

**ISI PESAN KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMBERIKAN MOTIVASI
TERHADAP KESEMBUHAN ANAK PENDERITA KANKER**

(Studi pada Children Cancer Care Community Aceh)

SKRIPSI

Diajukan Oleh

NUR RAHMI

NIM. 411307117

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY

BANDA ACEH

1439 H/ 2018 M

SKRIPSI

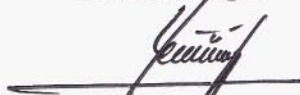
**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**NUR RAHMI
NIM. 411307117**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



**Drs. Yusri, M.LIS
NIP. 196712041994031004**

Pembimbing II,



**Azman, S.Sos, I., M.I.Kom
NIP. 198307132015031004**

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

NUR RAHMI
NIM. 411307117

Pada Hari/Tanggal

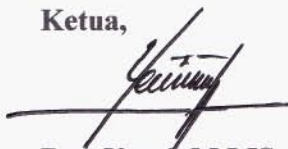
Selasa, 30 Januari 2018M
13 Jumadil Awwal 1439H

di

Darussalam-Banda Aceh

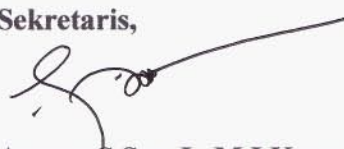
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



Drs. Yusri, M.LIS
NIP.196712041994031004

Sekretaris,



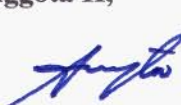
Azman S.Sos, I., M.I.Kom
NIP.198307132015031004

Anggota I,



Drs. Baharuddin AR, M.Si
NIP.196512311993031035

Anggota II,



Anita, S.Ag, M.Hum
NIP.197109062009012002

Mengetahui,

 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd.
NIP.196412201984122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Nur Rahmi

NIM : 411307117

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.



Banda Aceh, 10 Januari 2018

Menyatakan,

Nur Rahmi

NIM. 411307117

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur ke hadirat Allah Swt yang Maha mendengar dan Maha melihat dan segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Shlawatberiringkan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw yang telah membawa umatnya dari alam yang penuh dengan kebodohan menjadi umat yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang dirasakan saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Isi Pesan Komunikasi Persuasif Dalam Memberikan Motivasi Terhadap Kesembuhan Anak Penderita Kanker”.

Karya ilmiah ini disusun dalam rangka memenuhi dan merupakan suatu beban studi untuk melengkapi program sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry. Dalam penulisan karya ilmiah ini penulis banyak mengalami kesukaran, keterbatasan kemampuan dan pengalaman menuju kesempurnaan.

Ucapan terima kasih penulis yang sangat istimewa kepada Ayahanda Syafi,i dan Ibunda Husna yang telah mendidik dan membesarkan penulis dan tak pernah lelah memanjatkan doa kepada yang kuasa agar penulis dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Ar-Raniry. Ucapan terima juga kepada saudara kandung tersayang, kakak, abang yang tiada pernah lupa memberi dukungan, motivasi serta semangat selama ini demi kesuksesan penulis untuk masa yang akan datang. Terima kasih penulis ucapkan kepada pihak keluarga yang sangat

penulis cintai dari keluarga Ayahanda dan keluarga Ibunda yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Terwujudnya karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan semua pihak, terutama dosen pembimbing yaitu Bapak Drs. Yusri, M.LIS selaku pembimbing pertama, dan Bapak Azman, S.sos, I., M.I.Kom selaku pembimbing kedua. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terimakasih atas bantuan dan bimbingan yang diberikan selama dalam proses penulisan karya ilmiah ini. Ucapan terima kasih juga kepada Bapak Drs. Baharuddin AR, M.Si dan Ibu Anita, S.Ag, M.Hum selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan masukan, kritik dan saran terhadap karya ilmiah peneliti. Ucapan terima kasih pula penulis sampaikan kepada bapak Fakhruddin, S.Ag., M.Pd selaku penasehat akademik, Ibu Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST., MM sebagai ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Dosen serta segala karyawan Staff Perpustakaan dan seluruh Civitas Akademika di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri yang telah membekali penulis dengan ilmu yang bermanfaat.

Dan ucapan terima kasih kepada pendiri Rumah Singgah *Children Cancer Care Community* (C-Four) Aceh yaitu Ibu Ratna Eliza, SE serta relawan-relawan C-Four Aceh yang telah bekerjasama dan memberikan informasi yang cukup, yang berkaitan dengan penelitian penulis. Ucapan terima kasih pula penulis ucapkan kepada sahabat-sahabat saya Fadhilah Sari, Nova Andiyani, HumairaAffaza, Cut Mutia, Maulidar, Nurwita, Fadhliana, Rezky Aulia Roza,

Ervina, Cut Desi Ruzaimah, Merida Yasma, Syukrizal, Junaidi dan seluruh anak unit 06 serta kawan-kawan jurusan KPI angkatan 2013 yang telah memberikan bantuan berupa doa, dukungan, saran dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Segala usaha telah dilakukan untuk menyempurnakan skripsi ini. Namun, penulis menyadari bahwa dalam keseluruhan skripsi ini banyak kekurangan dan hal-hal yang perlu ditingkatkan baik dari segi ini maupun itu datang dari penulis sendiri, bukan tidak mustahil dapat ditemukan kekurangan dan keiklapan. Oleh karena itu dengan rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat dijadikan masukan yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Banda Aceh, 13 Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN	vi
ABSTRAK	vii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Operasional.....	9
1. Pesan	9
2. Komunikasi persuasif.....	10
3. Motivasi	10
4. Kanker.....	11
BAB II : LANDASAN TEORI.....	12
A. Penelitian Terdulu Yang Relevan	12
B. Pengertian Komunikasi	16
C. Pengertian Komunikasi Persuasif	18
1. Tujuan Komunikasi Persuasif	20
2. Teknik-teknik Komunikasi Persuasif.....	22
3. Isi Pesan Komunikasi Persuasif	26
4. Isi Pesan Penyembuhan Perspektif Islam.....	27
5. Efektivitas komunikasi Persuasif	31
6. Faktor Penghambatan Komunikasi Persuasif.....	32
D. Pengertian Motivasi	35
1. Komponen Motivasi.....	36
2. Pengukuran Motivasi	37
E. Pengertian Kanker	37

F. Teori Pemrosesan-Informasi McGuire.....	38
G. Teori Framing.....	40
BAB III : METODE PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian.....	42
B. Subjek dan Objek Penelitian	44
C. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Observasi	44
2. Wawancara	45
3. Dokumentasi.....	46
D. Teknik Analisis Data	46
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
B. Isi Pesan Komunikasi Persuasif di <i>Children Cancer Care Community</i>	55
C. Proses Komunikasi Persuasif di <i>Children Cancer Care Community</i>	59
D. Faktor Penghambat Proses Komunikasi Persuasif di <i>Children Cancer Care Community</i>	66
E. Pembahasan.....	70
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Hasil Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 5 : Surat Izin Melakukan Penelitian Dari Fakultas
- Lampiran 6 : Surat Izin Melakukan Penelitian Dari C-Four
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul ***“Isi Pesan Komunikasi Persuasif Dalam Memberikan Motivasi Terhadap Kesembuhan Anak Penderita Kanker (Studi Pada Children Cancer Care Community Aceh)”***. Komunikasi persuasif adalah suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan yang secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan oleh komunikator. Para relawan C-Four sebelumnya sudah menerapkan komunikasi persuasif dengan membujuk, merayu dan mengajak anak penderita kanker untuk melakukan sesuatu hal demi kesembuhannya. Namun belum membuahkan hasil sesuai yang diharapkan oleh relawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi pesan komunikasi persuasif yang disampaikan oleh relawan. Selain itu juga untuk mengetahui proses komunikasi persuasif serta hambatan yang dihadapi dalam menyampaikan isi pesan kepada anak-anak penderita kanker. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan deskriptif, dengan teknik pengambilan sampling purposif (*purposive sampling*), data dikumpulkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian disajikan dalam bentuk rangkuman penemuan penelitian secara sistematis sekaligus menarik kesimpulan. Dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa penyampaian isi pesan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh relawan C-Four, belum berhasil dengan sempurna untuk merubah perilaku anak-anak penderita kanker, hanya saja beberapa anak penderita kanker yang bisa terpengaruh dengan isi pesan yang disampaikan. Adapun proses penyampaian isi pesan melalui komunikasi persuasif yang dilakukan oleh relawan kepada anak penderita kanker yaitu dengan cara melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan anak-anak tersebut seperti mengajak jalan-jalan ketempat wisata, menemani ketika berada dirumah sakit, serta menghubungi orang tua ketika tidak lagi berada dirumah singgah C-Four. Sedangkan hambatan yang terjadi yaitu dari segi karakter dan latar belakang anak yang berbeda-beda, susah berinteraksi atau beradaptasi dengan relawan serta hambatan lain juga muncul dari segi bahasa yang digunakan oleh relawan. Dalam mengatasi hambatan-hambatan, para relawan untuk lebih menggunakan bahasa yang dimengerti serta mengikuti seminar-seminar pendekatan diri kepada anak-anak, dan bagi orang tua serta anak-anak penderita kanker untuk lebih memahami pesan-pesan yang disampaikan oleh para relawan rumah singgah C-Four.

Kata kunci : Komunikasi Persuasif, Motivasi, Kanker.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu manusia melakukan aktivitas komunikasi kapan dan dimana saja manusia beraktivitas. Namun tidak semua manusia tahu apa itu komunikasi dan tidak semua manusia mampu bertutur dengan baik sehingga menciptakan pengaruh dan perubahan sikap serta tindakan pelaku komunikasi. Komunikasi merupakan bagian integral dari kehidupan manusia, tertawa, tersenyum, menangis, berteriak, meraung, merengut, dan beranekaragam cara mengekspresikan diri manusia merupakan suatu proses komunikasi. Manusia sebagai makhluk individu dan sosial dalam menjalankan seluruh roda hidupnya selalu melibatkan komunikasi sebagai sarana berinteraksi.¹

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku.² Dalam ilmu komunikasi, ada dikenal dengan komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi sikap atau perilaku. Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator. Tahap-tahap dalam

¹Maksim Ramses Lalongkoe, *Komunikasi Teorapetik; Pendekatan Praktis Praktisi Kesehatan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal.43.

²Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986), hal. 5.

mencapai keberhasilan, disertai tujuan untuk mengajak komunikan agar bertindak sesuai dengan isi pesan komunikator.³

Setiap pelaku komunikasi, baik itu komunikasi persuasif maupun komunikasi lainnya, akan melakukan empat tindakan: membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah pesan yang berlangsung berurutan. Membentuk pesan, artinya menciptakan sesuatu ide atau gagasan dalam benak kepala seseorang melalui proses kerja sistem syaraf. Pesan yang telah terbentuk ini kemudian disampaikan kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain membentuk dan mengirim pesan, seseorang akan menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain. Pesan yang diterimanya ini kemudian akan diolah melalui sistem syaraf dan diinterpretasikan. Setelah itu, pesan itu dapat menimbulkan tanggapan atau reaksi dari orang tersebut. Apabila ini terjadi, maka orang tersebut kembali akan membentuk dan menyampaikan pesan baru, tindakan ini akan terus-menerus terjadi secara berulang-ulang sehingga tujuan penyampaian pesan dapat tercapai.⁴

Kesuksesan komunikasi persuasif terjadi jika pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi sikap, perilaku komunikan serta menimbulkan efek. Oleh karena itu, dalam hal memengaruhi makna perilaku seseorang, diperlukan juga ilmu psikologi agar komunikator memahami bagaimana karakter dari sasaran yang hendak dijadikan objek persuasif.

³ AtepAdyaBarata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 70.

⁴ TahrinHoutman M, Nasir, *Keterampilan Pers dan Jurnalistik Berwawasan Jender*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2016), hal.14.

Dalam kehidupan masyarakat, untuk memberikan motivasi terhadap seseorang, perlu komunikasi persuasif yang harus digunakan untuk menyampaikan pesan. Motivasi dengan persuasif saling berkaitan demi berhasilnya tujuan yang diinginkan oleh komunikator. Menurut Wann (1997) mendefinisikan motivasi sebagai proses kebangkitan dalam diri individu yang membantu usaha mengarah serta mengekalkan perlakuan yang diinginkan.⁵ Motivasi menjadi suatu tenaga kekuatan, daya, atau suatu keadaan yang kompleks dan kesiapsediaan dalam diri individu untuk bergerak ke arah tujuan tertentu, baik disadari maupun tidak disadari.⁶

Sebuah realita yang terjadi terhadap anak penderita kanker. Kanker pada anak merupakan suatu masalah penting yang harus diperhatikan, karena pada fase ini anak merasa cemas akan perubahan yang terjadi dalam tubuhnya. Mereka cenderung mengalami depresi, penarikan diri dan stres. Selain itu, mereka juga memiliki waktu yang kurang untuk bermain dan berinteraksi dengan lingkungannya.

Berdasarkan Data *GLOBOCAN, International Agency for Research on Cancer (IARC)*, diketahui bahwa pada tahun 2012 terdapat 14.067.894 kasus baru kanker dan 8.201.575 kematian akibat kanker di seluruh dunia.⁷ Secara nasional data penyakit kanker pada penduduk semua umur di Indonesia tahun 2013 sebesar

⁵Shaharuddin Abd. Aziz, *Mengapikasi Teori Psikologi dalam Sukan*, (Kuala Lumpur: Yeoh Prince SDN. BHD, 2006), hal. 75.

⁶Nursalam Ferry Efendi, *Pendidikan dalam Keperawatan*, (Salemba Medika, 2008), hal. 14.

⁷Situasi Penyakit Kanker oleh Pusat Data dan Informasi, (ISSN 2088 – 270X: 2005) Diakses pada 18 Februari 2017.

1,4% atau diperkirakan sekitar 347.792 orang. Sedangkan di provinsi Aceh, persentase diagnosis dokter sekitar 1,4% atau diperkirakan sekitar 6.541 orang.⁸

Upaya pengendalian kanker pada anak, dilakukan oleh sekelompok relawan yang terbentuk dalam *Children Cancer Care Community* (C-Four) Aceh. C-Four merupakan suatu komunitas yang bergerak dan peduli terhadap penderita kanker di Aceh. Saat ini komunitas tersebut aktif merawat dan melayani anak-anak penderita kanker. Komunitas ini beranggotakan para relawan sejumlah 30 orang yang secara sukarela menyisihkan waktu dan tenaganya untuk mencurahkan perhatian kepada anak-anak penderita kanker. Jumlah anak penderita kanker yang sedang didampingi sekarang adalah enam anak, dari sebanyak 70 penderita kanker yang sudah ditangani oleh pihak komunitas C-Four. Pembentukan komunitas ini bertujuan untuk membantu permasalahan dan kendala serta turun tangan langsung memberikan berbagai bantuan, khususnya yang tergolong kurang mampu untuk penderita kanker yang ada di Aceh.⁹

Berkaitan dengan kewajiban terhadap Allah dan berbuat baik sesama manusia, yaitu bagi yang kurang mampu dan juga anak yatim, di dalam Al-Quran dijelaskan dalam surat An-Nisaa : ayat 36 yang berbunyi:

﴿وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۖ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَنًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ۝﴾

⁸InfoDATIN, “Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI” Diakses pada 18 februari 2017.

⁹HasilwawancaradenganRatna Eliza sebagaipendiri C-Four (di *Children Cancer Care Community*)PadaTanggal 23 Juli 2017.

*Artinya: Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri (36).*¹⁰

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan untuk beribadah hanya kepada-Nya, yang tidak ada sekutu bagi-Nya. Sebab, Dia-lah pencipta, pemberi rizki, pemberi nikmat dan pemberi karunia terhadap makhluk-Nya, di dalam seluruh keadaan. Maka Dia-lah yang berhak agar mereka mengesankan, dan tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatupun dari makhluk-Nya. Kemudian Allah mewasiatkan untuk berbuat baik kepada kedua orang tua, karena Allah menjadikan keduanya sebagai sebab yang mengeluarkan kamu, dari tidak ada menjadi ada. Setelah perintah berbuat baik kepada kedua orang tua, dilanjutkan dengan berbuat baik kepada kerabat, baik laki-laki maupun perempuan. Kemudian Allah berfirman: “Dan anak-anak yatim.” Hal itu dikarenakan mereka kehilangan orang yang menjaga kemaslahatan dan nafkah mereka, maka Allah perintahkan untuk berbuat baik dan lemah lembut kepada mereka, kemudian Allah berfirman: “Dan orang-orang miskin.” Yaitu orang-orang yang sangat butuh dimana mereka tidak mendapat orang-orang yang dapat mencukupi mereka, maka Allah perintahkan untuk membantu mencukupi kebutuhan mereka dan menghilangkan kesulitan mereka.¹¹

¹⁰Departemen Agama RI, *Al-Quran Al Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1415 H/1995 M), hal. 123.

¹¹ Abdullah bin Muhammad bin ‘Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, (Pustaka Imam Asy-Syafi’i, 2008), hal. 104.

Ayat tersebut menjelaskan tentang sebuah kewajiban manusia untuk melakukan aktivitas sosial, yaitu menolong orang-orang disekeliling kita yang membutuhkan bantuan atau pertolongan. Orang-orang miskin yang kurang mampu menjadi salah satu golongan yang harus diberikan pertolongan atau bantuan. Jika dihubungkan dengan masalah ini, rumah singgah C-Four Aceh menjadi tempat yang mempunyai visi atau tujuan yang baik dan dapat menjadi ladang amal bagi para relawan untuk beribadah kepada Allah, yaitu untuk menolong anak-anak penderita kanker yang kurang mampu dan tidak mendapatkan nasib yang baik.

Mengidap penyakit berat seperti kanker, membuat hidup mereka menjadi serasa tidak berarti. Mereka selalu merasa bahwa mereka hanya menunggu ajal dan akan segera mati. Keadaan seperti ini justru akan memperburuk kondisi penderita itu sendiri. Optimisme dan motivasi yang tinggi harus mampu diberikan kepada mereka dalam mewujudkan harapan masa depan yang sedang berjuang melawan penyakit mematikan ini.

Anak penderita kanker tersebut saat ini sangat membutuhkan motivasi, dukungan serta semangat dari orang-orang di sekitar dalam menjalankan hidupnya. Karena ini yang menjadi kunci utama untuk sembuh dari penyakit kanker yang tidak bisa sembuh hanya dengan waktu singkat. Sebelumnya, relawan C-Four sudah melakukan komunikasi persuasif dengan membujuk, merayu dan mengajak anak penderita kanker untuk melakukan sesuatu hal demi kesembuhannya. Namun belum membuahkan hasil sesuai yang diharapkan oleh relawan. Salah seorang relawan, M.Fadhil mengatakan bahwa:

“komunikasi persuasif yang kami terapkan saat ini, belum ada pengaruh sepenuhnya sesuai yang kami harapkan terhadap perubahan sikap atau perilaku si anak, bahkan si anak masih saja menangis dan tidak semangat dalam menjalankan harinya dan masa pengobatan. Orang tua dari si anak, juga menjadi kendala dalam proses komunikasi persuasif, karena mereka takut akan kondisi anaknya, sehingga rasa takut dari orang tua menjadi beban bagi si anak.”¹²

Selain belum terpengaruhnya proses komunikasi persuasif yang diterapkan oleh relawan C-Four, di sisi lain juga yang menjadi faktor kendalanya adalah mental orang tua dari anak penderita kanker yang tidak menerima bahwa anaknya mengalami penyakit yang sulit untuk disembuhkan, sehingga penekanan stres yang dialami oleh orang tua akan terimbas terhadap mental si anak.

