



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI

#### 3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam kampanye sosial mengenai Donor Apheresis ini yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode pengumpulan data kualitatif yang penulis gunakan seperti melakukan kusioner secara random dengan target 100 orang. Kusioner ini disebar melalui *instant messaging* seperti LINE dan *Whatsapp* serta melalui media sosial yaitu Facebook dengan jangka waktu selama tiga hari. Isi dari kusioner ini yaitu menanyakan seberapa tahukah masyarakat mengenai donor Apheresis dan seberapa tertarik mereka untuk melakukan donor Apheresis.

Metode kedua yang penulis gunakan yaitu kuantitatif, dalam metode pengumpulan data kuantitatif ini penulis melakukan wawancara kepada narasumber yang terkait dengan tema dari kampanye sosial ini. Penulis mewawancarai pihak dari PMI Kota Tangerang dan RS Dharmais. Pada wawancara ini, penulis memberikan beberapa pertanyaan terkait donor Apheresis seperti jumlah pendonor, psikografis yang sering mendonor Apheresis serta pandangan mereka mengenai minat masyarakat untuk melakukan donor Apheresis. Penulis juga melakukan studi existing mengenai kampanye sebelumnya yang terkait dengan donor Apheresis guna mengetahui media yang digunakan

### **3.1.1. Wawancara Mendalam (*Depth Interview Method*)**

Simon (1992) menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan salah satu dari tiga metode yang selalu digunakan dalam merancang sebuah kampanye (hal 47). Dalam mengumpulkan data untuk dianalisis, penulis melakukan wawancara terhadap berbagai pihak yang terkait dengan teman perancangan kampanye untuk mendapatkan informasi yang lebih detail, jelas dan lebih dapat dimengerti yang tidak bisa didapatkan dari studi literature. Berikut merupakan pihak-pihak yang telah diwawancarai oleh penulis beserta hasil dari wawancara tersebut.

#### **3.1.1.1. Wawancara PMI Kota Tangerang**

Penulis melakukan wawancara dengan Rusydi selaku staf PMI Kota Tangerang pada tanggal 24 Agustus 2018 di PMI Kota Tangerang. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui seberapa banyak peminat pendonor apheresis, alasan mengapa donor apheresis ini kurang di kenal oleh masyarakat serta perbandingan perbedaan antara donor darah biasa dengan donor apheresis. Selain itu juga Rusydi menjelaskan mengenai fungsi dan manfaat donor apheresis serta membagi pengalaman mengenai proses donor apheresis.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.1. Dokumentasi Wawancara dengan staf PMI Kota Tangerang

#### 1. Hasil Wawancara PMI Kota Tangerang

Rusydi mengatakan bahwa memang benar peminat donor apheresis cenderung lebih sedikit dibandingkan donor biasa, hal ini disebabkan karena faktor kurangnya sosialisasi mengenai donor apheresis itu sendiri.

Jarang ada organisasi yang khusus menjelaskan secara spesifik kepada masyarakat mengenai donor apheresis, sehingga masyarakatpun kurang mendapatkan edukasi mengenai apheresis. Memang ada beberapa kampanye ajakan donor apheresis tetapi hanya dilakukan satu dua kali sehingga tidak terlalu berpengaruh terhadap perkembangan donor apheresis. Beliau juga mengatakan tidak sembarang orang yang bisa

mendonorkan apheresis, harus orang yang benar-benar sehat yang dapat donor apheresis hal ini dikarenakan mendonor apheresis memerlukan waktu yang lama dibandingkan donor biasa, kualitas dari Tromobosit yang di hasilkan juga akan bagus apabila pendonor dalam keadaan sehat. Beliau

juga memberikan table jumlah pendonor apheresis per tanggal 14 Mei 2018 sampai dengan 14 Juni 2018.

