

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **1.1 Rekrutmen Donor**

##### **1.1.1 Pengertian**

Rekrutmen Donor adalah kegiatan memotivasi dan mendidik masyarakat dengan berbagai cara agar bersedia menyumbangkan darahnya dan kemudian mau menjadi donor darah sukarela yang lestari. Target utama rekrutmen adalah diperolehnya jumlah darah sesuai dengan kebutuhan atau target yang difokuskan terhadap pendonor darah sukarela risiko rendah. Ketersediaan darah yang aman dan bermutu selain ditentukan oleh pemeriksaan serologi IMLTD juga sangat dipengaruhi oleh rekrutmen donor yang tepat dan terarah. (Permenkes RI Nomor 91 Tahun 2015).

##### **1.1.2 Faktor Penentu Keberhasilan Rekrutmen Donor**

###### **1. Perencanaan**

Membuat perencanaan yang tepat berdasarkan:

- a. perkiraan jumlah darah yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu di wilayah setempat dan jejaring
- b. Jumlah dan kelas Rumah Sakit
- c. Jenis penyakit
- d. kondisi darurat.

Atas dasar perkiraan tersebut, harus menyusun strategi rekrutmen dan jadwal rekrutmen donor.

## 2. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia yang melaksanakan rekrutmen donor harus mempunyai kompetensi dan jumlahnya yang memadai berdasarkan area jangkauan.

## 3. Pembiayaan

Menganggarkan biaya rekrutmen donor yang diperuntukkan bagi ketersediaan sarana dan prasarana, serta pelaksanaan kegiatan

## 4. Metode

Pemilihan metode yang tepat sangat menentukan keberhasilan rekrutmen. Metode rekrutmen dapat menggunakan media elektronik, media cetak maupun melalui kontak langsung berupa ceramah.

## 5. Sarana dan Prasarana

Penyediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk rekrutmen donor yaitu pamflet, leaflet, brosur, spanduk, banner, alat edukasi audio visual.

6. Pemeriksaan atas kepatutan donor untuk menyumbangkan darahnya harus dibuat dengan jalan memperhitungkan keadaan umum, jawaban terhadap pertanyaan tentang kesehatan, riwayat kesehatan dan faktor risiko potensial terkait gaya hidup dan beberapa pemeriksaan sederhana.

### **1.1.3 Standar Rekrutmen Donor**

#### 1. Informasi Yang Disediakan

- a. Manfaat penyumbangan darah bagi pendonor.

- b. Penyakit-penyakit yang dapat ditularkan melalui transfusi darah.
- c. Perilaku-perilaku berisiko yang dapat ditularkan melalui transfusi darah.
- d. Terjaminnya kerahasiaan atas hasil pemeriksaan uji saring terhadap darah donor (perlindungan pribadi, kesehatan dan data pemeriksaan).
- e. Persyaratan/kriteria donor darah.
- f. Alasan diharuskannya pemeriksaan medis, kesehatan dan riwayat kesehatan.
- g. Alasan mengapa pendonor tidak boleh menyumbangkan darah jika terdapat risiko potensial baik untuk donor maupun pasien.
- h. Proses penyumbangan darah dan efek samping yang mungkin terjadi dari pengambilan darah.
- i. Pendonor darah harus dengan jujur memberikan keterangan terkait riwayat kesehatannya.

## 2. Identifikasi dan Regristasi Pendonor

- a. Regristasi
  - Identitas (KTP/Surat Ijin Mengemudi/nomor paspor, untuk orang asing)
  - Nomor kartu donor (donor terdahulu)
  - Nama lengkap meliputi nama pertama, tengah dan akhir
  - Alamat rumah termasuk kelurahan, kecamatan dan kota
  - Alamat kantor

- Nomor telepon
- Jenis kelamin
- Tanggal lahir
- Tempat lahir
- Pekerjaan
- Tanggal, waktu dan tempat penyumbangan darah

b. Identifikasi Pendonor

- Nama lengkap
- Tanggal lahir
- KTP/Surat Ijin Mengemudi/nomor paspor, untuk orang asing
- Alamat rumah sesuai KTP
- Alamat kantor
- Nomor telepon rumah dan telpon seluler
- Kartu donor