Jadi, harapan relawan C-Four ingin anak penderita kanker terlihat ceria serta semangat dalam menjalankan hidupnya dan juga pada saat menjalankan pengobatan. Relawan kerap kali melakukan persuasif terhadap anak penderita kanker dengan tujuan mengubah sikap atau perilaku mereka yang saat ini masih menangis, merajuk, termenung dan belum menumbuhkan semangat karena menanggung beban dan rasa sakit yang dialami olehnya. Akan tetapi, ini menjadi kendala bagi relawan saat memberikan motivasi serta semangat yang membutuhkan waktu cukup lama.

Dari permasalahan di atas, penulis meneliti judul ini dimaksudkan guna mengetahui bagaimana isi pesan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh anggota relawan Children Cancer Care Community (C-Four) Aceh terhadap anak penderita kanker dalam memberikan motivasi dan semangat hidupnya yang sampai sekarang belum berhasil seperti yang diharapkan. Dari kesimpulan

¹²Hasilwawancara dengan Muhammad Fadhil sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 4 Agustus 2017.

tersebut, penulis memilih judul penelitian “Isi Pesan Komunikasi Persuasif Dalam Memberikan Motivasi Terhadap Kesembuhan Anak Penderita Kanker”.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja isi pesan komunikasi persuasif relawandalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan anak penderita kanker?
2. Bagaimana proses komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan anak penderita kanker?
3. Apa saja faktor penghambat yang mempengaruhi proses komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan anak penderita kanker?

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa saja isi pesan komunikasi persuasif relawandalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan anak penderita kanker?
2. Untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan anak penderita kanker?
3. Untuk mengetahui apa saja faktor penghambat yang mempengaruhi proses komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan anak penderita kanker?

C. Manfaat Penelitian

Peneliti merangkumkan manfaat penelitian ini dalam dua bagian:

1. Manfaat teoritis
 - a. Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi studi/kajian ilmu komunikasi.
 - b. Memberikan sumbangsih maupun rujukan referensi bagi peneliti dari Fakultas Dakwah khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian dapat menambahkan wawasan dan pengetahuan mengenai komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi.
 - b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis dan secara referensi mengenai komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi.

D. Operasional Variabel

Untuk mempermudah memahami skripsi ini, peneliti perlu menjelaskan istilah yang terdapat pada judul, yaitu: pesan, komunikasi persuasif, motivasi, dan kanker.

1. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah isi pesan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara

tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.¹³

2. Komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif adalah suatu usaha mengubah sikap, kepercayaan atau tindakan komunikan untuk mencapai suatu tujuan. Secara sederhana, persuasif yang efektif adalah kemampuan untuk menyampaikan suatu pesan dengan cara membuat komunikan (pembaca atau pendengar) merasa mempunyai pilihan dan membuatnya mereka setuju. Persuasif bertujuan untuk mempengaruhi komunikan yang cenderung mempertahankan ide atau gagasannya.¹⁴

3. Motivasi

Motivasi adalah faktor-faktor yang mengarahkan dan mendorong perilaku atau keinginan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan yang dinyatakan dalam bentuk usaha yang keras atau lemah. Faktor-faktor itu sering kali disebut dengan motivasi, sebagai tujuan yang diinginkan yang mendorong orang berperilaku tertentu, sehingga motivasi sering pula diartikan dengan keinginan, tujuan, kebutuhan, atau dorongan, dan sering dipakai secara bergantian untuk menjelaskan motivasi seseorang.¹⁵

¹³HafiedCangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal.24.

¹⁴ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal. 128.

¹⁵Dessler Gary, *Manajemen Sumber Daya Manusia*(Jakarta:EdisiKesepuluhJilid 2, Indeks, 2009), hal. 319.

4. Kanker

Kanker adalah terjadinya pembelahan sel yang tidak terkendali. Sel-sel tersebut kemudian menyerang dan merusak jaringan biologis lainnya, baik dengan pertumbuhan langsung di jaringan yang bersebelahan (*invasi*) atau dengan migrasi sel ke tempat yang jauh (*metastasis*).¹⁶

¹⁶Abdul Ghofar, *Cara Mudah Mengenal & Mengobati Kanker* (Jogjakarta: Flamingo, 2009), hal.1.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Penelitian Sebelumnya Yang Relevan

Penelitian terdahulu dalam penelitian sangat penting dilakukan untuk meninjau penelitian-penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat membandingkan dan membedakan dengan penelitian-penelitian tersebut. Penelitian sebelumnya yang digunakan peneliti mengacu pada penelitian yang mengkaji tentang komunikasi persuasif, khususnya yang berkaitan dengan Isi Pesan Komunikasi Persuasif Dalam Memberikan Motivasi Terhadap Kesembuhan Anak Penderita Kanker. Berikut terdapat beberapa tulisan yang berkaitan dengan penelitian yang akan penulis lakukan di antaranya sebagai berikut:

1. Irwiyana pada tahun 2013, *“Komunikasi Persuasif Antara Dokter dan Pasien, (Rumah Sakit Quality Medical Center Banda Aceh)”*. Dimana penelitian ini berfokus pada bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Dokter dalam pelayanan terhadap Pasien. Subjek penelitian ini adalah para dokter dan objek penelitian ini komunikasi persuasif para dokter terhadap pasien. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam pengumpulan data, penulis menggunakan teknik observasi dan wawancara terhadap sembilan dokter, lima pasien dan lima keluarga pasien. Berdasarkan hasil penelitian, dimana pasien merasa tidak pernah dikecewakan dengan pelayanannya, selalu ditanyakan dan dipahami keluhannya. Selain ini dokter dan staf

manajemen pelayanan menggunakan kata-kata yang lembut. Dengan demikian rumah sakit ini memiliki standar pelayanan yang baik terhadap masyarakat.¹

2. YaniePratiwi Firdaus “*Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Produk Asuransi Umum di PT. JasaraharjaPutera Cabang Pekanbaru.*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendekatan personal melalui strategi komunikasi persuasif untuk meningkatkan pelanggan pada asuransi umum, dan mengetahui teknik komunikasi persuasif dalam meningkatkan penjualan pribadi nasabah terhadap produk asuransi umum dari PT. Jasa raharja Putera Cabang Pekan baru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. JasaraharjaPutera Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan pelanggan pada umumnya menggunakan strategi komunikasi persuasif dengan cara penjualan langsung (Personal selling) dimana pemasar mendekati strategi psikodinamika yaitu dengan strategi yang berfokus pada faktor emosional dan faktor kognitif dengan pesan persuasi, dan juga menggunakan teknik-teknik komunikasi persuasif dengan cara personal selling.²

¹Irwiya, *Komunikasi Persuasif Antara Dokter dan Pasien, (Rumahh Sakit Quality Medical Center Banda Aceh)*, dalam skripsi, (Banda Aceh, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2013), hal. vi.

²YaniePratiwi Firdaus, “*Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. JasaraharjaPutera Cabang Pekan Baru*”, jurnal online, Vol 3 No 2, 2016, hal. 1.

3. Kasyanta Hardi pada tahun 2017, "*Komunikasi Persuasif Pada Razia WilayatulHisbah Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry*" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Wilayatul Hisbah ketika melakukan razia di kota Banda Aceh dan untuk mengetahui bagaimana perspektif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry terhadap komunikasi yang digunakan oleh Wilayatul Hisbah pada saat razia. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Penelitian ini memberikan gambaran hasil pengamatan yang didapat dari lapangan dan dijelaskan dengan kata-kata. Sementara itu, untuk melengkapi informasi dan data yang dibutuhkan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi, yaitu sebanyak 10 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta 1 orang anggota Wilayatul Hisbah yang berjabatan sebagai kasi penegakan pelanggaran. Setelah diperoleh data yang didapatkan dari lapangan, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Wilayatu Hisbah adalah dengan teknik tataan, *sayitwithflower*, ganjaran dan *don'taskif*, *askwich*. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Wilayatul Hisbah pada razia mereka di kota Banda Aceh dalam perspektif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

dinilai sudah cukup baik. dalam hal razia menurut perspektif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Wilayatul Hisbah sudah menggunakan teknik komunikasi persuasif yang tepat seperti dengan kata-kata yang lemah lembut, menggunakan tata bahasa yang baik dan mudah dimengerti. Untuk itu, diharapkan kepada Lembaga Wilayatul Hisbah untuk dapat menjaga citra dan kredibilitasnya sebagai polisi syari'ah dan terus meningkatkan kinerja pada setiap razia yang dilakukan.³

Penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, sebagaimana yang telah tertulis di atas. Penelitian ini lebih berfokus pada isi pesan komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan anak penderita kanker. Tujuan dalam penelitian skripsi ini telah dibahas dalam bab sebelumnya. Peneliti mengambil masalah dalam penelitian ini terkait isi pesan komunikasi persuasif relawan terhadap anak penderita kanker, yang selanjutnya akan di analisis dan kemudian peneliti akan melihat bagaimana isi pesan komunikasi persuasif yang disampaikan oleh relawan terhadap anak penderita kanker sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat pada bab sebelumnya.

Berdasarkan contoh hasil penelitian dan studi pustaka terhadap skripsi-skripsi karya mahasiswa terdahulu, penulis tidak menemukan skripsi yang secara khusus membahas tentang Isi Pesan Komunikasi Persuasif Dalam Memberikan

³Kasyanta Hardi, *Komunikasi Persuasif Pada Razia Wilayatul Hisbah Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry*, dalam skripsi, (Banda Aceh, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2017), hal. vi.

