

## EFEKTIVITAS MEDIA POSTER TERHADAP SIKAP TENTANG DONOR DARAH DI UDD PMI KABUPATEN KLATEN TAHUN 2022

Soimatul Fidiyah<sup>1</sup>, Nur'Aini Purnamaningsih<sup>2</sup>, Ratna Prahesti<sup>3</sup>

### INTISARI

**Latar Belakang :** Donor darah ialah aktivitas memberikan atau menyumbangkan darah secara sukarela yang berasal dari satu orang ke orang lain yang memerlukannya. Langkah untuk meningkatkan kesadaran minat pendonor adalah dengan memberikan informasi dan edukasi dengan tujuan mengubah pemahaman dan sikap terhadap calon pendonor darah sukarela dengan media poster.

**Tujuan Penelitian :** Untuk mengetahui efektivitas media poster terhadap sikap tentang donor darah di UDD PMI Kabupaten Klaten tahun 2022.

**Metode Penelitian :** Populasi penelitian ini adalah seluruh pendonor sukarela yang berjumlah 5.013 pendonor selama triwulan I pada tahun 2022 di UDD PMI Kabupaten Klaten dan subjek yang akan di teliti pada penelitian ini adalah 44 sampel dengan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *Pre eksperimental* yang menggunakan desain *One-Group Pretest-Posttest Design*.

**Hasil Penelitian :** Distribusi proporsi responden yang paling banyak pada penelitian ini yaitu jenis kelamin laki-laki 24 orang (54,5%), kelompok usia 45-64 tahun sebanyak 17 orang (38,6%), pekerjaan pegawai swasta sebanyak 16 orang (36,4%) dan pekerjaan lain-lain sebanyak 16 orang (36,4%). Kemudian didapatkan hasil rata-rata sebelum pemberian poster sebesar 45,24 dan didapatkan hasil rata-rata sebesar 45,78 sesudah pemberian poster.

**Kesimpulan :** Sikap sebelum pemberian poster yaitu rata-rata sebanyak 45,24 dan setelah pemberian poster yaitu rata-rata sebanyak 45,78 sehingga terdapat peningkatan sikap baik setelah pemberian informasi melalui media poster tentang donor darah yaitu sebanyak 0,54.

**Kata Kunci :** *Donor Darah, Media Poster, Sikap*

---

<sup>1</sup>Mahasiswa TBD Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>2</sup>Dosen TBD Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>3</sup>Dosen Rekam Medis Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

## THE EFFECTIVENESS OF POSTER MEDIA TO ATTITUDES ABOUT BLOOD DONATION IN PMI KLATEN REGENCY IN 2022

Soimatul Fidiyah<sup>1</sup>, Nur'Aini Purnamaningsih<sup>2</sup>, Ratna Prahesti<sup>3</sup>

### ABSTRACT

**Background:** Blood donation is the activity of giving or donating blood voluntarily from one person to another who needs it. Steps to increase awareness of donor interest are by providing information and education with the aim of changing understanding and attitudes towards prospective voluntary blood donors with poster media.

**Objectives:** The objectives of this study was to describe the effectiveness of poster media on increasing attitudes about blood donation at Blood Donation Unit PMI Klaten Regency in 2022.

**Methods:** The population of this study were all voluntary donors totaling 5,013 donors during the first quarter of 2022 at Blood Donation Unit PMI Klaten Regency the subjects that will be examined in this study are 44 samples using quantitative descriptive methods with a Pre-experimental approach using the One-Group Pretest-Posttest Design.

**Results:** The distribution of the largest proportion of respondents in this study, namely male sex 24 people (54.5%), age group 45-64 years as many as 17 people (38.6%), private employees work as many as 16 people (36.4 %) and other work as many as 16 people (36.4%). Then the average result before giving the poster was 45.24 and the average result was 45.78 after giving the poster.

**Conclusion:** Attitudes before giving posters were an average of 45.24 and after giving posters were an average of 45.78 so that there was an increase in good attitudes after giving information through poster media about blood donation as much as 0.54.

**Keywords :** *Blood Donation, Poster Media, Attitude*

---

<sup>1</sup>Mahasiswa TBD Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>2</sup>Dosen TBD Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>3</sup>Dosen Rekam Medis Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta