- b. Menjaga keamanan, kualitas dan kelancaran penyimpanan dan pendistribusian darah transfusi
- c) Sie Pelayanan Darah dan Managemen Kualitas

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Bertanggung jawab meningkatkan produk darah transfusi
- b. Mengkoordinasi dan mengatur pelaksanaan tugas seksi-seksi yang berada ditanggung jawabnya
- c. Membuat rancangan kerja dibagian pengembangan kualitas produk darah maupun pelayanan UTD
- d. Membuat usulan dan mengatur pelaksanaan pengembangan SDM di UTD dengan menyelenggarakan pelatihan dan pendidikan dibidang administrasi, manajemen etika dan komunikasi.
- e. Pengembangan ilmiah UTD dengan menyelenggarakan penelitian, loka karya/seminar/diskusi baik diselenggarakan secara mandiri maupun kerja sama dengan instansi atau organisasi diluar UTD.
- f. Melaporkan segala permasalahan yang ada dibagiannya atas perintah kepala UTD.
- g. Bila mana perlu menggantikan tugas kepala UTD atas perintah kepala UTD dan persetujuan pengurus.
- h. Melaksanakan tugas bantuan lain sesuai kebutuhan.

Membawahi :

a) Sub sie pengolahan komponen darah

Tugas dan tanggung jawab :

1. Bertanggung jawab melakukan pengolahan darah untuk memenuhi kebutuhan komponen darah tertentu dalam pelayanan transfusi darah
2. Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kualitas darah transfusi

b) Sub sie uji saring IMLTD

Tugas dan tanggung jawab :

1. Bertanggung jawab terhadap pengaturan jadwal dan pengaturan cuti karyawan bagian uji saring
2. Bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup dan pengembangan laboratorium UTD PMI cabang pembina Provinsi Lampung
3. Membuat rencana kerja dibagian teknis
4. Bertugas sebagai dokter konsultan donor darah diruang penyadapan darah maupun di mobil unit
5. Melaporkan segala permasalahan dibagiannya kepada UTD.

c) Sub sie permintaan darah

1. Bertanggung jawab mengisi formulir khusus rangkap 4 sampai 5 untuk permintaan darah secara lengkap antara lain jenis darah yang diminta
2. Bertugas mencocokkan antara darah donor dengan pasien pada uji silang serasi sehingga diperlukan pemeriksaan lanjutan/rujukan.

4.3 Logo Palang Merah Indonesia



Gambar 2. Logo Palang Merah Indonesia

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan dalam bab V mengenai hasil dan pembahasan Komunikasi Persuasif Humas Palang Merah Indonesia Provinsi Lampung dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan Donor darah, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Komunikasi Persuasif yang dilakukan humas PMI Provinsi Lampung terbukti berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah, komunikasi persuasif yang dilakukan humas Palang merah indonesia Provinsi Lampung selama ini dengan cara menerapkan kegiatan-kegiatan yang bersifat mengajak masyarakat untuk melakukan donor darah dalam hal ini menyelenggarakan kegiatan sosialisasi langsung ke masyarakat, kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan humas di sekolah-sekolah, instansi-instansi, dan juga tempat umum seperti hotel-hotel yang ada di Provinsi Lampung. selain itu humas palang Merah Indonesia Provinsi Lampung menggunakan media sosial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah yaitu Instagram, twitter, facebook, Youtube, brosur maupun pamflet serta menggunakan aplikasi donorku yang merupakan aplikasi khusus Palang Merah Indonesia Provinsi Lampung. Didalam media sosial twitter,

facebook, instagram humas selalu mempublikasikan atau mengajak masyarakat untuk peduli terhadap sesama khususnya melakukan kegiatan donor darah. Kemudian untuk pamflet, humas PMI Provinsi Lampung setiap melakukan kegiatan donor darah selalu rutin membagikan pamflet tersebut, pamflet juga tersedia di unit transfusi darah cabang pembina Provinsi Lampung, jadi masyarakat yang datang ke UTD Cabang Pembina bisa mendapatkan pamflet tersebut.

2. komunikasi persuasif yang selama ini dijalankan oleh humas Palang Merah Indonesia Provinsi Lampung mendapat respon positif dari masyarakat, hal tersebut dapat dibuktikan dari tingkat kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah sudah mulai meningkat, persentase peningkatan kesadaran masyarakat untuk donor darah dari tahun ke tahun sekitar 5-10%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi persuasif yang dijalankan humas Palang Merah Indonesia Provinsi Lampung sudah berjalan dengan baik.

6.2 Saran

Berubahnya kesadaran masyarakat merupakan keberhasilan yang sangat berharga bagi lembaga tersebut. Sadarnya masyarakat merupakan bukti bahwa lembaga tersebut sudah benar-benar dalam menjalankan kegiatan-kegiatan nya. Oleh karena itu lembaga harus tetap konsisten dalam mengajak masyarakat untuk melakukan hal positif. Sehingga saran yang dapat diberikan adalah :

1. Lembaga khususnya Humas perlu meningkatkan lagi kegiatan-kegiatan persuasif yang sudah dilakukan selama ini, agar mampu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan Donor darah.
2. Lebih ditingkatkan lagi pelayanan terhadap masyarakat, agar masyarakat yang telah rutin Donor darah merasa terpuaskan dengan pelayanan sehingga akan tetap rutin untuk mendonorkan darahnya.
3. Perlu adanya disiplin antrian dalam melakukan kegiatan Donor darah, agar pada saat melakukan kegiatan Donor darah masyarakat tertib dan tidak ada indiscipliner , sehingga proses kegiatan Donor darah lancar dan masyarakat merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung : Armico.
- Arikunto, S., 2007, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi revisi VI*, Rineka Apta, Jakarta
- Cangara, Hafied. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong uchjana. 2009. *Human Relation and Public Relation*. Jakarta : Mandar Maju
- _____. 2009. *Human Relation and Public Relation*. Jakarta : Mandar Maju
- Liliweri, Alo. 2011 *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Mar'at, Prof, DR. (1981), *sikap manusia perubahan serta pengukuranny*, Ghalia indonesia : jakarta
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Purba. Amir, dkk. 2006. *Pengantar ilmu komunikasi*. Medan. Pustaka bangsa Press.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public relation dan media Komunikasi, konsepsi, dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh. 2014. *Komunikasi persuasif*, Jakarta : Universitas terbuka
- _____. 2014. *Komunikasi persuasif*. Tangerang selatan : universitas terbuka
- Suciati. 2017. *Teori komunikasi dalam multi perspektif*. Buku litera, Yogyakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode penelitian, kualitatif, dan R & D*, Bandung : alfabeta

Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan*. Nuansa.

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode penelitian, lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Penerbit pustaka baru press, Yogyakarta

De Vito, Joseph A. 2011. *Komunikasi antar manusia*, edisi kelima. Jakarta : Rineka cipta

Sumber Skripsi :

Jayanti, Dwistya. 2014. *Strategi humas PT. Indogrow international service Dalam meningkatkan citra positif pada pelanggan (Studi Kasus Pada PT. indogrow international Service di bandar Lampung)*. Lampung. Universitas Lampung

Sudarmiyati. 2010. *Strategi Public relations PT. Telkom, Tbk dalam mengokohkan brand image pada customer (studi deskriptif kualitatif pada PT. Telkom Tbk. Kandatel Yogyakarta)*. Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Gandi, Siti Jafani. 2016. *Strategi komunikasi pemimpin dalam penerapan prinsip-prinsip good corporate governance di PTPN VII (Studi pada PTPN VII bandar Lampung)*. Lampung. Universitas Lampung

Sumber Jurnal :

Hastjarjo, Dicky. 2005. *Sekilas Tentang Kesadaran*, <http://journal.gm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/7478/5814> (diakses pada 26/10/2017, pukul 22.50)

Al-maqassary, Ardi. 2015. *Strategi komunikasi Palang Merah Indonesia Riau dalam meningkatkan jumlah pendonor darah sukarela*, www.e-jurnal.com/2016/03/strategi-komunikasi-persuasif-palang.html?m=1 (diakses pada 26/10/2017, pukul 22.30)

Heru, 2017. *Komunikasi Persuasif*, <http://www.google.co.id/amp/s/pakarkomunikasi.com/komunikasi-persuasif/amp> (diakses pada 9/01/2018, Pukul 20.02)

Palang Merah Indonesia, 2017. PMI Provinsi Lampung