## **1.2 Media Sosial**

### **1.2.1 Pengertian Media Sosial**

Media sosial merupakan situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Henderi, 2007). Media sosial umumnya juga dapat digunakan

sebagai media promosi bagi beberapa pemilik online shop untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Banyak dari mereka yang menggunakannya sebagai sarana promosi karena selain menghemat biaya pengeluaran juga mudah dalam hal pembuatan konten. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

### **1.2.2 Media Sosial Facebook**

Media sosial facebook merupakan layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada february 2004 oleh Mark Zuckerberg ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dan lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam untuk mengaksesnya. Disini pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan teman, bertukar pesan serta berbagi informasi.

### 1.2.3 Fungsi Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapaun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

- a) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- b) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.

Selain itu terdapat pendapat lain menurut (Puntoadi,2011), yaitu pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut :

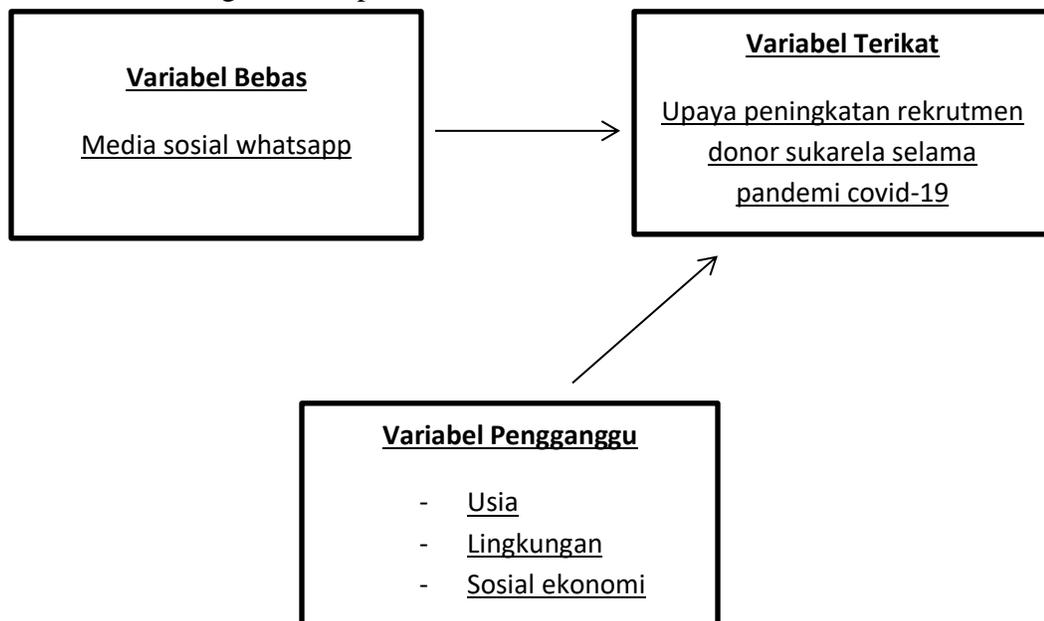
- a) Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audience adalah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.

b) Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

#### 1.2.4 Penggunaan Media Sosial Untuk Rekrutmen Donor

Penggunaan media sosial terutama pada aplikasi whatsapp grup sebagai sarana untuk rekrutmen donor di masa pandemi covid-19 ini guna memberikan informasi mengenai donor darah. Para pendonor yang tergabung di grup tersebut jika ingin mendonorkan darahnya bisa melihat di grup tersebut tentang informasi kegiatan donor darah.

Kerangka Konsep :



### Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh media sosial dalam upaya peningkatan rekrutmen donor sukarela di masa pandemic covid-19.

H1 : Ada pengaruh media sosial dalam upaya peningkatan rekrutmen donor sukarela di masa pandemic covid-19.