**LAPORAN DARAH MASUK  
APHERESIS 14 MEI - 14 JUNI 2018**

| Golongan Darah | Jumlah    |
|----------------|-----------|
| A              | 22        |
| A NEG          | 0         |
| B              | 35        |
| B NEG          | 0         |
| O              | 27        |
| O NEG          | 0         |
| AB             | 9         |
| AB NEG         | 0         |
| <b>Jumlah</b>  | <b>93</b> |

| Single Dose | 2 (Double Dose) |
|-------------|-----------------|
| 5           | 88              |

|                        |           |
|------------------------|-----------|
| Pendonor Baru          | 2         |
| Pendonor Lama          | 91        |
| <b>Jumlah Pendonor</b> | <b>93</b> |

Gambar 3.2. Table Pendonor Apheresis di PMI Kota Tangerang

### 3.1.1.2. Wawancara RS Dharmais

Kali ini penulis melakukan wawancara dengan Samin selaku Staf Bank Darah di rumah sakit kanker Dharmasi. Wawancara dilakukan pada tanggal 27 Agustus 2018 di RS Dharmasi. Penulis mendapatkan kontak Samin dari salah satu dosen Universitas Multimedia Nusantara yaitu Bapak Darfi, beliau yang menyarankan penulis untuk menghubungi Samin selaku staf bank darah RS Dharmais. Penulis memilih RS Dharmais sebagai instansi narasumber dikarenakan rumah sakit ini khusus melayani pasien-pasien kanker yang pengobatannya hanya menggunakan

trombosit, oleh sebab itulah penulis langsung menghubungi Samin untuk mengatur waktu wawancara.



Gambar 3.3. Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Samin

#### 1. Hasil Wawancara Rumah Sakit Dharmais

Samin mengatakan bahwa pendonor di RS Dharmais ini di bagi menjadi dua jenis, yaitu pendonor dari keluarga dan pendonor sukarela.

Kebanyakan pendonor yang ada di RS Dharmais ini memang dari pihak keluarga yang salah satu anggota keluarganya pernah dirawat sehingga memerlukan donor apheresis, bahkan tidak sedikit pasien keluarga yang sudah meninggal tetapi anggota keluarganya masih mendonorkan apheresis untuk membantu pasien lain, oleh karena itulah kebanyakan

pendonor di RS Dharmais ini berusia lanjut. Sedangkan pendonor yang secara sukarela datang ke RS Dharmasi untuk berdonor apheresis sangatlah sedikit. Saat ini jumlah pendonor sukarela hanya sekitar 80 orang sedangkan kebutuhan trombosit Apheresis 200 sampai 250 setiap bulan.

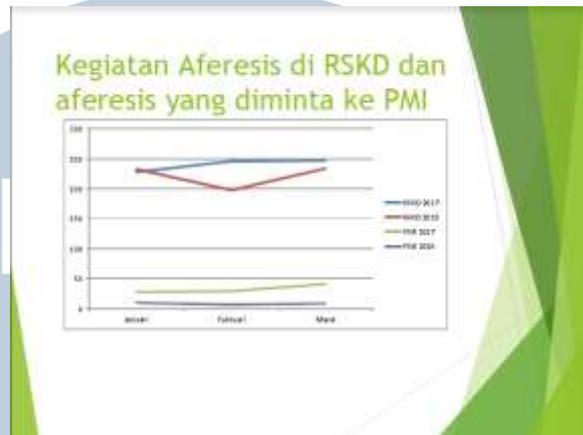
Dan hampir seluruh pendonor sukarela hanya bisa mendonasikan darahnya

diluar jam kerja. hal ini didukung dengan kurangnya sosialisasi dari Rumah Sakit mengenai apheresis. Beliau juga memberi tahu keefektifan penggunaan trombosit bagi pasien dibandingkan menggunakan donor biasa, fakta untuk yang beliau sampaikan mengenai donor trombosit adalah perbandingan antara donor biasa dengan donor trombosit yaitu sepuluh kantung pendonor darah biasa bila digabungkan sel trombosit nya, hanya menghasilkan satu kantung sel trombosit, jelas sangat tidak efektif menggunakan sepuluh kantung darah untuk satu pasien, lebih baik langsung menggunakan satu kantung sel trombosit. Samin juga memberikan data-data terkait penurunan donor trombosit

