

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Hardani, dkk (2020) menyebutkan bahwa data kuantitatif merupakan penelitian yang mengukur data secara objektif, sedangkan data kualitatif merupakan metode penelitian yang memahami data secara subjektif. Tujuan utama dari data kuantitatif adalah menghubungkan antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Tujuan utama dari data kualitatif adalah untuk membandingkan fenomena - fenomena yang termasuk dalam satu kategori dengan sifat yang sama (hlm. 39 - 41). Metode penelitian gabungan menurut Sugiyono adalah kombinasi dari penelitian secara kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan data yang lebih valid dan dapat diandalkan (Guru Pendidikan, 2020). Adapun penerapan umum penelitian kuantitatif adalah penyebaran survei dan angket. Penerapan untuk penelitian kualitatif adalah observasi, wawancara, studi referensi, studi eksisting dan dokumentasi.

Maka, metode penelitian yang akan penulis lakukan adalah dengan pengumpulan data gabungan. Teknik pengumpulan data yang akan penulis lakukan adalah dengan melakukan wawancara, menyebarkan survey, dan studi eksisting.

3.1.1. Wawancara

3.1.1.1. Wawancara dengan Humas PMI Kota Tangerang

Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Ade Kurniawan selaku humas PMI Kota Tangerang. Penulis dan Bapak Ade melakukan janji wawancara pada tanggal 9 September 2020 pukul 15:00 WIB via Zoom. Topik wawancara yang penulis ajukan adalah untuk memahami permasalahan terkait kurangnya stok darah yang dialami oleh PMI Kota Tangerang di masa pandemi. Menurut Bapak Ade, kurangnya stok darah yang terjadi di PMI Kota Tangerang merupakan permasalahan yang terjadi karena pandemi. Biasanya PMI Kota Tangerang memenuhi stok darah dengan cara menjadwalkan kegiatan donor darah di perkantoran di Jakarta dan juga pabrik-pabrik.

Namun, akibat diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), beberapa jadwal kegiatan donor darah menjadi diundur atau dibatalkan. Hal tersebut yang menyebabkan stok darah berkurang secara drastis. Bapak Ade menyatakan bahwa terjadinya penurunan stok darah bukan dikarenakan masyarakat yang enggan melakukan donor darah, namun dikarenakan PSBB yang mewajibkan masyarakat untuk tidak keluar rumah.

Minat masyarakat justru bisa dibilang cukup tinggi. Untuk meniyasati permasalahan tersebut, PMI Kota Tangerang meluncurkan program untuk menjemput bola. Program tersebut bernama DOBRAK

‘Donor Dirumah Bareng Keluarga’. Melalui program tersebut, PMI Kota Tangerang tetap melayani kegiatan donor darah pada skala komunitas kecil dimulai dari 3 hingga 5 orang di masa pandemi. Bapak Ade menilai kesadaran masyarakat akan program DOBRAK masih rendah karena kegiatan promosi program tersebut hanya disalurkan dari mulut ke mulut pada komunitas tertentu.

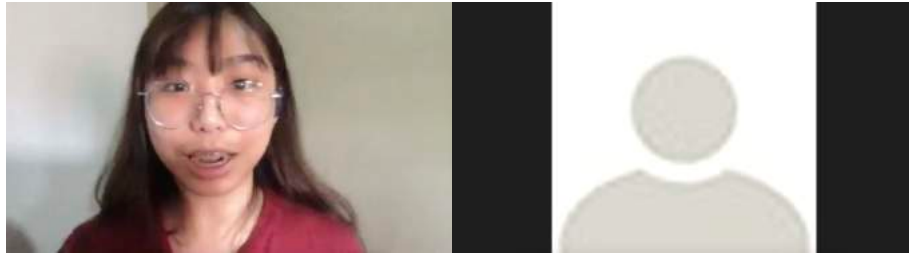
Perbedaan kegiatan donor darah saat pandemi dengan donor darah pada saat normal terdapat pada aturan yang mengharuskan PMI untuk taat pada protokol kesehatan yang sudah ditetapkan; pengecekan suhu badan, menjaga jarak, mencuci tangan, masker, *face shield*, dan disinfeksi pada area donor. Diluar itu, seperti pengecekan *rapid test* masih belum menjadi *mandatory* di setiap PMI. Namun, kalau ada, hal tersebut merupakan kebijakan tambahan pelayanan dari PMI di tempat tersebut.

