

STRATEGI KOMUNIKASI PMI KOTA TANGERANG DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN STOK DARAH SELAMA BULAN RAMADHAN 2019

Mochammad Mirza,S.I.Kom.,M.I.Kom

Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang, Tangerang Indonesia 15118

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi PMI Kota Tangerang dalam memenuhi kebutuhan stok darah selama bulan ramadhan 2019. Penelitian ini dilakukan atas dasar masalah kekurangan stok darah yang selalu menjadi masalah setiap tahun di Indonesia. Masalah timbul dikarenakan para pendonor yang beragama Islam enggan melakukan donor darah pada saat bulan Ramadhan dampaknya terjadi penurunan yang sangat signifikan sampai 60% di bulan Ramadhan. Dalam hal ini saya melakukan pendekatan kualitatif studi kasus karena saya ingin mengvisualisasikan realitas keadaan ataupun gejala yang tampak pada upaya yang PMI Kota Tangerang untuk menanggulangi kekurangan darah terutama pada bulan Ramadhan 2019. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa PMI Kota Tangerang melakukan beberapa program strategi komunikasi diharapkan terjadinya peningkatan dalam aktivitas donor darah yang berdampak stok darah di Kota Tangerang aman. Strategi Komunikasi yang di lakukan oleh PMI untuk mengedukasi masyarakat bahwa tidak akan membatalkan puasa selama bulan Ramadhan yaitu. 1. PMI melakukan edukasi dengan berkerjasama dengan media online lokal. 2. Melakukan siap antar jemput pendonor darah. 3. Mengadakan safari kegiatan donor darah ke masjid – masjid setelah sholat tarawih. 4. Mengadakan *Humanity in Ramadhan* kepada remaja 5. mengadakan kegiatan donor darah yang menyasar kepada komunitas non muslim.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, PMI, Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRACT

*This study discusses the communication strategy of PMI Tangerang City in meeting the supply needs during the 2019 Ramadan. This research was conducted based on the problem of lack of blood supply which is always a problem every year in Indonesia. The problem arises because Muslim donors are reluctant to make blood donations during the month of Ramadan, the impact of which is a very significant decline of up to 60% in the month of Ramadan. The Tangerang City PMI to overcome the lack of money in the month of Ramadan 2019. The results of this study indicate that the Tangerang City PMI is implementing an assistance strategy program that is expected to increase. in blood donor activities that affect the bloodstock in the city of Tangerang safe. Communication Strategy was undertaken by PMI to educate the public that it will not cancel fasting during the month of Ramadan ie. 1. PMI educates by collaborating with local online media. 2. ready to pick up blood donors. 3. Conducting safari blood donation activities to the mosques after the tarawih prayer. 4. Holding *Humanity in Ramadan* for teenagers 5. Attending blood donor activities targeting non-Muslim communities.*

Keywords: Communication strategies, PMI, Community Empowerment

Pendahuluan

Bulan Ramadhan merupakan bulan suci bagi komunitas muslim di Indonesia, dimana sebagian besar kaum muslim di Indonesia menjalankan ibadah puasa sebagai kegiatan yang dilakukan selama 1 bulan penuh. Menyambut bulan Ramadhan Palang Merah Indonesia melakukan upaya untuk dapat memenuhi stok darah yang mengalami penurunan drastis selama bulan puasa. Selama periode bulan Ramadhan PMI mengalami penurunan 50 - 60 % (kompas.com). Bahkan di Bandung Stok darah mengalami penurunan sampai dengan 30% (republika.co.id).

Kekurang stok darah memang menjadi momok yang tak kunjung belum terselesaikan di Indonesia. Kebutuhan stok darah di Indonesia saja mengalami defisit 1,3 juta kantong darah pertahun (tirto.id). Kekurangan stok darah ini ternyata memiliki penanganan medis di hampir seluruh rumah sakit di Indonesia.