| JENIS TINDAKAN                       | TARGET 2018    | PENCAPAIAN<br>(periode Jan, & Maret<br>2018) |
|--------------------------------------|----------------|--|
| <b>Unit Bank Darah</b>               |                |  |
| 1. Pelayanan darah                   | 44.629 kantong | 12.829 kantong (29%)                         |
| 2. Trombosit Aferesis PMI            | 103 kantong    | 26 kantong (25%)                             |
| 3. Pemeriksaan golongan darah pasien | 13.164 pasien  | 4.263 pasien (32%)                           |
| 4. Tes Uji cocok Serasi              | 20.020 test    | 7.394 test (37%)                             |
| 5. Konfirmasi golongan darah donor   | 35.763 test    | 12.812 test (36%)                            |
| <b>Unit Aferesis</b>                 |                |  |
| 1. Trombaferesis donor               | 1.856 tindakan | 659 tindakan (36%)                           |
| 2. Leukaferesis                      | 0 tindakan     | 2 tindakan (2%)                              |
| 3. Plasmaferesis                     | 6 tindakan     | 81m ada tindakan                             |
| <b>Unit Kriogenik</b>                |                |  |
| 1. Pengolahan PBSC                   | 3 tindakan     | 2 tindakan (67%)                             |
| 2. Pengolahan sum-sum tulang         | 3 tindakan     | 81m ada tindakan                             |
| 3. Kriopreservasi PBSC               | 3 tindakan     | 81m ada tindakan                             |
| 4. Penyimpananbeku & pencairan PBSC  | 4 tindakan     | 81m ada tindakan                             |

Gambar 3.4. Tabel Target dan Pencapaian RS Dharmais selama bulan Januari sampai Maret

Table diatas merupakan hasil target dari RS Dharmasi selama tahun 2018 periode januari sampai dengan maret. Dari data diatas menunjukkan bahwa pendonor tidak memenuhi jumlah sasaran target yang sesuai.



Gambar 3.5. Tabel Kegiatan Apheresis di RS Dharmais

Dari data diatas bisa kita lihat bahwa kegiatan donor apheresis di RS Dharmais tahun 2018 pada bulan januari sampai maret mengalami penurunan, hal ini dikarenakan kurangnya pendonor sukarela yang ingin mendonorkan apheresis.

TC AFERESIS DONOR YANG DILAKUKAN DI RSKD  
( terjadi penurunan 9 % )

| BULAN    | TAHUN 2017 | TAHUN 2018 |
|----------|------------|------------|
| Januari  | 228        | 228        |
| Februari | 246        | 197        |
| Maret    | 247        | 234        |
| TOTAL    | 721        | 659        |

Gambar 3.6. Tabel Penurunan TC Apheresis

Dari data diatas bisa kita melihat total pendonor apheresis di RS Dharmais dari tahun 2017 dan 2018 pada bulan januari, febuari, maret mengalami penurunan dengan selisih 62 pendonor atau 9%

TC AFERESIS PMI  
( terjadi penurunan 73% )

| BULAN    | TAHUN 2017 | TAHUN 2018 |
|----------|------------|------------|
| Januari  | 28         | 9          |
| Februari | 29         | 7          |
| Maret    | 41         | 10         |
| TOTAL    | 98         | 26         |

Gambar 3.7. Tabel Penurunan TC Apheresis PMI

Sedangkan pada data diatas dapat kita lihat juga penurunan pendonor dari PMI dengan selisih 72 pendonor atau 73%

### 3.1.2. Kuesioner

Ardianto (2011) kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis yang akan diisi oleh responden (hal. 162). Kriyantono (2009) Kuesioner terbagi menjadi dua jenis yaitu: (hal. 95)

a. Kuesioner tertutup

Semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah disiapkan dalam kuesioner.

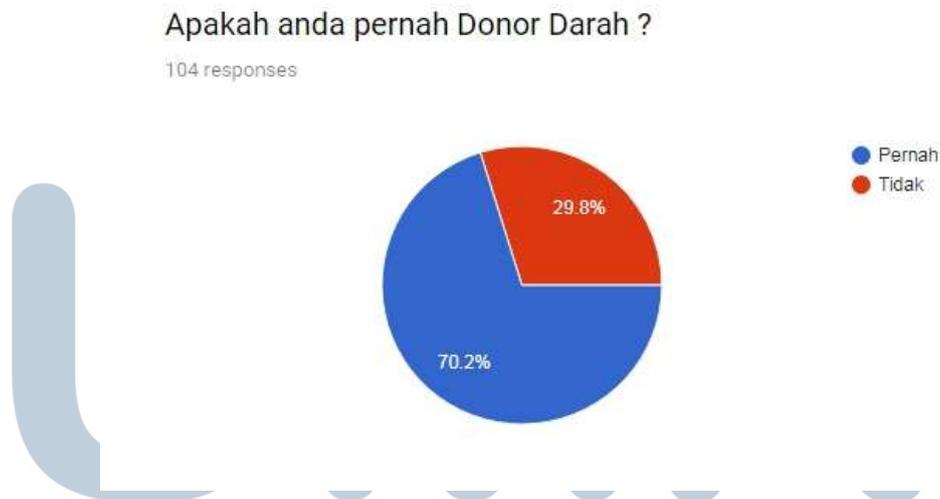
b. Kuesioner terbuka

Responden diberikan kebebasan untuk menjawab tanpa adanya alternatif jawaban dari peneliti.

Pada penelitian ini penulis melakukan kuesioner secara online yang bertujuan mengukur minat masyarakat untuk berdonor Apheresis dan mengetahui pada level manakah keingin tahuan masyarakat kita terhadap donor Apheresis. Kuisisioner dilakukan dengan metode random sampling dan mendapat respon sebanyak 104 orang. Disebar melalui *instant messaging* LINE dan *Whatsapp* serta media sosial Facebook, kuisisioner mulai disebar pada tanggal 20 September 2018.