Persyaratan untuk melakukan donor darah pun tidak sulit. Umumnya, donor darah dilakukan oleh orang yang berusia 17 hingga 60 tahun. Di atas usia 60 masih diperbolehkan untuk melakukan donor darah, dengan catatan orang yang berusia 60 tahun tersebut rutin melakukan donor darah. Sebelum dilakukan pengambilan darah, di PMI akan dilakukan pengecekan standar seperti pengecekan hemoglobin, tekanan darah, berat badan, dan anamnesa secara umum. Rata-rata usia pendonor yang paling banyak adalah di usia 30 hingga

40 tahun, kemudian disusul oleh usia dengan rentang usia 20 hingga 30 tahun.

PMI Kota Tangerang pernah menemukan kasus pendonornya yang merasa khawatir akan terkena COVID-19 lewat transfusi jarum pada saat ingin melakukan donor darah. Namun, PMI Kota Tangerang menyebutkan bahwa donor darah di saat pandemi itu aman dan tidak ada yang perlu ditakuti oleh masyarakat selama protokol kesehatannya dipatuhi dengan baik. Bapak Ade menyatakan bahwa sampai saat ini belum ditemukan kasus penularan COVID-19 melalui transfusi darah, karena saat ini pemerintah lebih fokus untuk mencari tahu penularan via *droplets* ataupun *airborne*. Mengenai penularan lewat transfusi darah, masih belum terdapat bukti yang konkret.

Untuk penutupan wawancara, penulis bertanya kepada Bapak Ade mengenai pesan yang ingin disampaikan PMI Kota Tangerang kepada masyarakat terkait kurangnya stok darah akibat pandemi. Bapak Ade menyatakan bahwa tidak ada yang perlu ditakuti untuk melakukan donor darah bersama PMI. Selama protokol kesehatan diikuti, maka kegiatan donor darah akan terjamin aman.



Gambar 3.1. Bukti Wawancara (via Zoom)

3.1.1.2. Wawancara dengan Silsa Dea (Peserta Donor Darah)

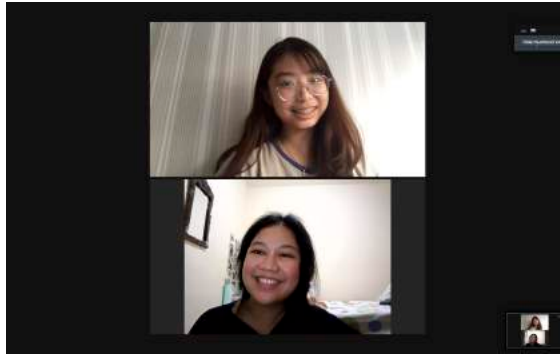
Penulis melakukan wawancara dengan narasumber Silsa Dea sebagai salah satu peserta yang pernah melakukan donor darah di saat pandemi di Tangerang. Selama pandemi berlangsung, Dea telah mengikuti kegiatan donor darah sebanyak tiga kali di tanggal 7 Maret, 22 Juni, dan 7 Oktober. Dea sempat gagal untuk donor darah yang pertama kali dikarenakan kondisi badannya yang kurang *fit* karena *work from home*.

Pada saat melakukan donor darah di saat pandemi, Dea menyebutkan bahwa ada prosedur yang membedakan pada saat ia melakukan donor darah di saat pandemi dan pada kondisi normal. Pada kondisi pandemi, seseorang diharuskan untuk cuci tangan terlebih dahulu sebelum masuk ke dalam area donor. Lalu, yang membedakan lagi adalah biasanya calon donor akan disuruh mengganti sepatu dari luar dan menggunakan sepatu dari PMI, namun sejak adanya pandemi, hal tersebut menjadi tidak diberlakukan lagi.

Protokol yang diberlakukan pun juga ketat, Dea melihat petugas menggunakan *face shield* dan juga masker untuk menjaga keamanan kesehatan agar tidak ada yang tertular COVID. Selain itu, ada lagi yang membedakan proses donor darah normal dan pada saat pandemi, yaitu setelah selesai dilakukan pengambilan darah, staff PMI menyemprotkan disinfektan ke tempat area donor (tempat berbaring).