Berdasarkan masalah diatas maka Palang Merah Indonesia melakukan berbagai macam upaya terjadi peningkatan stok darah selama periode bulan Ramadhan. Kenapa defisit terjadi? dikarenakan jumlah permintaan kantong darah yang relatif tinggi di Indonesia dan jumlah pendonor mengalami penurunan yang drastis sehingga tidak adanya *good supply* antara kebutuhan dari rumah sakit dan jumlah pendonor yang ada.

Masalah ini tentu tidak dapat dibiarkan secara terus – menerus sehingga akan sangat

berdampak terhadap nyaman seseorang. Selain adanya kurangnya pendonor terjadi pula orang yang tidak bisa mendonor seperti memiliki riwayat penyakit atau tidak masuk kriteria mendonor. Untuk meningkatkan jumlah orang untuk melakukan donor darah maka dilakukan Strategi komunikasi. Lalu apa Strategi komunikasi yang Palang Merah Indonesia lakukan maka dibahas setelah ini.

Bersumber dari Departemen Kesehatan Indonesia saat ini membutuhkan 5,1 juta kantong darah setiap tahunnya. Sebagai unit garda terdepan dalam memenuhi kebutuhan darah Palang Merah Indonesia dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan darah secara nasional dimana secara rasio mengalami peningkatan setiap tahunnya. PMI sebagai organisasi *non* pemerintah berupaya mengsosialisasikan donor darah sebagai bagian dari gaya hidup. Setiap tahunnya, PMI sendiri menargetkan hingga 4,5 juta kantong darah untuk melengkapi kebutuhan darah nasional, disesuaikan dengan standar Lembaga Kesehatan Internasional (WHO) yaitu 2% dari jumlah penduduk untuk setiap harinya tentu ini bukan jumlah yang sedikit mengingat jumlah orang di Indonesia mencapai lebih dari 250 juta orang.

Pelayanan darah adalah upaya pelayanan kesehatan yang memanfaatkan darah manusia sebagai bahan dasar dengan tujuan kemanusiaan dan tidak untuk tujuan komersial. Tentu dalam hal ini berpatokan pada Peraturan Pemerintah NO. 7/ 2011 tentang Pelayanan

Darah menyebutkan penyelenggaraan donor darah dan pengolahan darah dilakukan oleh Unit Donor Darah (UDD) yang diselenggarakan oleh organisasi sosial dengan tugas pokok dan fungsinya di bidang Kepalangmerahan atau dalam hal ini Palang Merah Indonesia (PMI).

Lebih lanjut lagi, baik dalam UU No. 36/2009 tentang Kesehatan maupun Peraturan Pemerintah No.7/2011 tentang Pelayanan Darah, dinyatakan bahwa Pemerintah Indonesia memiliki tanggung jawab atas pelaksanaan pelayanan darah yang aman, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang ada didalam wilayah teritorial Indonesia. Tanggung jawab ini melibatkan pemerintah pusat dan pemerintah daerah (Pemda) dimana meliputi Undang-undang, pengaturan daerah, pembinaan teknis, pengawasan di sistem dan pendanaan pelayanan darah untuk kepentingan pelayanan kesehatan agar stok darah di seluruh wilayah Indonesia dapat terpenuhi.

Unit Donor Darah PMI

Sampai tahun 2012, PMI baru mendirikan Unit Donor Darah (UDD). Dengan rincian sebanyak 1 UDD Pusat yang berkedudukan di ibu kota negara yaitu DKI Jakarta dan ada lebih dari 211 UDD di 210 Kabupaten/Kota. Tentu jumlah Unit Donor Darah (UDD) ini belum bisa 100% menjangkau diseluruh kabupaten/kota yang di Indonesia. Mengingat jumlah kabupaten/kota ada 514 wilayah kabupaten/kota. Adapun Pelayanan darah yang dilakukan oleh UDD PMI meliputi:

1) pengerahan dan pelestarian donor, 2) pengambilan darah, 3) pengolahan komponen-komponen didalam darah, 4) uji saring infeksi, 5) penyimpanan dan pendistribusian darah ke Bank Darah yang berada di Rumah Sakit (RS). Untuk mencapai pemenuhan kebutuhan darah, PMI berupaya melakukan peningkatan rekrutmen donor, jejaring penyediaan darah antar UDD PMI di Seluruh Indonesia serta ikatan kerjasama antara UDD PMI dengan rumah sakit.

Peningkatan rekrutmen donor dilaksanakan melalui kampanye di berbagai media baik elektronik maupun cetak serta kerjasama dengan beberapa Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang peduli atas donor darah. Sedangkan jejaring penyediaan darah di UDD PMI dilaksanakan dengan jalan memperluas penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) sehingga komunikasi antar UDD PMI terkait penyediaan darah menjadi lebih mudah.

Berdasarkan penjelasan UU No. 36/2009 tentang Kesehatan Pasal 90 dan PP No. 7/2011 tentang Pelayanan Darah Pasal 46, jaminan pendanaan pemerintah diwujudkan dalam bentuk pemberian subsidi kepada UDD dari APBN, APBD dan bantuan lainnya. Dalam penelitian ini mencoba memfokuskan pada Unit donor darah Palang Merah Indonesia yang ada di Kota Tangerang, Unit Donor Darah PMI Kota Tangerang sendiri sudah mulai berdiri pada lsejak tahun 2006. Diusianya yang hampir 14

tahun ini unit donor darah PMI Kota Tangerang menjelma menjadi salah satu percontohan nasional dalam penyediaan darah yang memiliki standar nasional dengan *grade* “A” dan secara peringkat UDD PMI Kota Tangerang merupakan peringkat ke 3 secara nasional. Sehingga wajar UDD PMI Kota Tangerang menjadi salah satu UDD percontohan lebih dari 200 UDD yang sedang beroperasi saat ini diberbagai wilayah.

UDD PMI Kota Tangerang sendiri memiliki target 400 kantong darah setiap harinya atau sekitar 12.000 kantong darah setiap bulannya. Ini mengindikasikan bahwa kebutuhan donor darah yang besar untuk kebutuhan stok darah diwilayah Indonesia.

Mengingat kebutuhan darah yang relative besar tentu hal ini akan menjadi kendala tersendiri jika terjadi penurunan yang signifikan dalam penyediaan stok darah di Kota Tangerang terutama saat bulan Ramadhan. Salah satu penyebab terjadinya keraguan pendonor yang muslim enggan melakukan donor darah selama bulan puasa yaitu muncul persepsi di benak publik terutama komunitas muslim di tangerang, apakah melakukan kegiatan donor darah akan membatalkan puasa?.

Bersumber dari Ustaz M. Mubasysyarum Bih dan pertama terbit di NU Online. Donor darah tidak memiliki ketentuan hukum yang sama dengan *hijamah* (bekam), yaitu metode pengobatan dengan cara mengeluarkan darah statis (kental) yang mengandung toksin dari dalam tubuh manusia

dengan cara melakukan pemvakuman di kulit dan pengeluaran darah darinya. *Hijamah* menurut mayoritas Ulama Madzahib al-Arba’ah tidak membatalkan puasa. Sedangkan menurut mazhab Hanabilah membatalkan puasa, baik bagi orang yang membekam atau yang dibekam. Bila akhirnya merujuk pendapat kepada mayoritas ulama, maka persoalan menjadi jelas bahwa donor darah sebenarnya tidak akan membatalkan puasa sebagaimana bekam.



Foto Markas PMI Kota Tangerang

Peneliti melihat ada sebuah fenomena/masalah penurunan stok darah yang signifikan selama bulan puasa dimana peneliti ingin melihat upaya apa yang PMI lakukan yang dalam hal ini PMI Kota Tangerang untuk menyelesaikan masalah yang terjadi selama bertahun-tahun terakhir. Peneliti dalam jurnal ini tertarik untuk melakukan penelitian dalam sudut pandang ilmu komunikasi tentang strategi komunikasi Palang Merah Indonesia Kota Tangerang untuk mengsosialisasikan pentingnya donor darah selama periode bulan Ramadhan 2019 terutama merupa persepsi sekaligus dalam

jangka pendek dapat memenuhi kebutuhan kantong darah agar stok darah selama bulan puasa aman.

Mengingat bahwa pendekatan strategi komunikasi sedang cukup populer di berbagai lembaga dan perusahaan dalam membangun komunikasi mereka. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi Palang Merah Indonesia Kota Tangerang dalam memenuhi kebutuhan stok darah selama bulan Ramadhan 2019?

Berdasarkan permasalahan di atas dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi dapat mendukung kegiatan Kampanye donor darah Palang Merah Indonesia Kota Tangerang?
2. Bagaimana pengelola strategi komunikasi pada organisasi Palang Merah Indonesia agar stok kantong darah dapat terpenuhi selama bulan puasa?

Dalam penelitian ini dilakukan dengan maksud ingin menganalisis strategi komunikasi dalam kegiatan sosialisasi donor darah selama bulan Ramadhan 2019 di kota Tangerang. Kerangka pemikiran utama yang digunakan dalam penelitian adalah konsep Strategi Komunikasi dimana dalam hal ini dinyatakan sebagai upaya komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan pada masyarakat melalui media ataupun kegiatan secara langsung. Berdasarkan pada latar belakang di atas, penulis

melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi PMI Kota Tangerang Dalam rangka memenuhi Stok darah Selama bulan Ramadhan 2019”. Untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang PMI Kota Tangerang yang digunakan pada bulan puasa di tahun 2019.

Metode penelitian

Dalam hal ini saya melakukan pendekatan kualitatif dengan studi kasus karena saya ingin mengvisualisasikan realitas keadaan ataupun gejala yang tampak pada upaya yang Palang Merah Indonesia Kota Tangerang untuk menanggulangi kekurangan darah terutama pada bulan Ramadhan 2019. Selain itu studi kasus mengedepankan masalah sosial dalam mengidentifikasi terhadap kajian objek yang diteliti. Studi kasus bersifat sistematis/stuktur dalam melakukan pengamatan secara langsung, menganalisis data, informasi yang didapat dan akhir laporannya. Strategi Komunikasi apa yang dilakukan oleh PMI agar stok darah tetap tersedia selama bulan Ramadhan 2019. Materi penelitian adalah PMI Kota Tangerang. Dilakukan secara wawancara dan Trigulasi data. Sumber informasi diambil dari pihak PMI Kota Tangerang yang diwakili oleh Kepala Divisi HUMAS PMI Kota Tangerang, Bapak Ade Kurniawan, SE sebagai *Key Person*.

Analisis Data

Menurut Moleong dalam Buku *Metodologi Penelitian Kualitatif* oleh Bungin,

mengatakan bahwa menyampaikan berupa kata - kata dan tindakan orang -orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber utama dicatat melalui catatan tertulis atau perekam video, tape recorder, pengambilan gambar. Jenis tahapan analisis data kualitatif sebagai berikut :

Pertama, melakukan pengamatan terhadap fenomena sosial, melakukan identifikasi, revisi-revisi dan pengecekan ulang terhadap data yang ada. Sebelum meneliti, Saya terlebih dahulu melakukan pra pengamatan dan setelah itu mengidentifikasi hasil pengamatan menjadi sebuah tema yang menunjang penelitian yang akan saya amati.

Kedua, melakukan kategorisasi terhadap informasi yang diperoleh. Saya membuat beberapa katagori berdasarkan temuan dari hasil wawancara dengan pihak PMI Kota Tangerang yang diwakili oleh Kepala Divisi HUMAS.

Data dikelompokkan berdasarkan strategi komunikasi yang dirumuskan oleh peneliti.