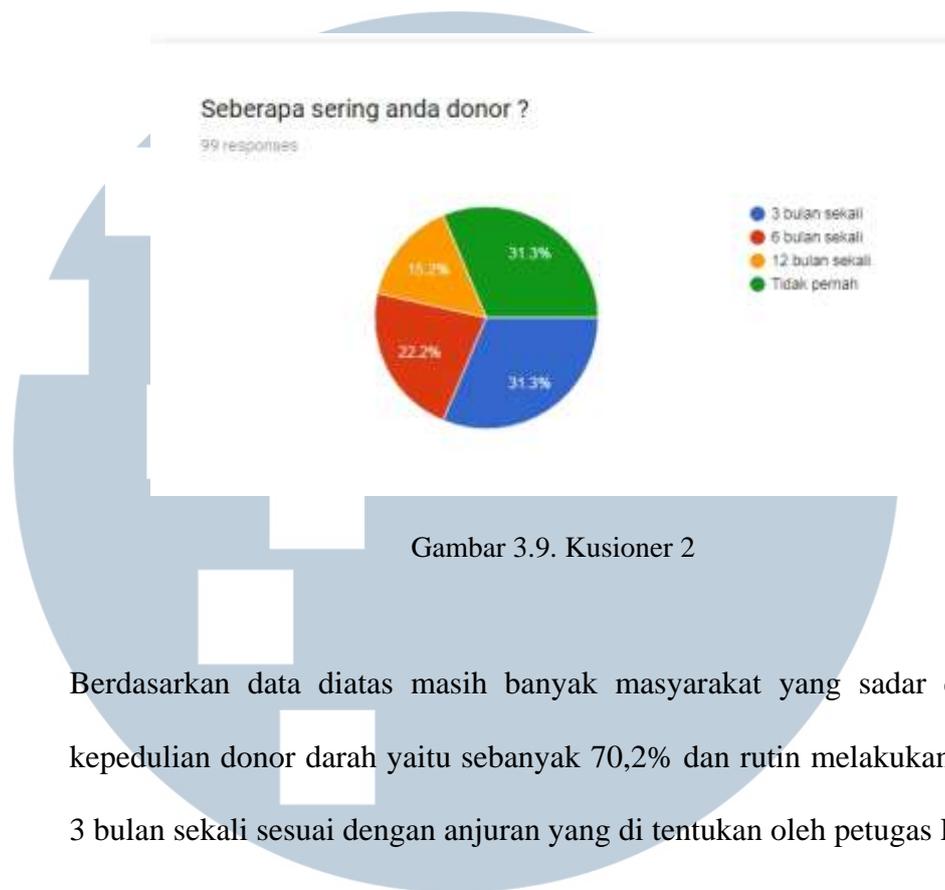
### 3.1.2.1. Analisa Kuisisioner

Dalam kuisisioner, penulis menanyakan sudah pernah melakukan donor dan seberapa sering.



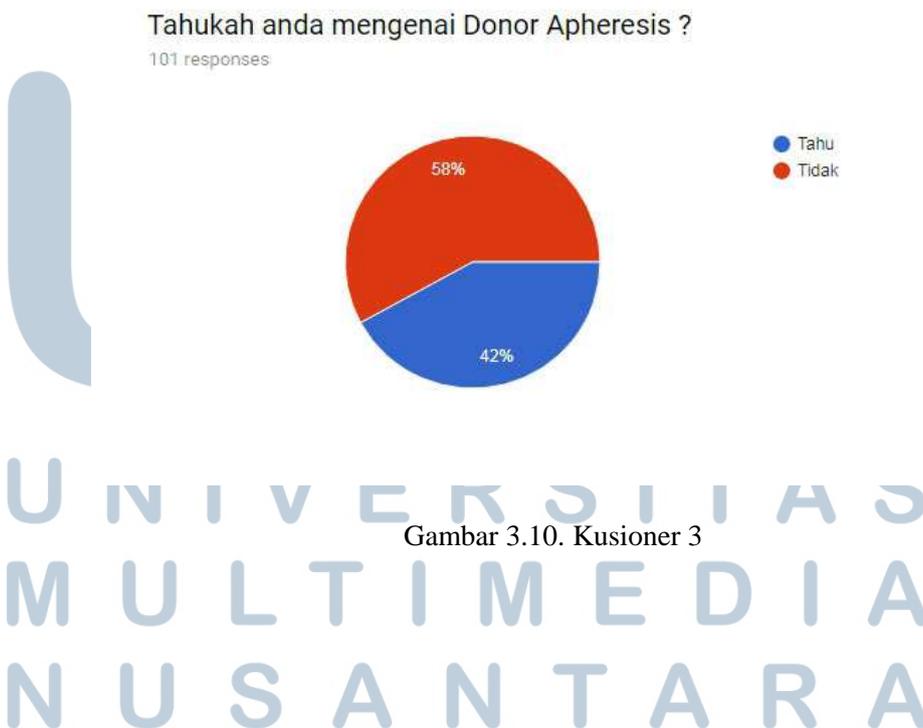
Gambar 3.8. Kuisisioner 1

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



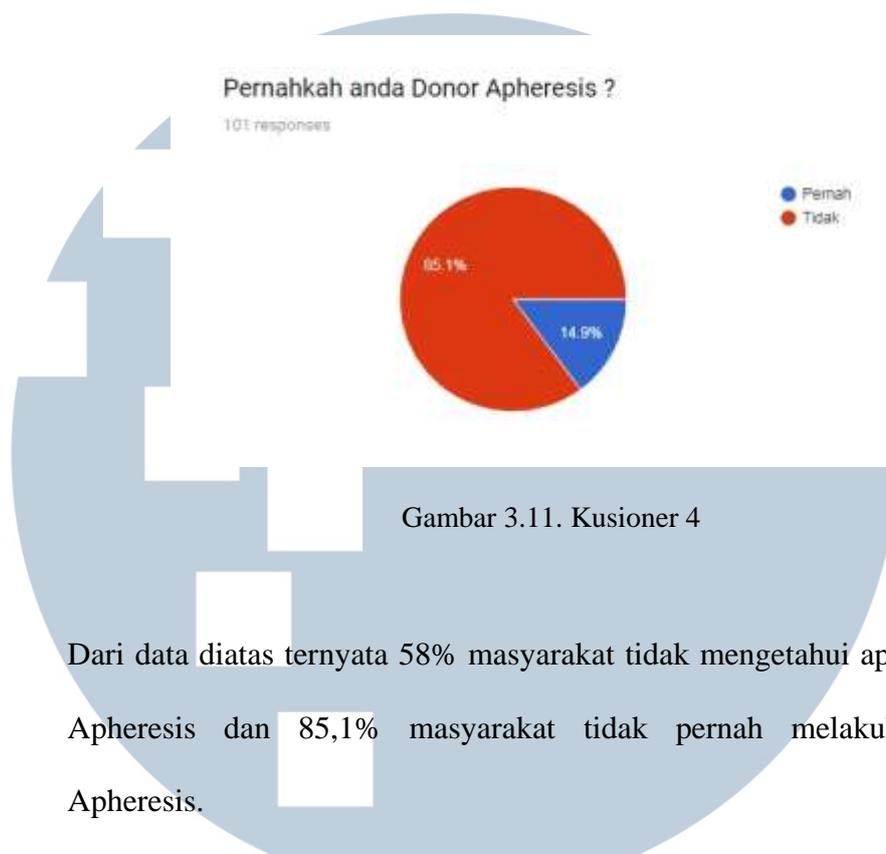
Gambar 3.9. Kusioner 2

Berdasarkan data diatas masih banyak masyarakat yang sadar dengan kepedulian donor darah yaitu sebanyak 70,2% dan rutin melakukan donor 3 bulan sekali sesuai dengan anjuran yang di tentukan oleh petugas PMI.



Gambar 3.10. Kusioner 3

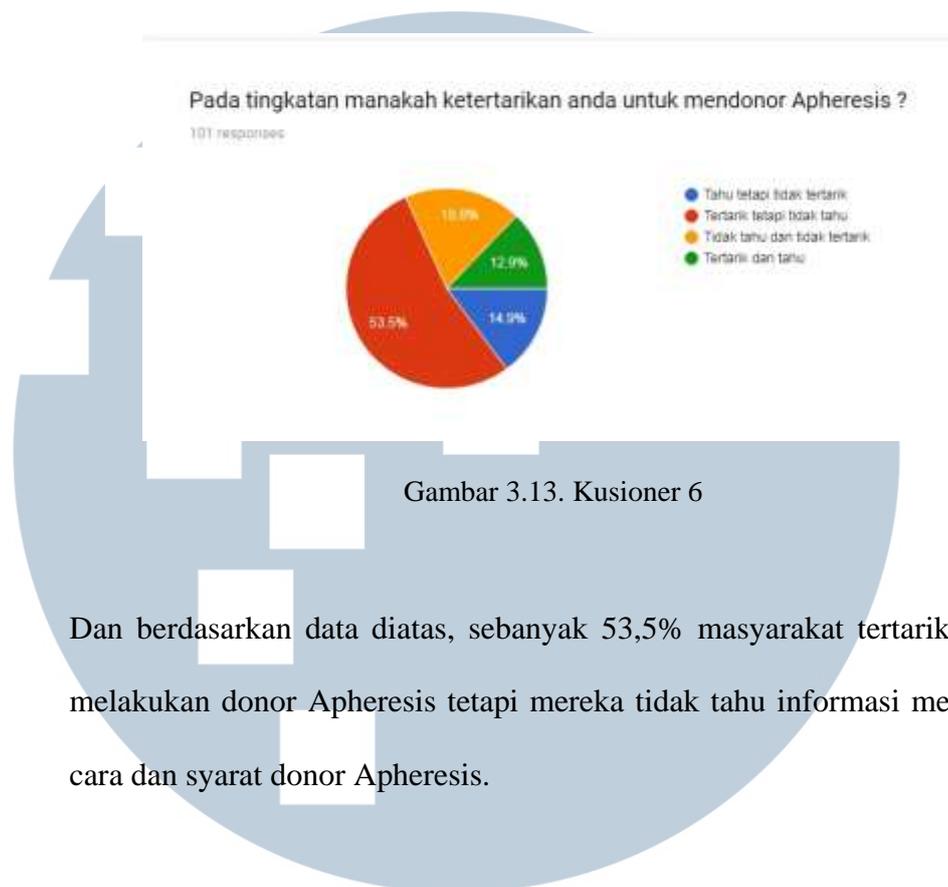
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Dari data diatas ternyata 58% masyarakat tidak mengetahui apa itu donor Apheresis dan 85,1% masyarakat tidak pernah melakukan donor Apheresis.



Berdasarkan data diatas dari 85,1% responden yang mengatakan tidak pernah donor Apheresis, 67,3% responden mengatakan kurangnya sosialisasi mengenai donor Apheresis ini sehingga mereka kurang informasi secara detail.



Gambar 3.13. Kuisiner 6

Dan berdasarkan data diatas, sebanyak 53,5% masyarakat tertarik untuk melakukan donor Apheresis tetapi mereka tidak tahu informasi mengenai cara dan syarat donor Apheresis.

### 1. Kesimpulan Kuisiner

Berdasarkan hasil kuisiner yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa, ternyata cukup banyak masyarakat yang mengetahui apa itu donor Apheresis dan ingin berdonor tetapi mereka tidak mengetahui secara detail informasi, tata cara berdonor, dan syarat yang harus di penuli oleh calon pendonor. Kurangnya sosialisasi menjadi salah satu penyebab mengapa masyarakat tidak ingin donor

Apheresis, Hal itulah yang menyebabkan tingkat ketidak tahuan masyarakat masih rendah mengenai donor Apheresis.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.1.3. Studi Existing

Selain mengumpulkan data, penulis juga melakukan studi existing untuk melihat kampanye-kampanye yang telah dilakukan sebelumnya atau yang masih berjalan hingga saat ini. Dari studi existing ini penulis dapat mempelajari lebih lanjut konsep perancangan dari kampanye tersebut, hasil dari visual yang digunakan, dan tingkat keberhasilan kampanye apakah dapat merubah pola pikir masyarakat sesuai dengan tujuan kampanye. Berikut merupakan kampanye yang dipilih oleh penulis:

1. *Save Lives With Apheresis*

Kampanye ini bertempat di Jakarta sekaligus memperingati HUT Kota Jakarta ke-487. Lokasi dari kampanye ini tepatnya di depan Hotel Pullman, Jalan Thamrin Jakarta tidak jauh dari bunderan HI dan panggung Jakarta Percussion Carnival Jakarta Night Festival. Kampanye ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mensosialisasikan mengenai donor Apheresis, karena masih kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Apheresis. Dalam acara tersebut Unit Donor Darah PMI Provinsi DKI Jakarta juga melakukan pemeriksaan golongan darah gratis kepada pengunjung Jakarta Night Festival.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.14. Event dari Kampanye *Save Lives With Apheresis*