Pada awalnya Dea merasa takut untuk melakukan donor darah, namun berkat dukungan temannya yang kebetulan adalah seorang perawat, Dea diberitahu bahwa donor darah itu aman. Yang penting menghindari kontak dengan orang-orang. Petugas PMI juga menggunakan sarung tangan dan jarumnya steril. Jadi, meskipun awalnya sedikit takut, Dea tetap memberanikan diri untuk melakukan donor darah. Faktor lainnya yang membuat Dea percaya terhadap kinerja PMI adalah karena menurutnya fasilitas PMI yang sekarang sudah bagus, *brandingnya* juga bagus.

Walaupun Dea sudah sering melakukan donor darah, Dea ternyata masih belum mengetahui mengenai adanya program DOBRAK. Menurutnya, program tersebut sangat efektif terutama di masa pandemi ini, PMI melaksanakan program menjemput bola, juga mendukung *stay at home*.



Gambar 3.2. Bukti Wawancara (via Zoom)

3.1.1.3. Wawancara dengan Adit (Peserta Donor Darah)

Adit pernah melakukan donor darah di saat pandemi, tepatnya pada tanggal 7 Juni 2020 di PMI Tangerang. Adit terinspirasi dan termotivasi donor darah dari ayahnya yang merupakan seorang pendonor rutin juga. Selain itu, Adit juga pernah mendapat *sharing* mengenai manfaat donor darah untuk kesehatan, maka sampai sekarang hal tersebut yang masih memotivasi Adit untuk rutin melakukan donor darah. Adit pertama kali melakukan donor darah di tahun 2013, namun menurutnya usia tidak bisa menjadi patokan seseorang untuk menentukan siap atau tidak siapnya melakukan donor darah maupun faktor ketakutan terhadap jarum.

Menurutnya, melakukan donor darah di saat pandemi terasa sedikit berbeda dengan diterapkannya protokol kesehatan. Walaupun donor di saat pandemi, Adit tidak merasa adanya kekhawatiran karena faktor kepercayaan terhadap kinerja dari PMI. Adit menyatakan bahwa ia pernah mendengar adanya program DOBRAK melalui Instagram PMI Kota Tangerang, namun masih tidak mengetahui

seperti apa persisnya program tersebut. Menurutnya, program tersebut termasuk efektif, jadi masyarakat tidak perlu jauh-jauh untuk pergi ke UDD PMI

3.1.1.4. Kesimpulan Hasil Wawancara Peserta Donor

Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan terhadap kedua peserta donor, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa *awareness* akan adanya program DOBRAK masih sangat rendah, namun peserta donor sangat berminat akan program tersebut. Kesimpulan lainnya yang dapat penulis tarik kesimpulannya adalah meskipun pada awalnya memiliki sedikit ada keraguan, namun peserta donor percaya bahwa PMI memiliki kinerja yang dapat dipercaya, seperti penerapan protokol kesehatan, penggunaan alat pelindung seperti masker dan *face shield*, dan sebagainya. Pengalaman tersebut yang membuat peserta donor menjadi tidak ragu apabila akan melakukan donor darah di kemudian hari.

3.1.2. Kuesioner

Kuesioner akan dibuat menggunakan *platform Google Form*. Penulis melakukan penyebaran kuesioner *online* di *platform* media sosial seperti Instagram, LINE, dan Whatsapp. Kuesioner disebar kepada responden orang dewasa yang berdomisili di Kota Tangerang dengan rentang usia 26 - 35 tahun. Berdasarkan Badan Pusat Statistik, per tahun 2018, jumlah penduduk di usia 26 - 35 tahun adalah sebanyak 448.286 jiwa untuk perempuan dan

laki-laki. Jumlah pertanyaan yang disebarakan adalah sebanyak 14 buah pertanyaan, yang dipisah menurut 3 *section*. Bagian pertama bertujuan untuk menyeleksi responden dan memahami dari sisi demografis; seperti usia, pengeluaran, dan pendidikan. Bagian kedua memiliki tujuan untuk menyeleksi responden menurut pengalaman donor darahnya pada saat sebelum pandemi maupun sesudah pandemi, selain itu juga memiliki tujuan untuk memahami motivasi dan kekhawatiran dalam melakukan donor darah. Pada bagian ketiga, pertanyaan pada kuesioner bertujuan untuk mengukur minat dan *awareness* masyarakat terhadap program DOBRAK.

Teknik mengambil sampel yang dilakukan adalah dengan cara *random sampling*. Rumus yang digunakan untuk menghitung sampel adalah dengan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah pada sampel

N = jumlah total populasi

e = toleransi error

Penulis menggunakan jumlah total populasi kota Tangerang berusia 26 - 35 tahun adalah sebanyak 448.286 jiwa dan toleransi *error* sebanyak 10%. Maka hasil yang didapatkan adalah sampel sebanyak 100 responden.

$$n = \frac{448286}{1 + (448286 \cdot (0,10)^2)} = 99,9$$

3.1.2.1. Kesimpulan Kuesioner

Dari hasil kuesioner, penulis mendapatkan data bahwa sebesar 80% masyarakat pernah melakukan donor darah dan masih mau untuk melakukannya lagi. Alasan utama yang memotivasi untuk melakukan donor darah adalah karena pemahaman manfaat donor darah akan kesehatan diri sendiri sebanyak 55.6%. Namun sayangnya sejak terjadi pandemi, masyarakat menjadi mengurungkan niatnya untuk melakukan donor darah. Hal tersebut dikarenakan ketakutan akan penularan COVID saat akan dilakukan transfusi darah (44.4%) dan terhambat oleh PSBB sehingga tidak dapat pergi ke UDD setempat (25.3%).

Ketika ditanya mengenai program DOBRAK, sebanyak 90.9% menjawab bahwa mereka tidak pernah mendengar program tersebut, menandakan bahwa *awareness* mengenai program tersebut masih sangat rendah. Namun dengan adanya program DOBRAK yang tidak mengharuskan masyarakat datang langsung ke UDD, masyarakat (84.8%) menjadi lebih berminat untuk melakukan donor darah bersama PMI.

Apa yang membuat Anda masih ragu-ragu? (berupa jawaban singkat saja)

7 responses

| |
|---|
| Takut sama jarum |
| Masa pandemi |
| Krn pertemuan antara pendonor dgn petugas. Dgn kata lain saya mrnghindari ketemu dgn orang |
| masih takut akan penularan covid 19 |
| Agak ribet dan takut bahaya |
| Karena tidak tahu kondisi keluarga mengijinkan atau tidak dalam menjalankan program ini di saat fase covid-19 |
| Karena masih ada orang rumah yang takut untuk suntik donor darah |

Gambar 3.3. Hambatan Donor Darah

Berdasarkan data di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian masyarakat masih takut dan percaya dapat tertular COVID apabila melakukan donor darah di saat pandemi. Masyarakat masih merasa bahwa melakukan donor darah di saat pandemi merupakan sesuatu yang berbahaya. Selain itu, ada juga yang tidak melakukan donor darah karena ingin menjaga jarak dengan orang, tidak ingin bertemu langsung dengan petugas. Alasan lainnya yang masih menghambat masyarakat melakukan donor darah adalah karena takut akan jarum suntik.

3.1.3. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi terhadap 3 iklan promosi donor darah yang memiliki pesan yang berbeda-beda.

Tabel 3.1. Tabel Perbandingan

| | OBJEK TA | KOMPETITOR 1 | KOMPETITOR 2 | KOMPETITOR 3 |
|-------------------------------|--|---|--|---|
| Logo |  Palang Merah Indonesia |  |  | - |
| Lokasi | IG sosial media | IG sosial media | IG sosial media | Gading Serpong |
| Produk / jasa yang ditawarkan | Program DOBRAK | Kegiatan Donor Darah | Informasi Donor Darah | Kegiatan Donor Darah |
| Produk unggulan |  |  |  |  |
| Target audiens | Yang mau donor darah namun terkendala pandemi & PSBB | Komunitas fotografi Tangerang | Kaum melek teknologi & informasi (followers KOMINFO) | Cluster (yang sudah berkeluarga) |
| Kelebihan | Menawarkan program yang efisien di tengah pandemi | Mengajak dalam rangka memperingati hari PMI (berpotensi) | Menawarkan informasi positif untuk mengubah persepsi masyarakat mengenai donor darah | Mudah menjangkau masyarakat di area tersebut yang tidak follow update di IG PMI. |

| | | | | |
|------------|--|--|--|--|
| Kekurangan | Tidak menjelaskan untuk apa masyarakat melakukan donor darah | Tidak menjelaskan untuk apa masyarakat melakukan donor darah | Walaupun sudah membahas protokol kesehatan, masih menyinggung donor darah untuk membantu sesama (kurang sesuai motivasi utama) | Masih menggunakan media cetak, tidak dijelaskan mengapa masyarakat harus donor darah |
|------------|--|--|--|--|