Motivasi Terhadap Kesembuhan Anak Penderita Kanker. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian skripsi ini masih sangat layak untuk diteliti.

B. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi sesungguhnya berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga memiliki akar kata berbahasa latin *Communico* yang artinya membagi. Secara umum, komunikasi adalah suatupertukaran, proses simbolik yang menghendaki orang-orang agar mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.⁴

Perhatikan pula beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli antara lain sebagai berikut:

- a. Menurut Everett M. Rogers, komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
- b. Menurut Rogerts dan D. Lawrence, Ilmu komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.⁵

⁴Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hal. 2.

⁵Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), hal.22.

- c. Menurut Raymond S. Ross, komunikasi adalah suatu proses menyotir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud oleh komunikator.⁶
- d. Menurut Edward Depari (1990), komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampaian pesan ditujukan kepada penerima pesan.⁷

Mengenai pengertian komunikasi ini banyak definisi yang telah dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan, tulisan, maupun melalui sebuah media.⁸

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Jadi, komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh unsur-unsur komunikasi.

Berikut ini adalah unsur-unsur atau elemen komunikasi, antara lain:

- a. Sumber adalah semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi.

⁶Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 69.

⁷Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal.3.

⁸Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 4.

- b. Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.
- c. Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
- d. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.
- e. Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (De Fleur, 1982).

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan kelima unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.⁹

C. Pengertian Komunikasi Persuasif

Istilah persuasi berasal dari kata Latin “persuasio” yang berarti ajakan atau bujukan. Persuasi yaitu proses mempengaruhi sikap, pandangan atau perilaku seseorang dalam bentuk kegiatan membujuk, mengajak, dan sebagainya, sehingga ia melakukannya dengan kesadaran sendiri. Maka komunikasi persuasif adalah komunikasi yang dilancarkan seseorang untuk mengubah sikap, pandangan atau

⁹Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), hal.22.

perilaku yang lain, yang sebagai hasilnya pihak yang dipengaruhi melaksanakannya dengan kesadaran sendiri.¹⁰ *Brembeck and Howell (1952)* mendefinisikan persuasi sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasikan motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan. Sedangkan *Ilardo (1981)* juga mendefinisikan persuasi sebagai proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian, atau perilaku baik secara sadar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan non-verbal.¹¹ Menurut *Edmin P. Bertinghouse* memberi batasan persuasif adalah suatu situasi komunikasi yang harus mengandung upaya yang dilakukan dengan sadar untuk mengubah perilaku melalui pesan yang disampaikan.¹²

Menurut definisi-definisi di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi persuasif adalah suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan yang lainnya yang secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan oleh komunikator, baik melalui simbol atau lambang-lambang komunikasi nonverbal maupun verbal untuk mempengaruhi komunikan.

Toir Kertapati dalam *Bunga Rampai Asas-asas Komunikasi, Penerangan dan Komunikasi* mengatakan bahwa persuasi adalah merupakan salah satu bentuk komunikasi, oleh karena itu dengan sendirinya secara teoritis harus memiliki persyaratan tertentu.

¹⁰Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), hal. 270.

¹¹Soleh Soemirat, dkk, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2004). hal. 1.20.

¹²Abdul Nasir, *Komunikasi Dalam Keperawatan Teori dan Aplikasi*, (Salemba Medika: 2009), hal. 128.

- a. Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan yang disampaikan kepada komunikan harus dapat menstimulir sesuatu pada saran.
- b. Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan itu tentunya harus berisi lambang-lambang atau tanda-tanda komunikasi yang sesuai dengan daya tangkap, daya serap dan daya tafsir dari sebagian besar komunikan.
- c. Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan harus dapat membangkitkan keperluan atau kepentingan (needs) tertentu pada sasarannya dan kemudian menyarankan usaha-usaha atau upaya tertentu untuk pemenuhan harapan itu.
- d. Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan yang menyarankan usaha dan upaya hendaknya disesuaikan (di – adjust) dengan situasi dan norma kelompok dimana sasaran itu berada.
- e. Bahwa pesan-pesan/ajakan-ajakan harus dapat membangkitkan harapan-harapan tertentu dan sebagainya.

Demikian pesan atau ajakan-ajakan yang seharusnya dapat dibawakan persuasi itu.¹³

1. Tujuan Komunikasi Persuasif

Tujuan pokok dari komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi pikiran, perasaan dan tingkah laku seseorang, kemudian melakukan tindakan atau perbuatan sebagaimana dikehendaki. Persuasif bukan hanya sekedar membujuk, mempengaruhi sikap dan tingkah laku, tetapi persuasif merupakan suatu teknik mempengaruhi dengan menggunakan dan memanfaatkan data dan fakta

¹³Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) hal. 69.

psikologis, sosiologi dari orang-orang yang ingin kita pengaruhi. Oleh sebab itu bagi yang melakukan persuasif harus memiliki kemampuan untuk dapat memperkirakan keadaan khalayak yang dihadapi.¹⁴

Terdapat tiga tujuan pesan komunikasi persuasif, yaitu (1) membentuk tanggapan, (2) memperkuat tanggapan, dan (3) mengubah tanggapan. Dalam proses pembentukan sikap dan tanggapan, persuader harus mampu mempertalikan antara gagasan atau produk baru dengan nilai-nilai yang telah melekat dalam sistem masyarakat atau sasaran. Penguatan tanggapan adalah terdapatnya kesinambungan perilaku yang sedang berlangsung saat ini terhadap beberapa produk, gagasan dan isu. Pengubahan tanggapan adalah perubahan tanggapan sasaran persuasi untuk mengubah perilaku mereka terhadap suatu produk konsep atau gagasan.¹⁵

Sebagai pegangan di dalam melakukan persuasi ialah adanya suatu kenyataan bahwa orang dalam berhadapan dengan siaran-siaran komunikasi, baik ia berupa sesuatu pesan baru yang perlu mendapat perhatiannya, maupun ajakan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu akan memperhatikan dan memperhitungkan untung ruginya bagi dirinya bila saran itu diterima atau ditolak.¹⁶

Pada umumnya, sikap-sikap individu/kelompok yang hendak dipengaruhi ini terdiri dari tiga komponen, antara lain:

¹⁴Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat...*, hal. 68.

¹⁵Cut Irma Yulianti, *Komunikasi Persuasif antara Guru dan Siswa Ditinjau dari Perspektif Islam, (Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Kecamatan Sakti Kabupaten Pidie)*, dalam skripsi, (Banda Aceh, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2013), hal. 26.

¹⁶*Ibid.* Hal. 68.

a. Mengubah pendapat(*kognitif*)

Berkaitan dengan aspek kognitif, yakni hal-hal yang berkaitan dengan aspek-aspek kepercayaan (*belief*), ide dan konsep. Dalam proses ini, terjadinya perubahan pula diri “audiens” berkaitan dengan pikirannya. Ia menjadi tahu bahwa pendapatnya keliru, dan perlu diperbaiki. Jadi dalam hal ini, intelektualnya menjadi meningkat.

b. Mengubah sikap(*afektif*)

Berkaitan dengan aspek afektif. Dalam aspek afektif, tercakup kehidupan emosional “audiens”. Jadi, tujuan komunikasi persuasif dalam konteks ini adalah menggerakkan hati, menimbulkan perasaan tertentu, menyenangkan dan menyetujui terhadap ide yang dikemukakan.

c. Mengubah perilaku (*konatif*)

Berkaitan dengan aspek konatif. Definisi, audiens didorong untuk berbuat sesuatu, yaitu melakukan suatu tindakan.¹⁷

2. Teknik Komunikasi Persuasif

Menurut William Albig, sebagaimana dikutip OnongUchjana Effendy), dalam menata pesan komunikasi persuasif dikenal beberapa teknik yang dapat dipergunakan dalam bidang perdagangan, politik, budaya, dan bidang lain, baik dalam dimensi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, maupun komunikasi massa.¹⁸ Tujuan sesuatu pilihan dalam teknik komunikasi persuasif adalah dalam rangka memperoleh efek yang sebesar-besarnya, sifatnya tahan lama

¹⁷Soleh Soemirat, dkk, *Materi Pokok Komunikasi...*, hal.1.23.

¹⁸Mohammad Shoelhi, *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*, (Bandung: SimbiosisRekatama Media, 2011), hal. 146.

bahkan kalau mungkin bersifat abadi. Jika suatu teknik komunikasi persuasif berhasil mengubah perilaku, kepercayaan dan sikap seseorang, maka perubahan dimaksud diharapkan benar-benar dapat tahan lama.¹⁹

Berikut teknik-teknik komunikasi persuasif, antara lain:

a. Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkan pada suatu peristiwa yang aktual, atau sedang menarik perhatian dan minat massa.

b. Teknik Integrasi

Teknik integrasi yaitu kemampuan untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti menyatukan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu, atau mengandung arti kebersamaan dan senasib serta sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun nonverbal.²⁰

c. *Pay-off technique*(ganjaran)

Teknik ganjaran (*pay-off technique*) adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. Teknik ini sering dipertentangkan dengan teknik pembangkitan rasa takut, yakni cara-cara yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi yang buruk.

¹⁹H.A.W.Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan...*, hal. 70.

