

Peran Humas PMI Kota Mojokerto (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasi)

Bagas Aditya Putra Utama¹, Muchamad Rizqi², Lukman Hakim³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

bagasadityaputrautama@gmail.com¹, muchamadrizqi@untag-sby.ac.id², lukman@untag-sby.ac.id³

Abstract

This study aims to determine the role of PMI Mojokerto Public Relations in increasing awareness of the Perning village community regarding the importance of donating blood. From the results of this study, in general it can be seen that the lack of public awareness of other communities makes the blood stock at PMI often short. The lack of blood stock at PMI Mojokerto City can be seen from the lack of public education about the importance of donating blood. This study uses a qualitative method, because the data obtained is in the form of a description of the role of PMI Mojokerto Public Relations in increasing public awareness. Data collection techniques used are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. By using persuasive communication theory, the research results obtained are the strategies used by PMI Mojokerto public relations in increasing awareness of the Perning village community regarding the importance of donating blood, namely Strategy of publicity and Strategy of persuasion. The implications of the results of the strategy research applied by PMI Mojokerto Public Relations in increasing public awareness regarding the importance of blood donors, namely knowing what the benefits of blood donation are and the increasing interest in blood donors from the Perning village community. For future researchers, it is hoped that this research can be a source of reference and inspiration to continue and develop similar research.

Keywords : *strategy, public relations, public relations strategy of PMI Mojokerto city, the importance of donating blood.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran strategi PMI Kota Mojokerto dalam meningkatkan kesadaran masyarakat desa perning terkait pentingnya melakukan donor darah. Dari hasil penelitian ini, secara umum dapat diketahui bahwa kurangnya kepedulian masyarakat terhadap masyarakat lainnya sehingga membuat stok darah di PMI sering kekurangan. Kurangnya stok darah di PMI Kota Mojokerto ini dapat diketahui dari minimnya edukasi masyarakat mengenai pentingnya melakukan donor darah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena data yang diperoleh berupa deskripsi tentang peran humas PMI Kota Mojokerto dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan menggunakan teori komunikasi persuasif, hasil penelitian yang diperoleh yaitu strategi yang digunakan humas PMI kota Mojokerto dalam meningkatkan kesadaran masyarakat desa Pening terkait pentingnya melakukan donor darah yaitu *Strategy of publicity dan Strategy of*

persuasion. Implikasi hasil penelitian strategi yang diterapkan humas PMI Kota Mojokerto dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pentingnya melakukan donor darah yaitu dapat mengetahui apa manfaat donor darah dan minat donor darah dari masyarakat desa perning juga semakin meningkat. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan inspirasi untuk melanjutkan dan mengembangkan penelitian sejenis.

Kata kunci : strategi, humas, strategi humas PMI kota Mojokerto, pentingnya melakukan donor darah

Pendahuluan

Humas yang biasa disebut hubungan masyarakat menjadi hal yang tidak asing disetiap lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan maupun lembaga perusahaan. Humas memiliki peranan penting dalam setiap lembaga karena humas menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra perusahaan baik itu citra positif maupun citra negatif. Dalam membentuk citra suatu lembaga, humas biasanya memiliki relasi yang luas. Dalam riset mengenai kegiatan humas ada dua tanggung jawab dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen. Humas melaksanakan tiga peran, pertama sebagai pemberi penjelasan, yaitu orang yang bekerja sebagai konsultan dalam mendefenisikan masalah, menyarankan pilihan dan memantau implementasi kebijakan. Kedua sebagai fasilitator komunikasi, yaitu orang yang biasanya bertugas dalam suatu organisasi yang berkaitan langsung dengan lingkungan yang berperan untuk menjaga hubungan dan komunikasi dua arah. Ketiga sebagai fasilitator pemecahan masalah, yaitu orang yang bermitra dengan senior untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah (Lattimore, 2010).

Fungsi humas sendiri tidak dapat terlepas dari opini publik, karena salah satu fungsi humas adalah menciptakan opini publik yang memiliki kemauan baik (good will) dan partisipasi. Hubungan masyarakat atau yang biasa disingkat humas merupakan praktik mengelola informasi antara individu, organisasi atau instansi dan masyarakat. Humas juga disebut sebagai profesi yang bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Humas pada dasarnya merupakan profesi yang berfungsi dan sangat berguna untuk suatu instansi, organisasi atau lembaga yang bersifat komersial maupun non komersial. Seperti perusahaan, yayasan, sekolah, perguruan tinggi, sampai ke lembaga-lembaga pemerintah. Kebutuhan akan hadirnya profesi ini tidak dapat dipungkiri ataupun dicegah, karena humas merupakan salah satu fungsi manajemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi atau lembaga tersebut secara positif.