Berdasarkan tabel di atas, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa media yang banyak digunakan dalam mempromosikan berbagai kegiatan donor darah sebagian besar mudah didapatkan melalui media sosial seperti Instagram. Berdasarkan data yang kuesioner dapatkan, sebagian besar masyarakat melakukan donor darah untuk manfaat kesehatan diri sendiri. Setelah melakukan perbandingan, penulis masih belum mendapatkan iklan promosi mengenai donor darah yang menitikberatkan pada manfaat donor darah terhadap kesehatan individu. Kebanyakan iklan mengenai donor darah lebih menitikberatkan pada pesan seperti “Ayo donorkan darahmu!” atau “Donorkan darahmu untuk sesama!”.

3.2. Metodologi Perancangan

Tahapan perancangan kampanye akan menggunakan strategi AISAS milik Sugiyama, dkk (2011) dalam bukunya yang berjudul *The Dentsu Way*:

Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency. Menurut Sugiyama, ada 5 tahapan strategi pada AISAS:

3.2.1. Attention

Pada tahapan AISAS, tahap *attention* penting untuk menarik perhatian dari para *audiens* untuk lebih mengenali atau *aware* terhadap suatu *brand*, produk, atau jasa yang ditawarkan. Tahapan *attention* bertujuan agar *audiens* tertarik keluar dari *information barrier*. Iklan yang menarik perhatian dapat mengarahkan *audiens* ke tahapan berikutnya seperti tahapan *Interest*, *Search*, *Attention*, dan *Share*. Yang ingin disampaikan dalam tahapan *Attention* adalah bahwa donor darah di saat pandemi masih mungkin untuk dilakukan. Kegiatan donor darah pun hadir dengan protokol kesehatan yang menjamin keamanan calon donor.

3.2.2. Interest

Pada tahapan *Interest*, setelah konsumen merasa tertarik, tahap selanjutnya adalah bagaimana caranya sebuah kampanye dapat menumbuhkan minat dalam benak target *audiens*. Peningkatan minat *audiens* bisa dipengaruhi oleh faktor seperti konten iklan yang relevan dengan informasi yang *audiens* butuhkan. Berdasarkan data yang telah didapatkan, motivasi utama untuk melakukan donor darah terbesar adalah untuk mendapatkan manfaat terhadap kesehatan diri sendiri. Maka, pesan yang ingin disampaikan pada tahapan ini adalah donor darah itu sehat. Media yang digunakan dalam

tahapan ini adalah iklan sosial media (Instagram dan Facebook), *web banner*, *x-banner*, dan spanduk.

3.2.3. Search

Iklan yang dapat menarik dan meningkatkan minat dari *audiens* dapat menimbulkan rasa penasaran terhadap *audiens*, sehingga target yang telah memiliki minat yang tinggi akan meluangkan waktunya untuk melakukan pencarian informasi secara sukarela terhadap *brand*, produk atau jasa yang ditawarkan. Pencarian bisa saja dilakukan dari beberapa sumber seperti *official webpage* dan Instagram *official*. Pada tahapan ini, target dapat mendapatkan berbagai macam informasi seperti mitos dan fakta, syarat donor darah, pantangan donor darah, dan lain sebagainya.

3.2.4. Action

Setelah *audiens* memberikan respon dan telah memahami informasi yang disampaikan dari tahapan-tahapan sebelumnya, *audiens* mengalami perubahan perilaku dari pasif menjadi aktif. *Audiens* dapat melakukan tindakan (*action*) sesuai dengan isi pesan yang disampaikan. Dalam konteks ini, tindakan yang diharapkan adalah untuk berpartisipasi dalam kegiatan DOBRAK dan langsung mengontak PMI lewat *hotline*.

3.2.5. Share

Pada tahapan terakhir, setelah *audiens* melakukan tindakan sesuai dengan yang diharapkan, *audiens* yang mendapatkan pengalaman positif dapat berbagi pengalaman kepada kerabat, keluarga, maupun orang lain mengenai

brand, produk, atau jasa tertentu (hlm. 77 - 82). Tahapan *Share* akan dilakukan dengan cara membagikan *gimmick* seperti masker, dan berbagi pengalaman mengikuti DOBRAK lewat *twibbon*.