Ketiga, menelusuri dan menjelaskan kategorisasi. Setelah membuat kategorisasi, saya akan memaparkan dan mendalami lebih dalam mengenai pengelompokkan tersebut.

Keempat, menjelaskan hubungan-hubungan kategorisasi. Hubungan – hubungan antar kategorisasi diperlukan oleh saya sebagai peneliti supaya saya dapat menarik rangkuman umum dari rumusan masalah yang sudah ditentukan peneliti.

Kelima, menarik kesimpulan-kesimpulan umum. Berdasarkan penjelasan dan informasi yang dikumpulkan dari kategori, saya akan mengambil kesimpulan umum yang berkaitan dengan data yang dikumpulkan tersebut. Dan kemudian peneliti akan menjelaskan teori yang ada sesuai dengan rumusan masalahnya. Terakhir, menjelaskan teori (Bungin, 2007,p.144)

Pengertian strategi komunikasi menurut Arifin Anwar (Strategi Komunikasi,1984: 13) menyatakan “Sebagai proses, maka dalam komunikasi, selain terjadi hubungan antara manusia juga terjadi interaksi atau saling mempengaruhi. Justru itu semua pihak yang terlibat interaksi atau saling mempengaruhi. Justru itu semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi, mau tidak mau pasti mengalami ”

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan oleh saya sebagai peneliti, Saya menggunakan pendekatan metode observasi, wawancara serta arsib dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan PMI Kota Tangerang sebelum dan pada saat bulan suci Ramadhan 2019.

Dari Temuan data dan wawancara yang dilakukan oleh saya sebagai peneliti dengan PMI Kota Tangerang yang diwakili oleh Kepala Divisi HUMAS PMI Kota Tangerang, Ade Kurniawan,SE . Memang dalam hal ini lebih menekankan dengan pendekatan wawancara karena dianggap lebih objektif dalam memberikan informasi yang diharapkan dapat memberikan informasi tentang kondisi Unit

Donor Darah PMI dalam hal ini di fokuskan diwilayah Kota Tangerang sebagai latar dalam penelitian ini. Agar penelitian ini lebih fokus dan tidak lari dari tema yang diangkat dalam penelitian saya memberikan pedoman wawancara tersebut. Tentu fokus pertanyaan mengacu pada Strategi Komunikasi Palang Merah Indonesia Kota Tangerang dalam pemenuhan stok darah selama bulan Ramadhan 2019.

Di dalam observasi berguna untuk menjelaskan tentang apa yang terjadi.

Masalah Yang terjadi	Strategi komunikasi yang dilakukan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Stok darah di PMI setiap bulan Ramadhan mengalami defisit sekitar 30 – 60% dan hampir merata diseluruh daerah di Indonesia 2. Kebutuhan kantong darah yang setiap tahun mengalami peningkatan yang secendrung meninggi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan edukasi kepada masyarakat terutama kaum muda yang ada di perkotaan 2. Melakukan kegiatan safari Donor darah di 13 kecamatan di Mall & masjid setelah sholat Tarawih 3. Melakukan program “Jemput Darah” 4. Membuat program kegiatan yang bertemakan Ramadhan “Humanity in Ramadhan” 5. Melakukan publikasi di Media massa tentang Donor darah dibulan Ramadhan 6. Berkolaborasi dengan program kampanye PMI Pusat 7. Mengadakan

	kegiatan donor darah dengan komunitas non muslim sebagai tujuan utamanya
--	--

Aktivitas yang dipantau dan diteliti adalah strategi komunikasi PMI Kota Tangerang dalam meningkatkan stok darah selama bulan Ramadhan 2019.

Penelitian ini dilaksanakan di Markas PMI Kota Tangerang tempatnya diJalan mayjen sutoyo No 15, kelurahan Sukarasa, Kec Tangerang .

Dimana Palang Merah Indonesia “dituntut” karena setiap tahun mengalami peningkatan kebutuhan darah dan rendahnya aktivitas orang melakukan kegiatan donor darah pada bulan Ramadhan. Dalam wawancara tersebut, peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang Palang Merah Indonesia lakukan untuk meningkatkan jumlah stok darah selama bulan Ramadhan . Data yang didapat diharapkan dapat mengetahui tentang upaya apa yang PMI lakukan agar kebutuhan tercapai. Selain itu dapat menjadi bahan evaluasi bagi PMI kedepannya agar semakin baik lagi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dan menjadi bahan dalam penyusunan program Strategi Komunikasi PMI kedepanya.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi PMI Kota Tangerang dalam meningkatkan Stok



Darah Selama Bulan Ramadhan 2019.

Sumber foto : PMI Kota Tangerang

Dalam melakukan wawancara dengan Perwakilan dari PMI Kota Tangerang, dia menyampaikan bahwa tanpa program komunikasi dan strategi yang baik akan sulit stok darah akan aman selama bulan Ramadhan. Pesan ini mengisyaratkan bahwa ketika terjadinya penurunan dibutuhkan upaya khusus dan berbeda agar dapat memberikan dampak positif untuk masyarakat.

Dengan adanya program strategi komunikasi yang PMI kota Tangerang lakukan diharapkan terjadinya peningkatan dalam aktivitas donor darah yang berdampak stok darah di Kota Tangerang aman sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan kepala bidang HUMAS PMI Kota Tangerang mengatakan bahwa Strategi Komunikasi yang di lakukan oleh PMI untuk mengedukasi masyarakat bahwa tidak akan membatalkan puasa selama bulan Ramadhan

yaitu. Pertama, PMI melakukan edukasi dengan berkerjasama dengan media online lokal. Kedua PMI Kota Tangerang melakukan siap antar jemput pendonor darah. Ketiga Mengadakan safari kegiatan donor darah ke masjid – masjid setelah sholat tarawih. Keempat. Mengadakan kegiatan *Humanity in Ramadhan* kepada remaja kegiatan sosial.

Kelima, merangkul dan mengadakan kegiatan donor darah yang menyasar kepada komunitas Gereja, wihara dll.

Dalam strategi komunikasi langkah awal yang pertama PMI mengadakan edukasi untuk donor darah yang berkolaborasi dengan media terutama media online lokal. Sebagai contoh diliput di tangerangnews.com. Dimana dalam highline media online tersebut mengangkat judul *“Palang Merah Indonesia Tidak membatalkan puasa,Tapi..”* membahas tentang wawancara yang dilakukan oleh tangerangnews.com dengan Kepala Markas PMI Kota Tangerang. Selain itu juga. Di Media yang sama diangkat pula dengan highline yang berjudul *“Genjot Ketersediaan Stok di bulan Puasa, PMI Gencarkan Donor Darah di Mall”* Di dalam pemberitaan tersebut menceritakan tentang stretagi yang PMI lakukan untuk mempersiapkan donor darah selama bulan Ramadhan.

Langkah Kedua yang PMI lakukan adalah dengan menjemput pendonor darah, Kenapa strategi ini penting?karena cara untuk memberikan kemudahan pada pendonor darah

(masyarakat). “Jadi masyarakat tidak perlu risau karena kejauhan ke PMI Kota Tangerang” ujar Ade Kurniawan,SE .Tentu program ini memiliki beberapa ketentuan seperti PMI Kota Tangerang memprioritaskan kepada komunitas non muslim di bulan Ramadhan 2019. Dimana dalam langkah ini PMI mengarahkan komunitas non muslim untuk melaksanakan donor darah dibulan Ramadhan . Selain itu layanan ini diberikan bukan bersifat satuan tetapi sekurang - kurangnya 10 pendonor.

Langkah ketiga PMI Kota Tangerang “berburu” donor darah ke masjid - masjid sampai ke mall. Dalam hal ini tentu PMI Kota Tangerang melakukan strategi dengan menambah jadwal *mobile* mobil donor darah dimana sebelumnya senin dan sabtu untuk periode Ramadhan 2019 jadwal operasional dilaksanakan senin – sabtu. Untuk memenuhi stok darah Mobil Donor darah milik PMI berkeliling pada malam hari untuk mengakomodir pendonor muslim yang ingin melakukan donor darah setelah sholat tarawih.

Kegiatan keempat yang PMI Kota Tangerang adalah mengadakan kegiatan yang bersifat *soft* sekaligus memberikan edukasi juga kegiatan bakti masyarakat dengan menyasar generasi remaja Kota Tangerang adalah mengadakan event yang bertajuk “*Humanity in Ramadhan*” dengan tema yang diangkat adalah “*Jutaan Hati untuk Kemanusiaan*” ini dilaksanakan di Markas PMI Kota Tangerang.

Kegiatan ini dilaksanakan dibulan Ramadhan. Kegiatan ini yang di isi



Sumber : Dok Pribadi PMI Kota Tangerang

Dengan bakti sosial,acara buka puasa bersama, disisipi dengan sosialisasi yang bersifat edukasi kepada peserta yang hadir. Pada acara ini pula dihadiri oleh Sekda Kota Tangerang, dimana secara garis besar beliau mengucapkan terima kasih kepada PMI Kota Tangerang yang terus mengawal kebutuhan darah disetiap rumah sakit yang beroperasi di Kota Tangerang dan berharap adanya peningkatan orang yang berpartisipasi untuk melakukan donor darah.

Kelima, PMI Kota Tangerang menjalin strategi komunikasi dengan komunitas non muslim seperti gereja,wihara dll. Dalam hal ini menyusun agenda donor darah dilaksanakan pada bulan puasa mengingat pada bulan tersebut komunitas non muslim tidak menjalankan puasa. Setiap stok darah menipis strategi menjemput bola secara progresif dilakukan diluar agenda rutin yang sudah disusun oleh PMI Kota Tangerang

Dampaknya strategi komunikasi yang PMI lakukan mampu menekan kekurangan stok darah sampai 80% selain itu ketika stok PMI di seluruh Jabodetabek habis pada minggu ke 3 di

bulan puasa, PMI Kota Tangerang adalah satu-satunya Unit Donor Darah terakhir yang masih memiliki stok darah yang cukup hanya PMI Kota Tangerang, kata Ade Kurniawan, SE menutup wawancara ini. ini merupakan pencapaian yang luar biasa sehingga stok darah selama bulan Ramadhan bisa dikatakan aman

Kesimpulan

Strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah stok darah selama bulan Ramadhan 2019. Dalam penelitian dan analisis diatas menyatakan bahwa terbukti efektif dan mampu menekan kekurangan stok darah sampai 80% selama periode bulan Ramadhan 2019. Peneliti melihat bahwa memang ada strategi komunikasi khusus yang PMI Kota Tangerang lakukan terbukti efektif dimana pada sebelumnya terjadi masalah kekurangan stok darah di bulan Ramadhan di tahun 2019 mampu membuat persediaan stok darah di wilayah Tangerang aman bahkan menjadi satu -satunya daerah di Jabodetabek yang masih memiliki persediaan stok darah di minggu ke 3 bulan Ramadhan.

Daftar Pustaka

Lexy J Moleng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (bandung : Remaja Rosda Karya,2006),hal 4.

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitan Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Prenada Media Group.

Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung:

Armico. 2006. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada

<http://tangerangnews.com/kota-tangerang/read/27008/PMI-Kota-Tangerang-Donor-Darah-Tidak-Membatalkan-Puasa-Tapi>

<http://tangerangnews.com/kota-tangerang/read/27080/Genjot-Ketersediaan-Stok-di-Bulan-Puasa-PMI-Gencarkan-Donor-Darah-di-Mall>