## 2. *Give blood, Give now, Give often*

Kampanye donor ini bertepatan dengan hari donor darah sedunia yang jatuh pada tanggal 13 juli. Kampanye ini dilaksanakan di PMI Kota Banda Aceh berbarengan dengan pelantikan pengurus PMI Kota Banda Aceh, berlokasi di Markas PMI Kota Banda Aceh, Jl. Stadion H. Dimurthala No.3 Lampineung Banda Aceh. Kampanye ini bertemakan “*What can you do*” dengan sub tema “*Give blood, Give now, Give often*”. Ada pun beberapa kegiatan yang dilakukan saat kampanye ini diselenggarakan yaitu, Kampanye donor darah, donor darah masal, dan penganugerahan pendonor darah sukarela.

U  
M  
N  
U  
N  
I  
V  
E  
R  
S  
I  
T  
A  
S  
M  
U  
L  
T  
I  
M  
E  
D  
I  
A  
N  
U  
S  
A  
N  
T  
A  
R  
A



Gambar 3.15. Poster kampanye *Give blood, Give now, Give often*

### 3. *Blood For Life*

Kampanye ini diselenggarakan oleh salah satu hotel di Madiun bertepatan dengan perayaan HUT RI, digelar di lobby Hotel Aston, Jl. Mayjen Sungkono 41, Kota Madiun, Jawa Timur. Kampanye ini bertemakan “*Blood For Life*” dengan semangat 45 dibulan Agustus.



Gambar 3.16. Poster kampanye *Blood For Life*

#### 4. Kaskus Donor Darah “ *One Blood One Nation 2018*”

Kegiatan kampanye ini merupakan salah satu acara Kaskus Headquarter yang berkerjasama dengan PMI. Kampanye ini beragendakan donor darah serentak bersama komunitas regional KASKUS di 58 regional. Tujuan dari kegiatan kampanye ini yaitu, mempererat tali persaudaraan, memperkenalkan kegiatan sosialisasi, mendorong gaya hidup sehat melalui donor darah, meningkatkan kesadaran masyarakat pentingnya melakukan donor darah.



Gambar 3.17. Poster kampanye *One Blood One Nation*

### 3.2. Metodologi Perancangan

Morisson (2010) Proses perancangan merupakan suatu proses yang harus dijalankan praktisi pemasaran dalam memilih target tujuan, agar tujuan dari perancangan lebih efisien (hal. 55). Berikut merupakan proses perancangan :

## 1. Identifikasi Pasar

Identifikasi pasar merupakan kegiatan yang berguna untuk mengelompokkan konsumen atau target yang memiliki gaya hidup, kebutuhan dan kesukaan yang sama (hal. 55)

- Pada tahap ini penulis melakukan pengamatan kepada pendonor yang melakukan donor di PMI Kota Tangerang.

## 2. Menentukan Segmentasi

Metode perancangan harus memiliki beberapa segmen audien yang memiliki karakter atau respon yang sama. Dengan memahami siapa audien, maka segmentasi dapat menentukan bagaimana cara menjangkau audien yang sesuai. (hal. 57)

- Pada tahap ini penulis sudah mulai mengelompokkan audien agar sesuai dengan tujuan kampanye.

## 3. Memilih Target

Memilih beberapa segmen audien yang akan menjadi focus kegiatan-kegiatan pemasaran dan promosi. (hal. 69)

- Pada tahap ini penulis sudah menentukan target yang sesuai dengan kampanye yang dibuat, seperti masyarakat yang pernah donor biasa akan tetapi tidak mengetahui donor Apheresis.

#### 4. Menentukan *Positioning*

Sebuah perancangan harus memiliki pernyataan positioning yang memiliki hubungan erat dengan strategi dan harus bisa mewakili persepsi yang hendak dicapai dalam benak audien. (hal. 72).

- Pada tahap ini penulis sudah mulai merancang skema yang baik untuk kampanye yang dibuat nanti, menganalisis nilai-nilai positif dari berdonor Apheresis.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA