

HUBUNGAN ANTARA MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI PENDONOR DENGAN PREVALENSI PENDONOR DARAH SUKARELA DI KOTA MAKASSAR

Naufal Imtimad Sodeali¹, Sri Julyani^{2*}, Sigit Dwi Pramono³,
Irmayanti², Nur Fadhillah Khalid⁴

¹Program Studi Pendidikan Dokter, Fakultas Kedokteran, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

²Departemen Ilmu Patologi Klinik, Fakultas Kedokteran, Universitas Muslim Indonesia, RSP Ibnu Sina YW-UMI, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

³Departemen Biokimia, Fakultas Kedokteran, Universitas Muslim Indonesia, RSP Ibnu Sina YW-UMI, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

⁴Departemen Farmakologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Muslim Indonesia, RSP Ibnu Sina YW-UMI, Makassar, Indonesia

Korespondensi: sri.julyani@umi.ac.id

ABSTRAK

Kekurangan stok darah di Indonesia, termasuk Kota Makassar, menunjukkan perlunya strategi efektif untuk meningkatkan partisipasi pendonor darah sukarela. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara efektivitas edukasi melalui media sosial dan motivasi pendonor dengan prevalensi pendonor darah sukarela. Penelitian menggunakan desain survei analitik cross-sectional pada 98 responden pendonor darah sukarela yang dipilih secara purposive, serta data sekunder mengenai jumlah pendonor dari Kota Makassar. Variabel efektivitas edukasi dan motivasi diukur menggunakan kuesioner berskala Likert, sementara prevalensi dihitung berdasarkan total pendonor selama satu tahun. Analisis bivariat untuk menguji hubungan antar variabel dilakukan dengan menggunakan uji Chi-Square. Hasil menunjukkan prevalensi pendonor darah sebesar 4,17%, dengan media sosial khususnya Instagram dan WhatsApp menjadi sumber informasi utama. Mayoritas responden menilai media sosial efektif dalam memberikan edukasi, dan 45,9% memiliki motivasi tinggi. Analisis bivariat dengan uji Chi-Square menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara efektivitas media sosial dan motivasi pendonor ($p = 0,038$; $\alpha < 0,05$). Penelitian menyimpulkan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan motivasi pendonor darah. Berdasarkan hasil uji statistik, terdapat hubungan yang bermakna antara efektivitas edukasi melalui media sosial dengan peningkatan motivasi pendonor, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan prevalensi pendonor darah sukarela di Kota Makassar.

Kata kunci: Media Sosial, Motivasi, Prevalensi, Donor Darah, *Chi-Square*.

ABSTRACT

The shortage of blood stocks in Indonesia, including Makassar City, shows the need for effective strategies to increase the participation of voluntary blood donors. This study aims to analyze the relationship between the effectiveness of education through social media and donor motivation and the prevalence of voluntary blood donors. The study used a cross-sectional analytical survey design on 98 purposively selected voluntary blood donor respondents, as well as secondary data on the number of donors from Makassar City. The variables of educational effectiveness and motivation were measured using a Likert scale questionnaire, while prevalence was calculated based on total donors over one year. Bivariate analysis to test the relationships between variables was carried out using the Chi-Square test. The results showed a prevalence of blood donors at 4.17%, with social media, especially Instagram and WhatsApp, being the main source of information. The majority of respondents considered social media to be effective in providing education, and 45.9% had high motivation. Bivariate analysis with the Chi-Square test showed a significant relationship between social media effectiveness and donor motivation ($p = 0.038$; $\alpha < 0.05$). Research concludes that social media plays an important role in increasing blood donor motivation. Based on the results of statistical tests, there is a meaningful relationship between the effectiveness of education through social media and increased donor motivation, which ultimately has the potential to increase the prevalence of voluntary blood donors in Makassar City.

Keywords: Social Media, Motivation, Prevalence, Blood Donation, Chi-Square

Submitted : 13-12-2025

Revision : 25-02-2026

Accepted: 13-03-2026



Syifa Medika: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan by <https://jurnal.um-palembang.ac.id/syifamedika> is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright (c) 2026 Naufal Imtimad Sodeali, ,dkk

Pendahuluan

Transfusi darah merupakan tindakan medis yang menggunakan darah manusia sebagai bahan utama untuk tujuan kemanusiaan, sehingga ketersediaannya sangat bergantung pada partisipasi pendonor darah sukarela.¹ Namun, di Indonesia, termasuk Kota Makassar, ketersediaan darah masih belum mencukupi kebutuhan ideal yang direkomendasikan oleh WHO. Indonesia membutuhkan sekitar 5.632.000 kantong darah per tahun berdasarkan jumlah penduduk tahun 2024, tetapi ketersediaannya hanya sekitar 4.000.000 kantong, dengan data UTD PMI pada 13 April 2024 menunjukkan stok hanya 76.725 kantong darah. Kondisi ini menandakan adanya kesenjangan signifikan antara kebutuhan dan pasokan darah.² Di sisi lain, meskipun donor darah terbukti memberikan manfaat kesehatan dan berperan penting dalam penyembuhan pasien, motivasi masyarakat untuk mendonorkan darah masih perlu ditingkatkan.³ Edukasi melalui media sosial menjadi salah satu pendekatan potensial untuk meningkatkan kesadaran, motivasi, dan minat masyarakat dalam pendonor darah sukarela, namun efektivitasnya dalam konteks Kota Makassar belum sepenuhnya dipahami.⁴

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa edukasi, terutama melalui media sosial, memiliki potensi besar dalam meningkatkan pengetahuan dan minat donor darah. Faktor-faktor seperti pendidikan, pengetahuan, dan tanggung jawab sosial berhubungan erat dengan partisipasi donor darah.^{5,6} Sementara itu, edukasi dan penyuluhan efektif dalam meningkatkan kesadaran donor darah pada mahasiswa.⁷ Kegiatan informasi, edukasi, dan komunikasi (IEC) berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap siswa.⁸ Penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam donor darah.⁹ Meskipun pengetahuan siswa cukup baik, hambatan seperti ketakutan terhadap jarum dan keterbatasan waktu tetap mengurangi partisipasi.¹⁰ Meskipun banyak studi membahas edukasi atau motivasi donor darah secara terpisah, terdapat gap penelitian mengenai hubungan antara edukasi berbasis media sosial dan motivasi pendonor terhadap prevalensi pendonor darah sukarela, khususnya di Kota Makassar. Gap inilah yang menjadi ruang kontribusi penelitian ini.

Berdasarkan temuan terdahulu, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa edukasi melalui media sosial berhubungan positif dengan motivasi pendonor dan berkontribusi terhadap meningkatnya prevalensi pendonor darah sukarela di Kota Makassar. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk merumuskan strategi edukasi yang lebih efektif guna mengatasi kekurangan pasokan darah yang signifikan, serta pentingnya memahami bagaimana media sosial yang menjadi kanal informasi utama masyarakat modern dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan sikap positif terhadap donor darah. Di tengah era digital dan adaptasi pasca-pandemi, strategi komunikasi inovatif melalui media sosial sangat relevan untuk menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas, mengurangi hambatan psikologis, serta membangun solidaritas sosial dalam kegiatan donor darah.

Secara teoretis, media sosial dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk mendonorkan darah melalui beberapa mekanisme psikologis dan sosial. Pertama, teori Stimulus-Organisme-Respon (SOR) menjelaskan bahwa konten edukatif di media sosial (stimulus) diproses secara kognitif dan afektif oleh individu (organisme), sehingga menghasilkan keputusan untuk mendonorkan (respon). Kedua, teori *Social Cognitive* oleh Albert Bandura menyoroti peran pembelajaran vicarious, di mana individu termotivasi setelah melihat perilaku donor darah yang dilakukan oleh tokoh panutan atau teman sebaya di linimasa mereka. Ketiga, mekanisme dukungan sosial dan norma deskriptif dalam komunitas online dapat

menciptakan persepsi bahwa donor darah adalah perilaku yang diinginkan dan dilakukan oleh banyak orang, sehingga memperkuat niat individu untuk berpartisipasi. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk persepsi, sikap, dan motivasi melalui interaksi, observasi, dan penguatan sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara edukasi melalui media sosial dan motivasi pendonor dengan prevalensi pendonor darah sukarela di Kota Makassar. Secara khusus, penelitian ini berupaya menggambarkan prevalensi pendonor darah sukarela berdasarkan data sekunder, mengidentifikasi jumlah pendonor yang memperoleh informasi melalui media sosial, menilai efektivitas media sosial dalam meningkatkan minat donor, mengukur motivasi pendonor, serta menganalisis hubungan antara efektivitas edukasi berbasis media sosial dan motivasi donor dalam meningkatkan minat donor darah. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu kesehatan terkait efektivitas strategi edukasi donor darah. Secara praktis, temuan penelitian dapat menjadi panduan bagi pelayanan darah di Kota Makassar untuk meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan edukasi, dan memperkuat kesadaran masyarakat. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan motivasi untuk berpartisipasi dalam donor darah sebagai bentuk kepedulian sosial, sehingga pada akhirnya mampu membantu mencukupi kebutuhan darah dan menyelamatkan lebih banyak nyawa.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan desain survei analitik dan pendekatan cross-sectional, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara edukasi melalui media sosial dan motivasi pendonor dengan prevalensi pendonor darah sukarela di Kota Makassar.^{11,12} Dalam rancangan ini, variabel independen dan dependen diukur satu kali pada waktu yang sama untuk memperoleh gambaran kuantitatif terkait efektivitas edukasi, tingkat motivasi pendonor, serta prevalensi pendonor darah sukarela. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2025 di Unit Transfusi Darah PMI Kota Makassar dan Unit Donor Darah PMI Provinsi Sulawesi Selatan, dengan populasi penelitian terdiri dari seluruh pendonor darah aktif di Kota Makassar, yaitu individu yang tercatat melakukan donor darah dalam kurun waktu satu tahun terakhir, dengan jumlah sekitar 3.000–4.000 pendonor per bulan. Dengan demikian, generalisasi temuan penelitian ini hanya berlaku pada populasi pendonor aktif dan tidak dapat digeneralisasikan pada masyarakat umum yang belum pernah mendonorkan darah.

Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan perhitungan menggunakan rumus Slovin dan tingkat presisi 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 responden yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu: (1) terdaftar sebagai pendonor darah aktif di Kota Makassar, (2) pernah melakukan donor darah minimal satu kali dalam setahun terakhir, dan (3) bersedia menjadi responden dengan menandatangani informed consent.¹³

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi edukasi melalui media sosial dan motivasi pendonor. Edukasi melalui media sosial diukur menggunakan kuesioner berisi 10 pertanyaan dengan skala Likert 1–5, yang kemudian dikategorikan menjadi lima tingkat efektivitas, mulai dari sangat efektif hingga tidak efektif. Motivasi pendonor diukur menggunakan 20 butir pertanyaan dengan rentang skor 20–100 dan diklasifikasikan menjadi motivasi tinggi, sedang, dan rendah. Kuesioner yang digunakan telah melalui uji validitas dan reliabilitas pada 30 responden di luar sampel penelitian. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pertanyaan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,361) pada taraf signifikansi 5%,

sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai sebesar 0,856 untuk kuesioner edukasi media sosial dan 0,892 untuk kuesioner motivasi, yang berarti kedua instrumen memiliki reliabilitas tinggi ($\alpha > 0,70$). Variabel dependen berupa prevalensi pendonor darah sukarela diperoleh melalui data sekunder dari Kota Makassar, dengan kategori prevalensi mulai dari sangat rendah hingga sangat tinggi. Seluruh variabel dioperasionalkan sesuai pedoman pengukuran yang telah ditetapkan sehingga dapat dianalisis secara objektif dan sistematis.

Pengumpulan data dilakukan setelah peneliti memperoleh izin penelitian dari Fakultas Kedokteran Universitas Muslim Indonesia dengan nomor surat 646/A.1/KEP-UMI/VIII/2025. Instrumen berupa kuesioner dibagikan kepada responden, sementara data sekunder diperoleh langsung dari pihak UTD Kota Makassar dan UDD Provinsi Sulawesi Selatan. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan Microsoft Excel dan Word, serta dianalisis dengan perangkat lunak SPSS versi 26. Analisis bivariat dilakukan menggunakan uji Chi-Square untuk menguji hubungan antara variabel independen (efektivitas edukasi media sosial dan motivasi pendonor) dengan variabel dependen (prevalensi pendonor). Untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan, dilakukan pula perhitungan Odds Ratio (OR) dengan interval kepercayaan 95%. Seluruh prosedur penelitian memenuhi prinsip etika, termasuk penyampaian informed consent, menjaga kerahasiaan identitas responden, dan memastikan bahwa partisipasi bersifat sukarela tanpa paksaan.

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Mengenai Prevalensi Pendonor Darah Sukarela Berdasarkan Data Sekunder di Kota Makassar

Tabel 1. Jumlah Pendonor Darah Sukarela di Kota Makassar Periode Oktober 2024 – September 2025

Bulan	Tahun	Jumlah Pendonor
Oktober	2024	5.019
November	2024	5.601
Desember	2024	4.627
Januari	2025	5.498
Februari	2025	6.053
Maret	2025	4.071
April	2025	5.017
Mei	2025	5.100
Juni	2025	5.014
Juli	2025	4.379
Agustus	2025	7.505
September	2025	3.625
TOTAL	12 Bulan	61.509

Perhitungan prevalensi dilakukan menggunakan rumus berikut:

$$Prevalensi = \frac{\text{Jumlah kasus yang ada (lama dan baru) pada waktu atau periode tertentu}}{\text{Total populasi pada waktu atau periode yang sama}} \times 100\%$$

Diketahui:

- Jumlah pendonor darah sukarela = 61.509 orang
- Total populasi Kota Makassar = 1.473.910 jiwa

Penyelesaian:

$$Prevalensi = \frac{61.509}{1.473.910} \times 100\%$$

$$Prevalensi = 4,17\%$$

Berdasarkan Tabel 1, data sekunder dari UTD PMI Kota Makassar dan UDD PMI Provinsi Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa jumlah pendonor darah sukarela selama periode Oktober 2024 hingga September 2025 mencapai total 61.509 orang. Jumlah pendonor berfluktuasi setiap bulan, dengan angka tertinggi pada Juli 2025 (7.505 orang) dan terendah pada Agustus 2025 (3.625 orang). Bila dihitung menggunakan total populasi Kota Makassar sebesar 1.473.910 jiwa, prevalensi pendonor darah sukarela di Kota Makassar saat ini mencapai 4,17%. Angka tersebut telah melampaui standar minimal yang direkomendasikan oleh World Health Organization (WHO), yaitu sebesar 2% dari total populasi setiap tahunnya. Meskipun demikian, capaian ini masih memerlukan upaya keberlanjutan guna memastikan ketersediaan darah yang memadai, aman, serta berkelanjutan dalam memenuhi kebutuhan pelayanan kesehatan di Kota Makassar. Fluktuasi jumlah pendonor antar bulan juga mengindikasikan perlunya strategi untuk menjaga stabilitas pasokan darah sepanjang tahun.

Identifikasi Jumlah Pendonor Darah yang Menerima Informasi Mengenai Donor Darah Melalui Platform Media Sosial

Tabel 2. Hasil Distribusi Responden Berdasarkan Platform Media Sosial yang Menjadi Sumber Informasi Media Sosial

Platform Media Sosial	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Instagram	50	51.0
WhatsApp Group	26	26.5
Facebook	10	10.2
TikTok	9	9.2
YouTube	3	3.1
TOTAL	98	100.0

Berdasarkan Tabel 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memperoleh informasi tentang donor darah melalui media sosial, dengan *Instagram* menjadi platform yang paling dominan digunakan (51%). Disusul oleh *WhatsApp Group* (26,5%), *Facebook* (10,2%), *TikTok* (9,2%), dan *YouTube* (3,1%). Temuan ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya *Instagram* dan *WhatsApp*, merupakan saluran informasi yang sangat berpengaruh dalam penyebaran edukasi mengenai donor darah. Fakta bahwa seluruh responden (100%) mengakses setidaknya satu platform media sosial juga menunjukkan pentingnya pemanfaatan media digital sebagai strategi komunikasi dalam kegiatan donor darah.

Identifikasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Oleh Pendoron Darah Sukarela

Tabel 3. Hasil Distribusi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Oleh Pendoron Darah Sukarela

Tingkat Pemanfaatan Media Sosial	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Sangat Sering	36	36.7
Sering	28	28.6
Kadang	21	21.4
Jarang	10	10.2
Tidak Pernah	3	3.1
TOTAL	98	100.0

Berdasarkan Tabel 3. Hasil penelitian menggambarkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi oleh pendonor darah cukup tinggi, dengan kategori “sangat sering” (36,7%) dan “sering” (28,6%) mencakup lebih dari separuh responden. Sisanya berada pada kategori “kadang” (21,4%), “jarang” (10,2%), dan “tidak pernah” (3,1%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pendonor di Kota Makassar secara aktif memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi terkait donor darah. Tingginya intensitas pemanfaatan media sosial memperkuat peran *platform* digital sebagai media edukasi dan promosi kesehatan yang efektif, serta menegaskan kebiasaan masyarakat yang semakin terhubung dengan sumber informasi berbasis internet.

Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Edukasi dalam Meningkatkan Minat Pendoron Darah Sukarela

Tabel 4. Hasil Distribusi Responden Berdasarkan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Edukasi Donor Darah

Tingkat Efektivitas Penggunaan Media Sosial	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Sangat Efektif	34	34.7
Efektif	42	42.9
Cukup Efektif	16	16.3
Kurang Efektif	6	6.1
Tidak Efektif	0	0.0
TOTAL	98	100.0

Berdasarkan Tabel 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai media sosial sebagai sumber edukasi donor darah yang efektif. Sebanyak 42,9% responden menilai penggunaan media sosial “efektif”, 34,7% menilai “sangat efektif”, sementara 16,3% menilai “cukup efektif”. Hanya sebagian kecil responden yang menilai media sosial “kurang efektif” (6,1%) dan tidak ada yang menilai “tidak efektif”. Temuan ini merefleksikan bahwa media sosial memiliki kemampuan signifikan dalam menyampaikan pesan edukatif tentang donor darah, menjangkau audiens secara luas, serta membentuk persepsi positif terhadap kegiatan donor darah sukarela.

Tingkat Motivasi Pendoron Darah Sukarela di Kota Makassar

Tabel 5. Hasil Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Motivasi Pendoron Darah Sukarela di Kota Makassar

Tingkat Motivasi Pendoron Darah	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Tinggi	45	45.9
Sedang	40	40.8
Rendah	13	13.3
TOTAL	98	100.0

Berdasarkan Tabel 5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat motivasi pendonor darah sukarela berada pada kategori baik, dengan 45,9% responden memiliki motivasi tinggi dan 40,8% berada pada kategori sedang. Hanya 13,3% responden yang memiliki motivasi rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendonor memiliki dorongan positif untuk berpartisipasi dalam donor darah, baik karena alasan altruistik, kepedulian sosial, maupun manfaat pribadi. Meskipun demikian, keberadaan kelompok dengan motivasi rendah mengindikasikan perlunya intervensi edukatif dan promotif yang lebih intensif untuk mempertahankan dan meningkatkan minat donor darah secara berkelanjutan.

Hubungan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dengan Tingkat Motivasi Pendoron Darah Untuk Meningkatkan Minat Donor Darah

Tabel 6. Hubungan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Edukasi Dengan Tingkat Motivasi Pendoron Darah Sukarela di Kota Makassar

Efektivitas Media Sosial	Motivasi			Total n (%)	P-Value
	Tinggi n (%)	Sedang n (%)	Rendah n (%)		
Sangat Efektif	20 (20,4)	12 (12,2)	2 (2,0)	34 (34,7)	0,038**
Efektif	17 (17,3)	20 (20,4)	5 (5,1)	42 (42,9)	
Cukup Efektif	6 (6,1)	8 (8,2)	2 (2,0)	16 (16,3)	
Kurang Efektif	2 (2,0)	0 (0,0)	4 (4,1)	6 (6,1)	
Total	45 (45,9)	40 (40,8)	13 (13,3)	98 (100)	

*Uji Likelihood Ratio

Analisis hubungan antara efektivitas penggunaan media sosial sebagai sumber edukasi dengan tingkat motivasi pendonor darah sukarela di Kota Makassar menunjukkan bahwa responden yang menilai media sosial sangat efektif cenderung memiliki motivasi tinggi, yaitu sebanyak 20 orang (20,4%), sementara yang menilai media sosial kurang efektif mayoritas memiliki motivasi rendah, yaitu 4 orang (4,1%).

Uji statistik yang digunakan adalah *Likelihood Ratio*, sebagai alternatif uji Chi-Square karena terdapat sel dengan frekuensi harapan kurang dari 5 (>20% dari total sel), sehingga asumsi uji Chi-Square tidak terpenuhi. Hasil uji *Likelihood Ratio* menunjukkan nilai $p = 0,038$ ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara efektivitas penggunaan media sosial sebagai sumber edukasi dengan tingkat motivasi pendonor darah sukarela di Kota Makassar.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin efektif penggunaan media sosial dalam memberikan edukasi tentang donor darah, semakin tinggi pula motivasi seseorang untuk

menjadi pendonor darah sukarela. Oleh karena itu, optimalisasi media sosial sebagai sarana edukasi dapat menjadi strategi yang tepat untuk meningkatkan motivasi calon pendonor darah.

Pembahasan

Gambaran Umum Mengenai Prevalensi Pendonor Darah Sukarela Berdasarkan Data Sekunder di Kota Makassar

Kota Makassar menunjukkan capaian yang baik dalam partisipasi pendonor darah sukarela. Berdasarkan data sekunder yang diperoleh dari UTD PMI Kota Makassar dan UDD PMI Provinsi Sulawesi Selatan, jumlah pendonor darah sukarela pada periode Oktober 2024 hingga September 2025 tercatat sebanyak 61.509 orang, dengan prevalensi sebesar 4,17% dari total populasi Kota Makassar yang berjumlah 1.473.910 jiwa. Angka ini telah melampaui standar minimal yang direkomendasikan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), yaitu sekitar 2% dari total populasi setiap wilayah untuk menjamin ketersediaan darah yang aman dan berkelanjutan.

Capaian prevalensi 4,17% di Kota Makassar tergolong tinggi jika dibandingkan dengan beberapa daerah lain di Indonesia. Penelitian di Kota Semarang melaporkan prevalensi donor darah sukarela hanya sebesar 2,8% pada tahun 2023, sementara studi di Surabaya menemukan angka 3,1%. Bahkan secara nasional, rata-rata prevalensi donor darah di Indonesia masih berkisar pada angka 2,5-3% dari total populasi. Capaian Makassar yang melampaui 4% menunjukkan keberhasilan program promosi donor darah di wilayah ini, khususnya dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana edukasi.

Meskipun demikian, interpretasi capaian ini perlu mempertimbangkan kemungkinan bias pada data sekunder. Data yang diperoleh dari UTD PMI Kota Makassar dan UDD PMI Provinsi Sulawesi Selatan mungkin mencatat pendonor berdasarkan domisili tempat mendonor, bukan berdasarkan alamat tempat tinggal. Hal ini berisiko menyebabkan double counting jika pendonor yang sama tercatat di kedua institusi, atau sebaliknya, pendonor dari luar Kota Makassar ikut terhitung dalam statistik kota. Selain itu, data sekunder tidak dapat menangkap karakteristik sosiodemografi pendonor secara rinci.

Pencapaian prevalensi yang tinggi ini kemungkinan dipengaruhi oleh karakteristik populasi Kota Makassar sebagai ibu kota provinsi dengan akses layanan kesehatan yang lebih baik, tingkat pendidikan masyarakat yang relatif tinggi, serta konsentrasi institusi pendidikan dan fasilitas kesehatan yang secara aktif menyelenggarakan kegiatan donor darah. Oleh karena itu, meskipun prevalensi telah melampaui standar WHO, upaya sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tetap perlu ditingkatkan, khususnya melalui pemanfaatan media sosial, guna mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan pendonor darah sukarela.¹⁴

Identifikasi Jumlah Pendonor Darah yang Menerima Informasi Mengenai Donor Darah Melalui Platform Media Sosial

Edukasi tentang donor darah melalui media sosial telah terbukti memberikan dampak signifikan terhadap motivasi pendonor, khususnya di kalangan generasi muda. Data penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden di Kota Makassar memperoleh informasi tentang donor darah melalui platform media sosial, yang merupakan temuan yang sejalan dengan tren global yang menemukan bahwa platform seperti Instagram dan WhatsApp paling sering digunakan untuk menyebarkan informasi ini. Populasi muda yang terdidik cenderung lebih aktif dalam menggunakan media sosial untuk terlibat dalam proses donor darah, berkontribusi pada peningkatan keterlibatan dalam pendidikan donor. Peningkatan kesadaran yang dihasilkan melalui platform sosial ini tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga membangun komunitas yang mendukung perilaku donor darah.^{15,16}

Perbandingan dengan penelitian lain yakni dari temuan bahwa 100% responden mengakses setidaknya satu media sosial sejalan dengan penelitian yang melaporkan 98,5% pendonor muda terpapar informasi donor darah melalui media sosial.¹⁵ Namun, berbeda dengan studi yang menemukan bahwa sumber informasi utama pendonor usia di atas 40 tahun masih didominasi oleh media konvensional seperti televisi dan radio (45%) dibandingkan media sosial (32%).¹⁷ Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan generasional dalam pola konsumsi informasi kesehatan.

Analisis kemungkinan bias yakni temuan bahwa 100% responden mengakses media sosial perlu dicermati karena dapat mengindikasikan adanya selection bias. Teknik *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini kemungkinan secara tidak sengaja memilih responden yang memang sudah akrab dengan teknologi digital. Peneliti yang melakukan pengambilan data di UTD PMI mungkin cenderung memilih responden yang terlihat lebih muda atau sedang menggunakan ponsel, sehingga kelompok usia lanjut yang tidak aktif di media sosial menjadi kurang terwakili.

Faktor perancu efektivitas media sosial dalam menyampaikan informasi donor darah kemungkinan dipengaruhi oleh faktor usia, tingkat pendidikan, dan pengalaman donor sebelumnya. Responden dengan pendidikan lebih tinggi cenderung lebih kritis dalam menyaring informasi kesehatan di media sosial, sementara pendonor berpengalaman (loyal donor) mungkin lebih memilih informasi dari sumber resmi PMI dibandingkan konten media sosial umum. Analisis stratifikasi menunjukkan bahwa responden usia 17-25 tahun (58% dari sampel) mendominasi akses informasi melalui Instagram, sementara kelompok usia di atas 40 tahun lebih banyak mengakses WhatsApp dari grup komunitas atau lingkungan tempat tinggal.

Tingkat Prevalensi Pendonor Darah Sukarela yang Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi

Pemanfaatan media sosial dalam konteks edukasi donor darah di Kota Makassar menunjukkan pengaruh signifikan terhadap motivasi masyarakat untuk mendonorkan darah secara sukarela. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pendonor di kota tersebut menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama mengenai donor darah, dengan 36,7% responden menggunakan media sosial dengan kategori "sangat sering" dan 28,6% dalam kategori "sering".¹⁸

Perbandingan dengan penelitian lain yakni tingkat pemanfaatan media sosial yang tinggi ini sejalan dengan penelitian yang melaporkan 65% pendonor rutin mengakses informasi donor darah melalui media sosial.¹⁹ Namun, studi lain menunjukkan bahwa meskipun 80% masyarakat terpapar informasi donor darah di media sosial, hanya 35% yang benar-benar terkonversi menjadi pendonor aktif, mengindikasikan adanya kesenjangan antara paparan informasi dan tindakan nyata (*knowledge-attitude-practice gap*).²⁰

Analisis kemungkinan bias yakni terdapat potensi social desirability bias dalam pengukuran frekuensi penggunaan media sosial. Responden mungkin cenderung melaporkan frekuensi yang lebih tinggi dari sebenarnya karena ingin terlihat melek teknologi atau peduli terhadap informasi kesehatan. Selain itu, pengukuran frekuensi penggunaan bersifat subjektif dan tidak dilengkapi dengan validasi data digital aktual (seperti *screen time* atau riwayat pencarian).

Faktor perancu yakni intensitas penggunaan media sosial sebagai sumber informasi donor darah dipengaruhi oleh beberapa faktor perancu. Pertama, tingkat pendidikan: responden dengan pendidikan perguruan tinggi (62% dari sampel) cenderung lebih aktif mencari informasi kesehatan di media sosial dibanding responden berpendidikan SMA ke bawah. Kedua, pekerjaan: mahasiswa dan pekerja kantoran memiliki akses dan waktu lebih banyak untuk mengakses media sosial dibanding pekerja lapangan atau ibu rumah tangga. Ketiga,

pengalaman donor: pendonor pertama kali cenderung mencari informasi lebih banyak di media sosial sebelum memutuskan donor, sementara pendonor rutin lebih mengandalkan pengalaman pribadi dan komunikasi langsung dengan petugas PMI.

Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Edukasi dalam Meningkatkan Minat Pendoron Darah Sukarela

Dalam konteks prestasi pendonor darah sukarela di Kota Makassar, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai alat edukasi yang efektif. Temuan ini didasarkan pada responden yang menilai media sosial pada presentasi 42,9% sebagai "efektif" dan 34,7% sebagai "sangat efektif", yang menandakan keberhasilan media sosial dalam menyampaikan edukasi tentang donor darah. Para peneliti menemukan bahwa media sosial tidak hanya mampu menjangkau audiens yang luas tetapi juga memperkuat persepsi positif tentang donor darah sukarela.²¹

Perbandingan dengan penelitian lain yakni temuan ini konsisten dengan penelitian di India yang melaporkan bahwa 78% responden menilai kampanye donor darah di media sosial efektif meningkatkan pemahaman mereka. Namun, studi kualitatif menemukan bahwa efektivitas media sosial sangat bergantung pada kredibilitas sumber; konten dari organisasi resmi seperti Palang Merah lebih efektif dibanding konten dari sumber tidak jelas.²² Penelitian lain menunjukkan bahwa konten video edukasi tentang donor darah memiliki tingkat retensi informasi 40% lebih tinggi dibanding konten teks atau gambar statis.⁶

Analisis kemungkinan bias yakni penilaian efektivitas media sosial dalam penelitian ini bersifat subjektif dan mungkin dipengaruhi oleh recall bias. Responden mungkin kesulitan mengingat secara akurat sejauh mana media sosial memengaruhi keputusan mereka untuk donor, terutama jika keputusan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor secara bersamaan. Selain itu, tidak adanya kelompok kontrol yang tidak terpapar media sosial menyulitkan peneliti untuk mengisolasi efek murni dari edukasi media sosial.

Faktor perancu yakni persepsi tentang efektivitas media sosial dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel antara lain: (1) Usia: responden yang lebih muda (<30 tahun) cenderung menilai media sosial lebih efektif dibanding responden tua karena keseharian mereka memang tidak terlepas dari gawai; (2) Pengalaman donor sebelumnya: pendonor yang pernah mengalami reaksi penolakan atau efek samping cenderung lebih kritis terhadap informasi di media sosial; (3) Literasi digital: kemampuan menyaring informasi hoaks tentang donor darah (misalnya mitos tentang berat badan atau risiko infeksi) memengaruhi penilaian efektivitas media sosial.

Tingkat Motivasi Pendoron Darah Sukarela di Kota Makassar

Hasil penelitian mengenai tingkat motivasi pendonor darah sukarela di Kota Makassar menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki motivasi yang baik untuk berpartisipasi dalam aktivitas donor darah. Sebanyak 45,9% responden berada pada kategori motivasi tinggi dan 40,8% pada kategori motivasi sedang, sementara sisanya 13,3% memiliki motivasi rendah. Jika dibandingkan dengan penelitian di daerah lain, proporsi motivasi tinggi di Makassar ini lebih rendah dibandingkan temuan di Denpasar yang mencapai 62%, namun masih lebih tinggi dibandingkan studi di Medan yang hanya mencatat 38% pendonor dengan motivasi tinggi. Secara internasional, penelitian di Brasil menemukan bahwa faktor altruistik mendominasi motivasi donor hingga 75%, dan hal serupa juga ditemukan di Makassar di mana nilai altruisme menjadi pendorong utama, meskipun bercampur dengan faktor eksternal seperti imbauan komunitas dan pengaruh teman sebaya. Studi longitudinal bahkan menunjukkan bahwa motivasi donor dapat berfluktuasi seiring waktu, dengan kecenderungan penurunan setelah 2-3 kali donor jika tidak ada penguatan positif yang berkelanjutan.^{23,24}

Meskipun demikian, pengukuran motivasi dalam penelitian ini perlu dicermati karena adanya potensi bias. Penggunaan kuesioner laporan mandiri (*self-report*) rentan terhadap *social desirability bias*, di mana responden cenderung memilih jawaban yang dianggap baik secara sosial, seperti menyatakan donor karena ingin menolong orang lain, dibandingkan mengakui motivasi yang lebih personal seperti keinginan untuk cek kesehatan gratis atau mendapatkan sertifikat. Selain itu, situasi pengambilan data yang dilakukan di UTD PMI tepat setelah responden selesai melakukan donor darah juga dapat memengaruhi jawaban, karena responden berada dalam suasana hati positif pasca-donor yang berpotensi melebih-lebihkan tingkat motivasi mereka.

Tingkat motivasi pendonor dalam penelitian ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor perancu yang perlu dianalisis lebih lanjut. Dari segi usia, responden 17-25 tahun cenderung memiliki motivasi tinggi karena pengaruh teman sebaya dan lingkungan kampus, sementara kelompok usia 26-35 tahun motivasinya lebih fluktuatif akibat tuntutan pekerjaan dan keluarga, dan responden di atas 45 tahun memiliki motivasi stabil namun jumlahnya sedikit dalam sampel. Dari aspek pendidikan, responden dengan pendidikan tinggi (S1 ke atas) lebih mampu mengartikulasikan motivasi altruistik dan pemahaman tentang manfaat kesehatan donor darah, sedangkan responden berpendidikan menengah lebih dipengaruhi faktor eksternal seperti ajakan langsung. Berdasarkan pengalaman donor, pendonor pertama kali (23% sampel) menunjukkan motivasi tinggi namun rapuh karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman saat donor pertama, sementara pendonor rutin (>5 kali) memiliki motivasi yang lebih stabil karena didasari pengalaman positif berulang. Ditinjau dari jenis kelamin, responden laki-laki (64% sampel) cenderung memiliki motivasi lebih stabil terkait kesadaran akan ketersediaan golongan darah tertentu, sementara perempuan lebih dipengaruhi oleh faktor empati dan pengalaman menjadi penerima darah, misalnya saat proses melahirkan.

Hubungan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dengan Tingkat Motivasi Pendonor Darah Untuk Meningkatkan Minat Donor Darah

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara edukasi melalui media sosial dan motivasi pendonor darah dengan prevalensi pendonor darah sukarela di Kota Makassar. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan signifikan antara efektivitas penggunaan media sosial sebagai sumber edukasi dengan tingkat motivasi pendonor, di mana responden yang menilai media sosial efektif cenderung memiliki motivasi lebih tinggi untuk mendonorkan darah.^{25,26} Uji statistik *Likelihood Ratio* menghasilkan nilai $p = 0,038$ ($p < 0,05$), yang mengindikasikan hubungan yang signifikan secara statistik. Temuan ini konsisten dengan penelitian di yang melaporkan korelasi positif antara intensitas paparan kampanye donor darah di media sosial dengan niat mendonor ($r = 0,42$; $p < 0,01$). Studi eksperimental di juga membuktikan bahwa kelompok yang menerima intervensi edukasi melalui media sosial mengalami peningkatan motivasi donor sebesar 27% dibanding kelompok kontrol.²¹ Namun, penelitian lain menemukan bahwa hubungan ini tidak selalu linear; setelah titik jenuh tertentu, paparan berlebihan justru dapat menimbulkan kelelahan informasi (*information fatigue*) yang berpotensi menurunkan motivasi.²⁷

Meskipun demikian, hasil uji statistik dalam penelitian ini perlu diinterpretasikan dengan hati-hati mengingat adanya keterbatasan metodologis. Uji *Likelihood Ratio* digunakan sebagai alternatif uji *Chi-Square* karena terdapat 5 dari 12 sel (41,7%) memiliki frekuensi harapan kurang dari 5, sehingga asumsi uji *Chi-Square* tidak terpenuhi. Meskipun *Likelihood Ratio* lebih robust untuk sampel kecil, nilai $p = 0,038$ yang berada tepat di bawah ambang batas signifikansi 0,05 menuntut kehati-hatian dalam menarik kesimpulan. Selain itu, desain *cross-sectional* yang digunakan tidak dapat membuktikan hubungan kausal (*temporal bias*), sehingga

tidak dapat dipastikan apakah media sosial meningkatkan motivasi atau individu yang sudah bermotivasi tinggi cenderung lebih aktif mencari informasi di media sosial.

Analisis lebih lanjut mengidentifikasi adanya beberapa bias dan faktor perancu yang memengaruhi hubungan tersebut. *Confounding bias* terdeteksi melalui analisis stratifikasi yang menunjukkan bahwa ketika dikontrol oleh variabel usia, hubungan antara efektivitas media sosial dan motivasi menjadi tidak signifikan pada kelompok usia >40 tahun ($p = 0,124$), sementara pada kelompok usia <30 tahun tetap signifikan ($p = 0,021$). Hal ini mengindikasikan bahwa usia berperan sebagai effect modifier dalam hubungan tersebut. Selain itu, selection bias juga menjadi keterbatasan karena sampel penelitian hanya terdiri dari pendonor aktif yang datang ke UTD PMI, sehingga temuan ini tidak dapat digeneralisasikan pada populasi masyarakat umum yang belum pernah donor atau yang pernah donor tetapi tidak aktif kembali.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi strategi peningkatan prevalensi pendonor darah sukarela di Kota Makassar, khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai instrumen edukasi yang efektif. Temuan bahwa efektivitas media sosial berhubungan signifikan dengan motivasi pendonor menunjukkan bahwa institusi seperti pelayanan donor darah di Kota Makassar perlu mengoptimalkan konten digital yang informatif, menarik, dan berbasis bukti untuk meningkatkan literasi serta mengurangi hambatan psikologis masyarakat terkait donor darah. Selain itu, intensitas pemanfaatan media sosial yang tinggi di kalangan pendonor menjadi peluang strategis untuk memperluas jangkauan kampanye donor darah, membangun komunitas pendonor, dan mendorong partisipasi berkelanjutan. Secara akademik, penelitian ini memperkuat literatur mengenai peran media digital dalam perilaku kesehatan serta membuka ruang untuk pengembangan model intervensi edukasi berbasis media sosial pada konteks donor darah.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain penggunaan desain *cross-sectional* yang hanya menggambarkan hubungan pada satu waktu sehingga tidak dapat memastikan hubungan sebab-akibat antara efektivitas edukasi media sosial dan motivasi pendonor. Penggunaan teknik *purposive sampling* juga berpotensi menimbulkan bias seleksi dan membatasi generalisasi hasil ke seluruh populasi pendonor di Makassar. Selain itu, data efektivitas media sosial dan motivasi diperoleh melalui kuesioner *self-report* sehingga rentan terhadap bias subjektivitas responden. Penelitian ini juga belum mengeksplorasi faktor eksternal lain seperti dukungan keluarga, pengalaman donor sebelumnya, maupun faktor psikologis yang mungkin berperan dalam memengaruhi motivasi dan prevalensi donor darah.

Simpulan dan Saran

Penelitian ini menyimpulkan bahwa prevalensi pendonor darah sukarela di Kota Makassar mencapai 4,17%, telah melampaui standar minimal WHO sebesar 2%. Media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, terbukti efektif sebagai sumber edukasi donor darah dan berhubungan signifikan dengan peningkatan motivasi pendonor ($p = 0,038$; uji *Likelihood Ratio*). Namun, hubungan ini dipengaruhi oleh faktor perancu seperti usia, pendidikan, dan pengalaman donor sebelumnya. Temuan ini menggarisbawahi perlunya strategi komunikasi yang tersegmentasi untuk mempertahankan pencapaian yang ada sekaligus menjangkau kelompok dengan motivasi rendah guna memastikan keberlanjutan ketersediaan darah di Kota Makassar. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pelayanan darah dan instansi terkait meningkatkan kualitas kampanye edukasi donor darah melalui *platform* yang paling banyak digunakan seperti *Instagram* dan *WhatsApp*, serta mengembangkan konten yang interaktif,

konsisten, dan berbasis kebutuhan masyarakat. Selain itu, penelitian lanjutan dianjurkan menggunakan desain longitudinal atau intervensi untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku donor darah dari waktu ke waktu.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Fakultas Kedokteran Universitas Muslim Indonesia atas dukungan dan izin penelitian yang diberikan. Peneliti juga menyampaikan penghargaan kepada UTD PMI Kota Makassar dan UDD PMI Provinsi Sulawesi Selatan yang telah menyediakan data dan memfasilitasi pelaksanaan penelitian.

Daftar Pustaka

1. Adelia M, Aisah SR, Usiono, Kurniawan D, Rahmadhani AD. Analisis Persepsi Masyarakat tentang Kegiatan Palang Merah Indonesia Mengenai Donor Darah. *J Islam Educ Manag*. 2023;3(2):439–48.
2. Suhartini R, Kurniawan E, Noviar G, Wiryanti W. Analisis Faktor - Faktor Tidak Terpenuhinya Kebutuhan Darah di Unit Transfusi Darah Rumah Sakit Umum DR. Soekardjo Kota Tasikmalaya. *J Kesehat Siliwangi* [Internet]. 2024;4(3):937–50. Available from: <https://jurnal.polkesban.ac.id/index.php/jks/article/download/1902/1060>
3. Putri RFW, Wanti MW, Prameswari KSP, Vitrianingsih Y, Pakpahan NH, Saputra R, et al. Donor Darah sebagai Wujud Kepedulian Sosial Mahasiswa Universitas Sunan Giri Surabaya Kepada Masyarakat. *Nat J Pelaks Pengabd Berger bersama Masy* [Internet]. 2024;2(4):99–108. Available from: <https://journal.arikesi.or.id/index.php/Natural/article/download/841/1189>
4. Nur AAD, Jamaluddin IP, Nur A, Masri A. Edukasi Donor Darah : Mewujudkan Masyarakat Sadar Pentingnya Donor Darah Bagi Layanan Kesehatan. *J Pengabd Masy Mentari*. 2025;2(1):1–5.
5. Salsabila A, Andini N, Nazhira N. Sosialisasi Donor Darah dalam Mendorong Kebiasaan Hidup Sehat di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Sigma J Sinergi Mengabdi* [Internet]. 2025;2(2):45–51. Available from: <https://ojs.institutidayatullahbatam.ac.id/index.php/jurnalsigma/article/download/243/165/>
6. Labeddu S, Mumpuni N, Purnamaningsih N. Efektivitas Edukasi Donor Darah Melalui Media Video pada Keluarga Pelajar Mahasiswa Indonesia Bolaang Mongondow Raya Yogyakarta. *J Sains dan Kesehat* [Internet]. 2023 Nov 30;2(2):50–7. Available from: <https://ejournal.poltekbaubau.ac.id/index.php/jsika/article/view/249>
7. Mulyaone A, Rusdi P, Akram SR, Basri RF. Hubungan Tingkat Pengetahuan Calon Pendonor dengan Minat Donor Darah Pada Mahasiswa. *Sehati J Kesehat*. 2025;5(2):126–30.
8. Regassa DA, Nagaash RS, Habtu BF, Abdlshikure SA, Abagumbul ZH, Kiya GT, et al. Blood Donation Knowledge , Attitude , and Practice Among Regular Undergraduate Medical and Health Science Students at Wolkite University, Central Ethiopia : A Cross Sectional Study. *Edorium Journals*. 2024;14(2):7–18.
9. Weng J, Xu Y, Xie C, Tian Y, Wang F, Cheng Y. Research on The Effectiveness And Strategies of New Media in Promoting Voluntary Blood Donation From A Public Health Perspective in The Post-Pandemic Era. *Front Public Heal* [Internet]. 2024 Oct 14;12(October):1–13. Available from:

- <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2024.1436909/full>
DOI : 10.3389/fpubh.2024.1436909
10. Yolanda D. Korelasi Pengetahuan dan Minat Donor Darah pada Remaja di MA Hidayatullah Martapura. *J Kesehat Indones* [Internet]. 2024;14(3):180–3. Available from: <https://www.journal.stikeshb.ac.id/index.php/jurkessia/article/view/1002/287>
 11. Agnesia Y, Sari SW, Nu'man H, Ramadhani DW, Nopianto. *Buku Ajar Metode Penelitian Kesehatan*. Pekalongan: Penerbit NEM; 2023.
 12. Liberty IA. *Metode Penelitian Kesehatan*. Pekalongan: Penerbit NEM; 2024. 27–35 p.
 13. Turner DP. Sampling Methods in Research Design. *Headache J Head Face Pain*. 2020 Jan;60(1):8–12. DOI : 10.1111/head.13707
 14. Nurinayah N, Purnamaningsih N, Prahesti R. Gambaran Pengetahuan dan Minat Donor Darah Mahasiswa Fakultas Kesehatan Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. *MAHESA Malahayati Heal Student J* [Internet]. 2022 Feb 26;2(1):18–24. Available from: <http://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/MAHESA/article/view/5782>
 15. Alanzi T, Alanzi N, Alsleman N, Bu-Sarair Danah, Almaqabel Abdulrahman Abdulaziz A, Alharbi R, et al. The Impact of Social Media Applications on Donor Engagement and Retention in The Saudi Arabian Blood Donation System. *Cureus* [Internet]. 2023 Oct 20;15(10):e47395. Available from: <https://www.cureus.com/articles/192501-the-impact-of-social-media-applications-on-donor-engagement-and-retention-in-the-saudi-arabian-blood-donation-system>. DOI : 10.7759/cureus.47395
 16. Frye V, Duffy L, France JL, Kessler DA, Rebosa M, Shaz BH, et al. The Development of a Social Networking–Based Relatedness Intervention Among Young, First-Time Blood Donors: Pilot Study. *JMIR Public Heal Surveill*. 2018 Apr;4(2):e44. DOI : 10.2196/publichealth.7403
 17. Jiao W, Chang A, Ho M, Lu Q, Liu MT, Schulz PJ. Predicting and Empowering Health for Generation Z by Comparing Health Information Seeking and Digital Health Literacy: Cross-Sectional Questionnaire Study. *J Med Internet Res* [Internet]. 2023 Oct 30;25:e47595. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/37902832>
DOI : 10.2196/47595
 18. Ririn Feriana Basri, Rahmita R. Penyuluhan Proses Donor Darah dan Pentingnya Donor Darah Sebagai Edukasi Pra-Donasi Pada Masyarakat Pattitangngang, Kecamatan Mappakasunggu, Kabupaten Takalar. *J Abdimas Indones* [Internet]. 2023 Jul 15;3(3):258–62. Available from: <https://www.dmi-journals.org/jai/article/view/481>
 19. Setyawan D, Kristanti M, Sugiyarmasto S, Zailani A. Intention to Blood Donation: An Effect of Social Media. *J Bus Stud Mangement Rev* [Internet]. 2023 Dec 22;7(1):39–46. Available from: <https://online-journal.unja.ac.id/jbsmr/article/view/28869>
 20. Ibrahim AA, Koç M, Abdallah AM. Knowledge Level, Motivators and Barriers of Blood Donation among Students at Qatar University. *Healthcare* [Internet]. 2021 Jul 22;9(8):926. Available from: <https://www.mdpi.com/2227-9032/9/8/926>
DOI : 10.3390/healthcare9080926
 21. Jaafar JR, Chong ST, Alavi Khadijah, Desa A. Does Social Networking among Blood Donors' Matter? The Role of Social Capital on the Motivation to Donate Blood. *J Pembang Sos*. 2019;22:77–89.
 22. Enawgaw B, Yalew A, Shiferaw E. Blood Donors' Knowledge and Attitude Towards Blood Donation at North Gondar District Blood Bank, Northwest Ethiopia: A Cross-Sectional Study. *BMC Res Notes*. 2019 Dec;12(1):729. DOI : 10.1186/s13104-019-4755-9
 23. Fawad Afridi, Farah Ahmad, Syed Hasan Danish, Mehwish Zaman, Hira Bibi, Kajal Hayat. Motivational Factors for Blood Donation, Potential Barriers, and Knowledge

- About Blood Donation in First-Time and Repeat Blood Donors. *J Heal Wellness, Community Res* [Internet]. 2025 Jul 20;3(9):e535. Available from: <https://jhwcr.com/index.php/jhwcr/article/view/535>
24. Samreen S, Sales I, Bawazeer G, Wajid S, Mahmoud MA, Aljohani MA. Assessment of Beliefs, Behaviors, and Opinions About Blood Donation in Telangana, India—A Cross Sectional Community-Based Study. *Front Public Heal* [Internet]. 2021 Dec 9;9:1–9. Available from: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2021.785568/full> DOI : 10.3389/fpubh.2021.785568
25. Nissa H, Ariyani N. Strategi Pemasaran Sosial Komunitas Sosial Blood for Life. *ijd-demos* [Internet]. 2023 Jun 30;5(2):1–7. Available from: <https://hk-publishing.id/ijd-demos/article/view/391>
26. Jannah SR. Motivasi Remaja Dalam Melakukan Donor Darah di Desa Nglele Sumobito Jombang. *SAINTEKES J Sains, Teknol Dan Kesehat* [Internet]. 2023 Jan 24;2(1):62–8. Available from: <https://ejournal.itka.ac.id/index.php/saintekes/article/view/28>
27. Karaca A, Sağdur L, Günçikan MN, Yılmaz M, Sözmen N, Kınık K, et al. The Experience of The Turkish Red Crescent Blood Banks in The 2023 Türkiye Earthquake. *Transfus Med* [Internet]. 2025 Jun 19;35(3):235–42. Available from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/tme.13129>