Palang Merah Indonesia saat ini selain bergerak dalam bidang kemanusiaan seperti membantu korban bencana juga menggalang kegiatan donor darah bagi yang membutuhkan. Peraturan pemerintah nomor 18 tahun 1980 menyatakan: peraturan ini memberikan tugas khusus kepada perhimpunan Palang Merah Indonesia untuk menyelenggarakan Upaya Kesehatan Transfusi Darah (UKTD). Donor darah selain sebagai kegiatan kemanusiaan juga mempunyai manfaat lain salah satunya ialah membuat tubuh semakin sehat sebab dengan mendonorkan darah tubuh akan memproduksi darah yang baru. Kegiatan donor darah juga sangat didukung oleh wakil presiden, Jusuf Kalla yang menyatakan di *Republika Online* bahwa donor darah harus menjadi gaya hidup masyarakat, karena memberi

manfaat pada kesehatan dan kemanusiaan. “Mendonorkan darah sedikitpun tak merugikan kita, yang ada justru badan makin sehat dan pahala tambah banyak.”

Sementara itu, banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami arti penting donor darah. Sebagian masih ada yang takut karena pengetahuan yang kurang tentang donor darah, sebagian lagi belum tergerak hatinya untuk ikut berpartisipasi dalam membantu dan menyelamatkan nyawa orang. Menjadi donor darah sukarela tidak hanya bermanfaat untuk membantu orang yang membutuhkan darah, tetapi bermanfaat juga bagi pendonor itu sendiri.

Salah satu strategi Humas PMI Kota Mojokerto adalah sebagai fasilitator komunikasi untuk mengajak dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat donor darah ialah dengan melakukan kegiatan publikasi.

Palang Merah Indonesia hingga kini konsisten menggalakkan kegiatan donor darah di setiap kantor cabang PMI di seluruh Indonesia termasuk juga PMI kota Mojokerto. PMI kota Mojokerto yang bertempat di Jl. Hayam Wuruk No.2, Mergelo, Magersari, Kec. Magersari, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61324. Siap melayani relawan yang ingin mendonorkan darahnya setiap hari. *Public relations* PMI Kota Mojokerto juga berupaya agar masyarakat Mojokerto sadar akan betapa pentingnya donor darah terutama bagi masyarakat yang membutuhkan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana peran humas pmi kota mojokerto sebagai fasilitator komunikasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan kegiatan sosial yang berguna untuk jutaan manusia lainnya yang membutuhkan. Sehingga judul dari tulisan ini adalah “Strategi Komunikasi Humas PMI Kota Mojokerto (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasi Humas PMI Kota Mojokerto Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Desa Pening Terkait Pentingnya Melakukan Donor Darah)”.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dalam penelitian ini yaitu Deskriptif Kualitatif. Sumber data penelitian adalah informasi dari hasil wawancara pihak humas PMI Kota Mojokerto dan warga. Prosedur pengumpulan data adalah mendengar dan mencatat. Instrumen Penelitian untuk mengukur nilai *variable* yang akan diteliti. Teknik analisis data dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan dengan wawancara dan mendokumentasi atau mencatat hasil.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di PMI Kota Mojokerto, berikut merupakan strategi komunikasi yang dilakukan humas PMI Kota Mojokerto :

1. *Strategy of publicity*

Humas PMI Kota Mojokerto melakukan kampanye, yaitu menyebarkan pesan melalui media yang mereka miliki. Selain itu mereka juga menggunakan taktik dengan merekayasa kata-kata agar membuat pembaca tertarik. Sehingga ketika banyak pembaca yang tertarik membaca berita tersebut akan membuat publisitas tersebut menguntungkan.

Seperti yang dikatan oleh Pak Dimas selaku Kepala Humas PMI Kota Mojokerto “Ya untuk strateginya itu kita membuat berita-berita yang nantinya kami akan sebar luaskan ke seluruh masyarakat yang ada mas, yang semua kalangan bisa tertarik untuk membaca berita itu, nah jadi

ketika sudah tertarik membaca kan otomatis tinggal bagaimana kita merangkai kata-kata dalam berita itu agar pembaca juga tertarik untuk melakukan donor darah”

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan adalah publikasi kepada semua masyarakat di Desa Perning tersebut. Dalam publikasi tersebut juga diselipkan kata-kata manis yang dimana nantinya menarik perhatian pembaca untuk mau melakukan donor darah. Dalam strategi publikasi ini pihak humas PMI Kota Mojokerto juga memberikan edukasi kepada masyarakat Desa Perning terkait pentingnya melakukan donor darah. Pentingnya untuk kesehatan diri sendiri serta pentingnya untuk masyarakat lain yang sedang membutuhkan juga. Jadi dalam strategi publikasi ini pihak Humas PMI Kota Mojokerto menyebarkan selebaran brosur bergambar, posting di media sosial seperti instagram maupun facebook, serta meempelkan pamphlet di sekitar lokasi Desa Perning Kabupaten Mojokerto.