²⁰Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung:Remaja Rosdakarya,2010), hal.126.

d. *Icing Technique*(tataan)

Teknik taaan (icingtechnique) dalam kegiatan persuasi ialah seni menata pesan dengan imbauan emosional sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya. Pesan disusun sedemikian rupa, enak didengar atau enak dibaca sehingga mitra dialog termotivasi untuk menerima pesan-pesan sebagaimana disarankan.

e. Teknik *Red – Hearing*

Teknik ini yaitu seni komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh untuk menyerang lawan.²¹

f. *The Yes-Respons Technique*

Teknik persuasi ini bertujuan untuk mengarahkan sasaran persuasi (komunikan) pada pembentukan suatu pendapat, sikap atau bahkan perilaku tertentu dengan cara mengemukakan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang saling berhubungan. Dalam membuat pertanyaan atau pernyataan tersebut, diupayakan agar persuadeeterkondisi untuk menjawab “Ya”.

g. *Putting It Up To You*

Dalam teknik persuasi ini, persuader berusaha untuk menjalin hubungan secara psikologis dengan persuadee. Cara yang dilakukan yakni dengan berulang kali menanyakan kejelasan, kesetujuan, ketidaksetujuan, pendapat, penilaian dan lain-lain dari topik yang dibicarakan. Dengan cara ini, persuader akan memahami

²¹Mohammad Shoelhi, *Diplomasi Praktik Komunikasi...*, hal.146-147.

ke arah mana keinginan dari persuadee serta perbaikan komunikasi yang bagaimana yang perlu dilakukan.

h. *Simulated Disinterest*

Melalui teknik persuasi ini, persuader berupaya untuk menekan perasaan cemas dan sikap memaksa sasaran untuk mengikuti keinginannya.

i. Teknik Transfer

Yang dimaksud dengan teknik transfer adalah lingkungan yang terasa berpengaruh pada hasil persuasi yang kita lakukan. Jika komunikator bersikap positif terhadap keadaan sekitar dimana persuasi dilakukan, maka hal itu akan membantu dalam menciptakan warna persuasi yang kita lakukan.

j. *Bandwagon Technique*

Teknik “Bandwagon” bertujuan membujuk sasaran dengan cara mengemukakan bahwa setiap orang sebagaimana halnya kita, menyetujui gagasan yang dikemukakan atau mengerjakan hal tersebut. Melalui teknik ini persuadee berupaya membentuk keyakinan pada diri persuadee tentang hal-hal yang ditawarkan kepada mereka sedemikian rupa sehingga mereka merasa yakin atas hal tersebut.

k. *Say It with Flowers*

Melalui teknik persuasi ini, kita berusaha mengambil hati persuadee/sasaran dengan cara memuji kelebihan, kecakapan, kemampuan, kepandaian mereka, dan hal itu dilakukan tidak secara berlebih-lebihan.

l. *Don't Ask If, Ask which*

Teknik persuasi “Don'tAskIf, Askwhich” dilakukan dengan cara memberikan berbagai penawaran kepada sasaran yang terdiri dari banyak pilihan tentang sesuatu maupun sesuatu yang lain, dan menghindarkan penawaran sesuatu dan tidak ada apa-apa. Maksudnya adalah jika anda menginginkan sasaran anda tertarik pada objek persuasi anda, maka anda harus mampu mengemas bahasa yang digunakan, sehingga sasaran memaknai pesan itu sejelas mungkin.

m. Teknik *Reassurance*

Melalui teknik “reassurance”, komunikator menjalin hubungan secara psikologis dengan sasaran persuasi. Hal yang dilakukan adalah setelah komunikator memberi persuasi pada sasaran tentang apa saja, maka jangan biarkan hubungan yang telah terjalin terputus begitu saja.²²

3. Isi Pesan Komunikasi Persuasif

Persuasif, menggayakan pesan merupakan aspek yang penting karena dapat “membungkus” pesan menjadi lebih menarik dan enak di “konsumsi”. Seorang persuader harus memiliki gaya perolehan perhatian yang mengesankan, yang dapat diperoleh dengan cara penggunaan bahasa yang jelas, luas dan tepat. Bahasa yang efektif mengandung tiga unsur, yaitu kejelasan, kelugasan dan ketepatan. Agar komunikasi persuasif berfungsi dengan baik dan efektif, maka dalam penyampaian pesan-pesan persuasif harus disertai dengan gaya yang mengesankan, menawan dan tidak membosankan.²³

²²Soleh Soemirat, dkk, *Materi Pokok Komunikasi...*, hal. 8.4-8.9.

²³Soleh Soemirat, dkk, *Materi Pokok Komunikasi...*, hal. 5.33-5.34.

Kesimpulannya yaitu, pesan persuasif yang disampaikan, ditujukan untuk mengubah perilaku sasaran terhadap suatu objek tertentu sesuai dengan keinginan komunikator. Dimana isi pesan yang digunakannya harus jelas untuk dipahami dan dimengerti. Pesan-pesan persuasif yang disampaikan dapat menimbulkan daya tarik dan enak untuk didengar. Seorang komunikator dalam menyampaikan pesan, harus mampu menciptakan situasi nyaman, dan nyambung dalam proses berkomunikasi yaitu tidak lari dari topik pembahasan, dengan demikian komunikasi persuasif menjadi lebih efektif dan dapat diterima dengan baik oleh komunikan.

4. Isi Pesan Penyembuhan Perspektif Islam

Dalam proses komunikasi, pesan dapat diartikan sebagai informasi atau sesuatu yang disampaikan pengirim (sumber/ komunikator) kepada penerima (komunikan).²⁴ Biasanya pesan yang disampaikan memiliki inti pesan yang merupakan suatu yang mengarah kepada tujuan akhir dari penyampaian pesan tersebut. Pesan dapat disampaikan melalui berbagai cara, seperti tatap muka atau melalui media massa. Isi pesan dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, nasihat, dan juga berupa motivasi semangat hidup.

Orang yang sakit sangat membutuhkan perhatian lebih dari kita yang dianugrahi kesehatan. Lebih-lebih penyakitnya parah, jiwa mereka sedang labil dan butuh penguatan jiwa, butuh hiburan serta nasehat agar bersabar dan berharap pahala. Oleh karena itu Agama Islam yang mulia sangat memperhatikan keadaan

²⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu*,...hal. 24.

orang sakit. Berikut beberapa isi pesan perspektif Islam yang bisa mengembalikan rasa semangat terhadap orang sakit, yaitu:

a. Menghibur dan Memberi Nasihat Kepada Orang Sakit

Inilah yang menjadi peran pendamping orang sakit untuk selalu menghibur dan memberi nasihat kepada orang yang sedang sakit. mereka sangat butuh hiburan, teman mengobrol untuk melupakan sejenak sakitnya. Akan tetapi yang paling penting adalah kita ingatkan tentang akhirat dan pahala yang sangat besar diakhirat kekal, dunia abadi yang tidak bisa dibandingkan dengan dunia. Maka salah satu nasehat yaitu dengan cara mengisi waktu dengan membaca Al-Qur'an. Karena AL-Qur'an memang bisa mengobati kesedihan, kegelisahan hati serta bisa mengobati penyakit fisik. Sebagaimana Allah telah berfirman di dalam Al-Qur'an surat Al-Isra ayat 82, yang berbunyi:

وَنُنَزِّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ²⁵

*Artinya: Dan Kami turunkan dari Al Quran suatu yang menjadi penawar dan rahmat bagi orang-orang yang beriman.*²⁵

Allah Swt menyebutkan tentang kitab yang diturunkannya kepada Nabi Muhammad Saw. Sesungguhnya Al-Qur'an itu adalah penawar dan rahmat bagi orang-orang mukmin, yakni yang dapat melenyapkan berbagai penyakit hati, antara lain keraguan, kemunafikan, kemusyrikan, dan menyimpang dari perkara yang hak serta cenderung kepada hal yang batil. Al-Qur'an pun merupakan rahmat bagi mereka orang yang beriman kepada Al-Qur'an, membenarkannya,

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran Al Karim dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1415 H/1995 M), hal. 437.

dan mengikuti petunjuknya. Maka Al-Qur'an akan menjadi penyembuh dan rahmat baginya.²⁶

b. Mengingat Orang Sakit untuk Berdzikir

Mengharap kesembuhan dengan cara selalu berdzikir yaitu dengan mengingat Allah Swt. Maka dengan demikian, pendamping orang sakit selalu mengingatkan orang yang sedang sakit untuk berdzikir dan berharap kesembuhan kepada Allah Swt, agar Allah menyembuhkan orang yang sakit dari kaum muslimin, menghilangkan kesedihan, kegelisahan dan kesusahkan mereka. Sebagaimana Allah berfirman di dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 28, yang berbunyi:

الَّذِينَ ءَامَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴿٢٨﴾

*Artinya: (yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka manjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingati Allah-lah hati menjadi tenteram.*²⁷

Maksud dari ayat di atas, yaitu hati mereka sangat senang dan tenang berada di sisi Allah, merasa tentram dengan mengingat-Nya, dan rela kepada-Nya sebagai pelindung dan penolong(nya).

²⁶ Abdullah bin Muhammad bin 'Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 4*, (Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2008), hal. 194..

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Quran Al Karim dan*,...hal. 373.

c. Mengajarkan Doa Kesembuhan Kepada Orang Sakit

Doa merupakan salah satu bentuk ikhtiar atau usaha untuk memohon dan meminta sesuatu kepada Allah Swt. Maka dari itu hendaknya pendamping orang sakit mengajarkan doa untuk kesembuhan orang yang sedang sakit.