Dengan bantuan kelompok pemuda Desa Perning yang biasa disebut Dengan Karang Taruna, akhirnya edukasi mengenai pentingnya melakukan donor darah berjalan dengan baik dan informasi dapat diterima dengan baik dan jelas oleh masyarakat Desa Perning Kabupaten Mojokerto. Seperti yang diungkapkan Ketua Karang Taruna di Desa Perning tersebut yaitu Mas Fandi “Alhamdulillah untuk edukasi terkait pentingnya melakukan donor darah oleh tim dari PMI Kota Mojokerto berjalan dengan lancar dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Desa Perning ini. Ya semoga dengan adanya hal seperti ini membuat semua masyarakat sadar mengenai pentingnya melakukan donor darah, itu adalah harapan terbesar dari kami”.

Selain itu humas PMI Kota Mojokerto juga selalu menyebarkan berita-berita terkait pentingnya melakukan donor darah. Besar harapannya adalah semakin banyak masyarakat yang sadar mengenai hal tersebut.

2. *Strategy of persuasion*

Berkampanye untuk membujuk atau menggalang halayak melalui tehnik sugesti persuasi untuk mengunah opini publik dengan mengangkat segi emosional dari suatu cerita, artikel, atau *featuris* berlandaskan humanity interest.

Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Mojokerto menggunakan *Strategy of persuasion* dalam melaksanakan strategi kampanye *public relations* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah. Seperti halnya tujuan yang ingin dicapai oleh Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Mojokerto dalam melaksanakan kegiatan untuk mengedukasi masyarakat terkait pentingnya melakukan donor darah yaitu untuk merubah pola pikir masyarakat. *Strategy of persuasion* adalah melakukan kampanye untuk mengubah pola pikir masyarakat dengan bahasa yang membujuk dan mengajak secara langsung pada kelompok maupun massa, sehingga masyarakat dapat dirubah pola pikirnya.

Humas PMI Kota Mojokerto menggunakan *strategy of persuasion* dalam melaksanakan strategi kampanye *Public relations* dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah dengan cara membujuk dan mengajak masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah.

PMI Kota Mojokerto dalam melaksanakan strategi kampanye *Public relations* dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan donor darah dengan menggunakan cara tatap muka. Tatap muka secara langsung dilakukan dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan dengan bertatap muka secara langsung dengan masyarakat kemudian membujuk agar mereka tertarik untuk berdonor darah. Strategi tatap muka yang dilakukan Humas PMI Kota Mojokerto yaitu dengan langsung menggelar donor darah terbuka untuk bebas dan diberikan reward sembako untuk yang mau melakukan donor darah. Tetapi untuk hal ini perlu ditingkatkan lagi

dengan cara lebih merutinkan kegiatan tersebut sehingga masyarakat pun juga mendapat dampak yang baik dari kegiatan yang telah mereka lakukan yaitu donor darah.

Penutup

Dalam penelitian strategi yang dilakukan humas PMI Kota Mojokerto dalam mengedukasi masyarakat Desa Perning Kabupaten Mojokerto terkait pentingnya melakukan donor darah mendapatkan hasil yaitu (1) strategi yang digunakan cukup bagus karena membuat masyarakat banyak yang tertarik untuk melakukan donor darah, (2) Kata-kata dan kalimat yang digunakan dalam membujuk masyarakat cukup dikemas dengan baik dan rapi sehingga membuat masyarakat tertarik untuk melakukan donor darah, (3) Untuk kegiatan edukasi dan pelaksanaan donor darah cukup baik, namun akan lebih baik lagi jika dilaksanakan secara rutin, agar sama-sama mendapatkan hasil yang baik untuk pendonor dan Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Mojokerto

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Oemi. (2001). Dasar-Dasar Public Relations. In *Bandung: Citra Aditya*.
- Ardianto, Soemirat, Elvinaro. (2012). Dasar-Dasar Public Relations. In *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Assumpta, Maria. (2002). Dasar-Dasar Public Relations dan Praktek. In *Jakarta: PT. Grafindo*
- Bungin, Burhan. (2005). Metodologi Penelitian Komunikasi. In *Jakarta: Kencana*.
- Cangara, Hafied. (2013) Perencanaan dan Strategi Komunikasi. In *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Cangara, Hafied. (2016) Pengantar Ilmu Komunikasi, In *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Emzir. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data. In *Jakarta: Rajawali Pers* (Ed.1, Cet. 4).
- Gunawan, Imam. (2017). Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. In *Jakarta: PT. Bumi Aksara*.
- Morissan. (2008) Strategi Menjadi Humas Profesional. In *Jakarta: Kencana*.
- Mulyana, Deddy. (2002) Metode Penelitian Kualitatif. In *Bandung: PT. Rosdakarya*.
- Mulyana, Deddy (2012). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. In *Bandung: Rosda*.
- Ruslan, Rosady. (2005). Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. In *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Sapta, Seven Audi. (2009) Kenali PMI. In *Jakarta: Palang Merah Indonesia*.
- Sukardi. (2007). Metodologi Penelitian Kompetensi dan Prakteknya. In *Jakarta: Bumi Aksara* (Cet. IV).
- Sejarah Palang Merah Indonesia, <http://www.intipsejarah.com/2014/09/sejarahpalang-merah-indonesia-pmi.html>