Prof. Dr. Zakiah Daradjat, pakar dan praktisi konseling dan psikoterapi islam, berpendapat bahwa doa dapat memberikan rasa optimis, semangat hidup dan menghilangkan perasaan putus asa ketika seseorang menghadapi keadaan atau masalah-masalah yang kurang menyenangkan baginya. Dalam hal ini dia menyatakan:

Dalam kehidupan manusia sehari-hari, ditemukan aneka ragam cara menghadapi masalah atau keadaan yang kurang menyenangkan. Ada orang yang mudah patah semangat, menyerah kepada keadaan, kehilangan kemampuan untuk mengatasi kesulitan, bahkan menjadi putus asa dan murung. Misalnya orang yang ditimpa suatu penyakit yang membahayakan, seperti penyakit jantung, kanker, lever dan sebagainya. Maka dengan demikian, doa menjadi penunjang bagi semangat hidup yang tiada taranya. Ia tidak akan pernah kehilangan semangat hidup, karena ia yakin bahwa yang memberi hidup itu adalah Allah, dan tiada penyakit yang dapat membunuh jika Allah tidak izinkan.²⁸ Di samping itu doa juga menimbulkan rasa percaya diri (self confident) dan optimis (harapan kesembuhan). Ini merupakan dua hal yang amat essensial bagi penyembuhan suatu penyakit, di samping obat-obatan dan tindakan medis.²⁹

²⁸ Safrilsyah, *Psikologi Ibadah Dalam Islam*, (Banda Aceh: Naskah Aceh dan Ar-Raniry Press, 2003), hal. 174.

²⁹ *Ibid*, hal. 176.

Efektifitas Komunikasi Persuasif

Efek adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi (Sastropetro, 1988). Perubahan yang terjadi bisa berupa berubahnya sikap, pendapat, pandangan, dan tingkah laku.

Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan, baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri persuade merupakan tujuan yang utama. Disinilah letak pokok yang membedakan komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya.

Efek komunikasi persuasif dapat dijelaskan melalui *Model Psikodinamika*, yaitu proses komunikasi persuasif didasarkan pada teori-teori perbedaan individu dalam pengaruh komunikasi. Menurut teori perbedaan individu (*the Individual Differences Theory*), setiap individu memiliki motivasi dan pengalaman yang berbeda. Perbedaan tersebut disebabkan oleh pengalaman belajar yang berbeda pula. Adanya perbedaan tersebut, menyebabkan terbentuknya kepribadian yang unik, bersifat individual. Setiap individu, karena keunikannya, akan berbeda dalam merespon sesuatu. Konsekuensi logis dari kenyataan ini adalah bahwa setiap individu memiliki sikap, nilai-nilai, kepercayaan yang berbeda, yang semuanya mendasari kepribadiannya masing-masing, oleh karena itu, persepsi masing-masing individu terhadap suatu objek, akan berbeda pula.

Menurut Model Psikodinamika, pesan-pesan komunikasi persuasif akan efektif, apabila pesan tersebut memiliki kemampuan memodifikasi secara

psikologis baik minat ataupun perhatian individu sedemikian rupa, sehingga persuadee akan menanggapi pesan tersebut sesuai dengan keinginan persuader.³⁰

Jadi, peneliti bisa menarik kesimpulan bahwa efektivitas proses persuasif sangat bergantung pada keberhasilan proses komunikasi. komunikasi persuasif akan efektif apabila komunikator menggunakan bahasa yang bisa dipahami oleh komunikan, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan akan menimbulkan efek. Komunikasi persuasif akan menimbulkan efek, jika komunikator mampu mengubah struktur psikologis internal komunikan. Dengan demikian proses psikologis internal yang dilakukan seperti motivasi, sikap atau perilaku yang diwujudkan akan berhasil sesuai yang dikehendaki oleh komunikator.

5. Faktor Penghambat Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif yang lebih dikenal dengan sebutan komunikasi yang bersifat membujuk, merupakan kebutuhan dalam kehidupan manusia baik individu maupun organisasi. Oleh karena itu, dalam berkomunikasi tentu terdapat kesenjangan dan masalah yang dapat menghambat jalannya komunikasi persuasif tersebut. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Anita Taylor yang dikutip JalaluddinRakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, “Banyak penyebab dari rintangan komunikasi persuasif berakibat kecil saja bila ada hubungan baik di antara komunikan. Sebaliknya, pesan yang lebih jelas, paling tegas, dan paling cermat tidak dapat mengakhiri kegagalan, jika terjadi hubungan yang jelek.”³¹

³⁰Soleh Soemirat, dkk, *Materi Pokok Komunikasi...*, hal. 2.39 - 2.40.

³¹Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hal.119.

Dalam suatu proses komunikasi, tidak menutup kemungkinan munculnya faktor-faktor yang dapat menghambat tercapainya tujuan penyampaian pesan secara persuasif. Hambatan-hambatan tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor, antara lain:

a. Faktor Motivasi

Seseorang akan bersikap atas dasar kepentingan atau kebutuhan yang melekat pada dirinya. Jika demikian adanya, maka upaya menggerakkan orang untuk berbuat sesuatu sesuai dengan keinginan komunikator akan menjadi gagal.

b. Faktor Prasangka (Prejudice)

Bila komunikan sudah diinggapi perasaan *prejudice* baik antar-individu, ras maupun golongan, maka mereka akan sulit menerima perasaan secara objektif, karena mereka tidak lagi merespons pesan secara rasional. Yang ada dalam pikiran mereka adalah sikap-sikap yang lebih mengarah pada penilaian negatif.³²

c. Faktor Semantik

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi persuasif yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blanke, 1979). Gangguan semantik sering terjadi karena:

Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu. Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima. Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan

³²Wahyu Ilahi, *Komunikasi...*, hal. 128.

penerima. Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

Dalam memilih kata-kata, sang komunikator harus memiliki dan mempertimbangkan para pendengar serta menafsirkannya dari kata-kata yang digunakannya, untuk lebih mengakrabkan antara komunikator dengan khalayak ramai guna menggambarkan perilaku yang baik. dengan demikian komunikasi tatap muka dapat berjalan lancar diutamakan penggunaan bahasa yang lebih tepat dan besar.³³

d. Faktor Sosial

Perbedaan status sosial dikalangan manusia akan berpengaruh terhadap proses komunikasi dan dapat menghambat jalannya komunikasi persuasif, seperti perbedaan pendidikan, bahasa daerah dan lain-lain.

e. Hambatan kebudayaan

Salah satu unsur penting dalam kebudayaan, yaitu gaya bahasa, dan ini merupakan salah satu faktor yang dapat menghambat lancarnya proses komunikasi persuasif, karena cara penggunaannya menunjukkan tingkat intelektual seseorang yang bisa menimbulkan jumlah pengertian.³⁴

Oleh karenanya, untuk mengantisipasi terjadinya hambatan-hambatan tersebut, seorang komunikator harus mengetahui secara dini pada saat persiapan maupun penyampaian pesan. Selanjutnya harus ada sebuah upaya untuk menghindari hambatan-hambatan tersebut, agar tidak terjadi kegagalan dalam

³³Moekijat, *Teori Komunikasi*, Cet I, (Bandung: Mandar Maju, 1993), hal. 186.

³⁴Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995), hal. 70.

pelaksanaan persuasif, karena kegagalan dalam persuasif, juga berarti kegagalan dalam tujuan penyampaian pesan yang diinginkan.³⁵

D. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata “motif” berarti sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan daya penggerak dari dalam dan didalam subjek untuk melakukan aktivitas tertentu demi mencapai tujuan. Berawal dari kata “motif” maka motivasi dapat diartikan sebagai daya penggerak yang telah menjadi aktif.³⁶

Ahli psikologi menempatkan motivasi sebagai penentu bagi kegiatan hidup individu dalam usahanya mencapai cita-cita. Hubert Bonner menyatakan bahwa motivasi secara fundamental bersifat dinamis yang melukiskan ciri-ciri tingkah laku manusia yang terarah kepada tujuan. Dalam motivasi terkandung suatu dorongan dinamis yang mendasarkan segala tingkah laku individu manusia. Bila terdapat rintangan-rintangan yang menghalangi pencapaian tujuan yang diinginkan, dengan motivasi seseorang melipat gandakan usahanya untuk mengatasinya dan berusaha mencapai tujuan itu. ia merasa terdorong untuk itu sampai ia berhasil atau gagal mencapainya, ia tetap pada usahanya mencapai tujuan yang diidamkan.³⁷ Soemanto juga mendefinisikan motivasi sebagai suatu perubahan tenaga yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi pencapaian tujuan. Karena kelakuan manusia itu selalu bertujuan, kita dapat

³⁵Wahyu Ilahi, *Komunikasi...*, hal. 130.

³⁶Sadirman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal.73.

³⁷Julianto Saleh, *Psikologi Dakwah, Pendekatan Psikologi Sosial*, (Banda Aceh: Dakwah Ar-Raniry Press, 2013), hal.106.

menyimpulkan bahwa perubahan tenaga yang memberi kekuatan bagi tingkahlaku mencapai tujuan, telah terjadi didalam diri seseorang.³⁸

Jadi, kesimpulannya bahwa motivasi merupakan suatu proses psikologis yang mencerminkan sikap atau perilaku yang terjadi pada diri seseorang untuk mendorong dan mengarahkan ia supaya bertindak melakukan sesuatu yang lebih baik lagi sehingga dapat mencapai hasil atau tujuan tertentu. Dengan adanya motivasi yang diberikan oleh komunikator, maka komunikan akan berusaha untuk berbuat dan melakukan sesuatu guna mencapai tujuannya.

1. Komponen Motivasi

Menurut M. UtsmanNajati, motivasi adalah kekuatan penggerak yang membangkitkan aktivitas pada makhluk hidup, dan menimbulkan tingkah laku serta mengarahkannya menuju tujuan tertentu.

Motivasi memiliki tiga komponen pokok, yaitu:

- a. *Menggerakkan*, dalam hal ini motivasi menimbulkan kekuatan pada individu, membawa seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu. Misalnya kekuatan dalam hal ingatan, respon-respon efektif, dan kecenderungan mendapat kesenangan.
- b. *Mengarahkan*, berarti motivasi mengarahkan tingkah laku. Dengan demikian ia menyediakan suatu orientasi tujuan. Tingkah laku individu diarahkan terhadap sesuatu.
- c. *Menopang*, artinya motivasi digunakan untuk menjaga dan menopangtingkah laku, lingkungan sekitar harus menguatkan

³⁸WastySoemanto, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bina Aksara,2003), hal. 206.

intensitas dan arah dorongan-dorongan dan kekuatan-kekuatan individu.³⁹

2. Pengukuran Motivasi

Pengukuran motivasi disini maksudnya adalah yang berhubungan dengan efektivitas motivasi dalam memengaruhi sikap dan tingkah laku manusia. Motivasi menjadi efektif dan tepat sasaran ketika dilakukan sesuai dengan teori dan ditarafkan pada objek yang tepat. Berikut ada tiga fungsi motivasi, yaitu antara lain:

- a. Penolong untuk berbuat dalam mencapai tujuan.
- b. Penentu arah perbuatan yakni ke arah yang akan dicapai.
- c. Penyeleksi perbuatan sehingga perbuatan manusia senantiasa selektif dan tetap terarah kepada tujuan yang ingin dicapai.⁴⁰

E. Pengertian Kanker

Kanker dalam bahasa Yunani disebut sebagai *Carcinos* yang kemudian dalam bahasa Inggris disebut *Cancer* dan dalam bahasa Belanda menjadi *Kanker* dan akhirnya diakui sebagai bahasa Indonesia. Kanker yaitu suatu *neoplasma* yang bersifat ganas dan merupakan tumbuhnya jaringan kecil-kecil yang menjadi besar dan tidak terkendali.⁴¹

Secara umum, kanker adalah suatu penyakit dimana terjadi pertumbuhan sel-sel jaringan tubuh yang tidak normal, cepat dan tidak terkendali. Sel-sel kanker akan terus membelah diri, terlepas dari pengendalian pertumbuhan, dan

³⁹Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta:Kencana,2009), hal.183.

⁴⁰*Ibid.* Hal. 204.

⁴¹Koosnadi Saputra, dkk, *Terapi Biologis Untuk Kanker*, (Surabaya:Airlangga University Press,2000), hal.5.

tidak lagi menuruti hukum-hukum pembiakan. Bila pertumbuhan ini tidak cepat dihentikan dan diobati, maka sel kanker akan berkembang terus. Sel kanker akan tumbuh menyusup ke jaringan sekitarnya (invasif), lalu membuat anak sebar (metastasis) ke tempat yang lebih jauh melalui pembuluh darah dan pembuluh getah bening. Selanjutnya akan tumbuh kanker baru di tempat lain sampai akhirnya menyebabkan kematian penderitanya.⁴²

Sampai saat ini, penyebab kanker belum diketahui pasti. Ada banyak penyebab faktor penyebab yang dapat menimbulkan kanker pada binatang percobaan. Namun, hal ini belum sepenuhnya dapat dibuktikan pada manusia, walaupun patut mendapat perhatian. Gaya hidup modern dewasa ini juga dapat meningkatkan resiko pertumbuhan kanker.⁴³

F. Teori Pemrosesan-Informasi McGuire

Teori *Pemrosesan-Informasi McGuire* menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap, yang masing-masing tahap merupakan kejadian penting yang menjadi patokan untuk tahap selanjutnya. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pesan persuasif harus dikomunikasikan
- b. Penerima akan memerhatikan pesan
- c. Penerima akan memahami pesan
- d. Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen-argumen yang disajikan
- e. Tercapai posisi adopsi baru

⁴²Setiawan Dalimartha, *Ramuan Tradisional Untuk Pengobatan Kanker*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2008), hal.1.

⁴³Wawan Supriyanto, *Kanker: Deteksi Dini, Pengobatan dan Penyembuhannya*, (Yogyakarta: Parama Ilmu, 2015), hal.2.

f. Terjadi perilaku yang diinginkan.

McGuire mengatakan bahwa berbagai variabel independen dalam situasi komunikasi dapat memiliki efek pada salah satu atau lebih dari satu diantara tahap di atas. Variabel seperti kecerdasan, misalnya, mungkin mengakibatkan kecilnya pengaruh, karena semakin cerdas seseorang akan semakin mampu mendeteksi cacat dalam sebuah argumen dan lebih suka memegang opini yang berbeda dengan yang lainnya. Tetapi mungkin lebih menarik perhatian karena semakin cerdas seseorang semakin besar ketertarikannya pada dunia luar.

McGuire (1968) juga menyebutkan bahwa ciri khasnya variabel-variabel independen akan memengaruhi satu tahap dengan cara positif dan tahap lain dengan cara negatif. Sebuah *fearappeal*, misalnya dapat meningkatkan perhatian terhadap pesan yang disampaikan, tahap 1, tetapi mengganggu daya pengaruh argumen-argumen yang disajikan, tahap 4.

Pada sebuah artikel berikutnya, McGuire (1976) mempresentasikan enam tahap teori pemrosesan-informasi: (1) paparan, (2) persepsi, (3) pemahaman, (4) kesepakatan, (5) pengambilan keputusan, dan (6) tindakan. Jelas sekali bahwa daftar tahap-tahap ini disusun berdasarkan urutan enam tahap sebelumnya.

Teori pemrosesan-informasi McGuire memberi kita sebuah pandangan yang bagus tentang proses perubahan sikap, mengingatkan kita bahwa ia melibatkan sejumlah komponen. Beberapa teori sebelumnya telah menyebutkan semua komponen ini, dan diantaranya, jika ada, penelitian-penelitian perubahan sikap yang meneliti dampak variabel-variabel independen pada semua tahap ini. Kenyataannya, seperti yang disebutkan McGuire, sebagian besar literatur

perubahan sikap yang ekstensif mungkin berfokus pada tahap menuruti atau sepakat terhadap pesan.

Akhirnya, teori McGuire mengingatkan kita pada kesulitan perubahan sikap. Teori itu menyebutkan bahwa banyak variabel independen cenderung membatalkan keseluruhan dampak mereka sendiri dengan memberikan dampak positif pada sebuah tahap dalam proses perubahan sikap tetapi memberi dampak negatif pada tahap lain proses perubahan sikap. Selain itu, kita harus menghadapi fakta bahwa usaha-usaha perubahan sikap yang sukses perlu menyesuaikan efek-efek yang diinginkan oleh setiap variasi tahapan itu.⁴⁴

G. Teori Framing

Gagasan mengenai framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson (1955-1972). Awalnya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh Goffman (1974), yang mengadopsi frame sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas. Dalam perkembangan terakhir, konsep ini digunakan untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media.⁴⁵

Framing adalah upaya atau strategi yang dilakukan komunikator untuk menekankan dan membuat pesan menjadi bermakna, lebih menonjol, dan diperhatikan oleh publik. Upaya membuat pesan lebih menonjol dan menonjol ini,

⁴⁴Severin, Werner J. DAN James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta:Kencana,2011), hal. 204-205.

⁴⁵ Arifatul Choiri Fauzi, *Kabar-kabar Kekerasan Dari Bali*, (Yogyakarta: Pelangi Aksara, 2007), hal. 23.

pada taraf awal tidak dapat dilepaskan dari aspek psikologi. Secara psikologis, orang cenderung menyederhanakan realitas dan dunia yang kompleks itu bukan hanya agar lebih sederhana dan dapat dipahami, melainkan juga agar lebih mempunyai perspektif/dimensi tertentu. Orang cenderung melihat dunia ini dalam perspektif tertentu, pesan atau realitas juga cenderung dilihat dalam kerangka berpikir tertentu. Karenanya, realitas yang sama bisa jadi digambarkan secara berbeda oleh orang yang berbeda, karena orang mempunyai pandangan atau perspektif yang berbeda juga.

Daniel Kahneman dan Amos Tversky membuat serangkaian penelitian (melalui studi eksperimental) bagaimana pesan yang dibingkai atau dibungkus secara berbeda akan dimaknai dan dipahami secara berbeda pula oleh khalayak. Di sini, pemahaman dan pemaknaan khalayak tidak tergantung pada realitas atau fakta, tetapi tergantung pada bagaimana realitas itu disajikan: bagaimana pesan dibingkai dengan kemasan tertentu yang menyebabkan pemahaman tertentu dalam benak khalayak.⁴⁶

⁴⁶ Eriyanto, *Analisis Framing ; Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: Printing Cemerlang, 2002), hal. 82.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Metode yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.¹ Dalam penulisan sebuah skripsi, metode penelitian merupakan suatu hal yang menentukan efektivitas dan sistematisnya sebuah penelitian. Maka metode yang digunakan Peneliti ini merupakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sementara itu, menurut Kirk dan Miller, penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristiwanya.²

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, CetKe 21, (Bandung : Alfabeta, 2013), hal.1

²Rosady Ruslan, *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 215.

tersebut. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data.³

Artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, peneliti menjadi instrument riset yang harus terjun ke lapangan.

B. Objek dan Subjek Penelitian

Objek adalah keseluruhan gejala yang ada disekitar kehidupan manusia. apabila dilihat dari sumbernya, objek dalam penelitian kualitatif menurut Spradley disebut *socialsituation* atau situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen, yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*) dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis.⁴ Objek dalam penelitian ini adalah isi pesan komunikasi persuasif relawan C-Four dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan anak penderita kanker.

Sedangkan Subjek adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian adalah orang yang bisa memberikan informasi-inforasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian kita.⁵ Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah komunitas Children Cancer Care Community (C-Four) Aceh.

Subjek penelitian yang akan dipilih adalah sejumlah 8 (delapan) orang relawan yang aktif dalam mendampingi anak penderita kanker. Peneliti memilih sampel sejumlah delapan orang relawan karena sampel tersebut mempunyai karakteristik, pengetahuan serta pengalaman yang dapat memecahkan

³Rachmat Kriantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006, hal. 56

⁴Andi Rastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), hal. 199.

⁵Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 199), hal.35.

permasalahan. Dengan demikian, hal tersebut akan memenuhi segala persyaratan dan tujuan tertentu yang dibutuhkan sehingga memperoleh data yang akurat dalam penelitian.

Teknik purposive sampling ini berorientasi kepada pemilihan sampel di mana populasi dan tujuan yang spesifik dari penelitian, diketahui oleh peneliti sejak awal. Dalam pelaksanaannya, peneliti dapat memanfaatkan pengetahuan dan pengalamannya dalam menentukan responden penelitian. Sampel yang dipilih perlu diketahui terlebih dahulu karakteristiknya sehingga sampel yang dipilih relevan dengan tujuan dan masalah penelitian.⁶

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dilakukan beberapa teknik diantaranya:

1. Observasi

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Observasi ini dilakukan dengan cara langsung mengadakan penelitian yang jenisnya observasi partisipatif, yaitu pengumpulan data melalui observasi terhadap objek pengamatan dengan langsung hidup bersama, merasakan serta berada dalam aktivitas kehidupan objek pengamatan.⁷ Menurut Sugiyono dalam proses pengumpulan data melalui observasi terbagi kepada dua, yaitu:

⁶NurulZuriah, *MetodologiPenelitiandanPendidikan*, CetKe 1, (Jakarta : PT BumiAksara, 2006), hal. 141.

⁷M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:Putra Grafika, 2007). hal. 115

- a. Observasi Partisipan, yaitu dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.
- b. Observasi Non-Partisipan, yaitu observasi yang dilakukan dengan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.⁸

Observasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah observasi non-partisipan, dimana peneliti hanya terlibat sebagai pengamat. Observasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peneliti mengamati isi pesan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh relawan C-Four Aceh.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau yang diwawancarai, tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.⁹ Wawancara ialah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri utama dari wawancara adalah adanya kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi (*interviewer*) dan sumber informasi (*interviewee*).¹⁰

Wawancara yang merupakan alat untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya akan dilakukan dengan cara terbuka, bebas, dan tidak terlepas dari permasalahan yang sedang diteliti. Selain itu wawancara juga menjadi alat untuk

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.85.

⁹*Ibid.* Hal. 108.

¹⁰NurulZuriah, *MetodologiPenelitiandan*)..., hal. 179.

penjelasan tentang informasi yang telah didapatkan untuk menindak lanjuti pada informasi dalam penelitian yang dilakukan.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen.¹¹

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data tertulis yang berupa foto-foto, dokumen-dokumen, surat dan selebaran yang diperoleh dari komunitas Children Cancer Care Community Aceh. Dokumen ini untuk memperkaya hasil penelitian juga sebagai bukti bahwasanya benar telah melakukan penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.¹²

Analisis data menurut model Spradley, tidak terlepas dari keseluruhan proses penelitian. Menurut dia, analisis data itu menyatakan dengan teknik

¹¹Imam Suprayoga dan Tobroni, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 191.

¹²Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfa Beta, 2013), hal. 89.

pengumpulan data. Adapun keseluruhan proses penelitian terdiri atas pengamatan deskriptif, analisis domein, pengamatan terfokus, analisis taksonomi, pengamatan terpilih, analisis komponensial, dan diakhiri dengan analisis tema. Hal itu menunjukkan bahwa penyelenggaraan penelitian dilakukan secara silih berganti antara pengumpulan data dengan analisis data sampai pada akhirnya keseluruhan masalah penelitian itu terjawab.¹³

Penganalisa ini dilakukan dengan menempuh langkah-langkah sebagai berikut:

a. Analisis Domein

Analisisdomein dilakukan terhadap data yang diperoleh dari pengamatan berperanserta/wawancara atau pengamatan deskriptif yang terdapat dalam catatan lapangan, yang dapat dilihat di buku lampiran.

b. Analisis Taksonomi

Setelah selesai analisis domein, dilakuan pengamatan dan wawancara terfokus berdasarkan fokus yang sebelumnya telah dipilih oleh peneliti. Hasil terpilih untuk memperdalam data telah ditemukan melalui pengajuan sejumlah pertanyaan kontras. Data hasil wawancara terpilih dimuat dalam catatan lapangan yang terdapat di buku lampiran.¹⁴

c. Analisis Komponen

Setelah analisis taksonomi, dilakukan wawancara terpilih untuk memperdalam data yang telah ditemukan melalui pengajuan sejumlah pertanyaan

¹³Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 303.

¹⁴*Ibid.* Hal. 305.

kontras. Data hasil wawancara terpilih dimuat dalam catatan lapangan yang terdapat di buku lampiran.

d. Analisis Tema

Analisis tema merupakan seperangkat prosedur untuk memahami secara holistik pemandangan yang sedang diteliti. Sebab setiap kebudayaan terintegrasi dalam beberapa jenis pola yang lebih luas.¹⁵

¹⁵*Ibid.* Hal. 307.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah *Children Cancer Care Community* (C-Four) Aceh

Berangkat dari kepedulian seorang ibu bernama Ratna Eliza, terbentuklah *Children Cancer Care Community* yang disingkat dengan C-Four. Ketika itu, beliau melihat seorang penderita kanker *Linfoma* atau Getah bening, berasal dari Lhokseumawe bernama Annisa. Annisa sudah memasuki stadium lanjut, tetapi sama sekali tidak ada tindakan pengobatan lanjutan. Hal tersebut disebabkan karena kekurangan biaya untuk berobat lebih bagus. Ketidakmampuan keluarga menjadi kendala utama Annisa tidak bisa diobati. Sehingga Ratna memiliki keinginan untuk membantu dengan mengajak sang anak menuju instansi pemerintahan yang mengatasi permasalahan sosial.¹

Beberapa instansi belum bisa memberikan bantuan terkait dengan administrasi untuk membantu Annisa. Akhirnya, dengan tangan terbuka Ratna bersedia membantu segala keperluan Annisa dalam hal pengobatan penyakit kanker. Dengan sangat tulus, dia berharap semua hal yang dilakukan mampu membuat Annisa untuk sembuh. Selama tiga bulan lamanya, Annisa mengikuti pengobatan di Jakarta. Namun, takdir berkata lain, ia meninggal dunia. Kisah Annisa, membuat beliau terpacu dengan anak-anak kanker di Aceh yang semakin lama semakin bertambah. Mengingat kondisi keluarga penderita yang sangat

¹Hasil Dokumentasi *Children Cancer Care Community* (C-Four), Profil C-Four Aceh, 2014 (Latar Belakang, Sejarah, Visi Misi, Program Jangka Panjang dan Pendek), hal. 2.

terpuruk dengan kemiskinan, tidak memungkinkan untuk menyembuhkan anaknya.

Pada tahun 2014 akhirnya Ratna berinisiatif membentuk sebuah komunitas, yang bernama komunitas Peduli Anak Kanker atau KPAK Aceh. Selama terbentuknya komunitas ini, berbagai relawan ikut turun tangan dan membantu. Banyak anak-anak penderita kanker ditangani oleh KPAK, dengan berbagai dana bantuan yang datang dari donatur dan berbagai penggalangan dana.

Agustus 2015, KPAK mengganti nama menjadi *Children Cancer Care Community* (C-Four) Aceh. Berdasarkan Akte Notaris Nomor C-574.HT.03.01.TH-2005 Tanggal 19 Desember 2005. Memasuki tahun ke 2, C-Four telah menangani lebih dari dua puluh anak kanker dengan berbagai jenis. Namun, sampai saat ini belum ada anak penderita kanker yang ditangani oleh C-Four dapat terselamatkan oleh kanker. Hal ini disebabkan, ketika C-Four tangani penyakit kanker yang diderita si anak sudah memasuki stadium lanjut. Sehingga, C-Four tidak dapat melakukan hal yang lebih efektif dalam menolong anak kanker tersebut.²

2. Visi dan Misi C-Four

Visi:

- a. Meningkatkan rasa peduli masyarakat terhadap penyakit kanker pada anak

²*Ibid*, hal. 3-4.

- b. Sebagai wadah dalam memperjuangkan dan membantu anak kanker untuk mendapatkan pelayanan, pengobatan yang maksimal dan untuk menekan jumlah penderita anak kanker khususnya di daerah Aceh.

Misi:

- a. Memberikan donasi penuh bagi anak penderita kanker yang kurang mampu dan berdomisili di Aceh.
- b. Berusaha membangun komunikasi dan menyebarluaskan informasi mengenai penyakit kanker pada anak, seperti deteksi dini dan penanggulangannya berupa:
 - 1) Seminar Deteksi Dini kanker pada anak yang melibatkan berbagai elemen masyarakat.
 - 2) Menyelenggarakan bakti sosial turun keberbagai desa dan kecamatan untuk menyuarakan mengenai penyakit kanker.
 - 3) Mewujudkan fasilitas atau pusat sarana penanggulangan kanker pada anak berupa rumah singgah.
 - 4) Menjalin hubungan dengan lembaga atau yayasan sosial, rumah sakit dan instansi pemerintahan lainnya dalam mengatasi permasalahan anak kanker yang ada di Aceh.³

3. Program C-Four

- a. Jangka Pendek
 - 1) Rumah singgah untuk anak kanker dari luar daerah yang menunggu jadwal kemoterapi.

³*Ibid*, hal. 5.

- 2) Sosialisasi melalui media elektronik/cetak atau turun langsung.
 - 3) Kelas Edukasi anak kanker.
 - 4) Sosialisasi pendidikan anak kanker.
 - 5) Program harian: Sosialisasi melalui media sosial; menulis di media sosial.
 - 6) *Home Schooling*.
 - 7) Pengajian rutin.
- b. Jangka Panjang.
- 1) Pelatihan atau seminar deteksi anak kanker.
 - 2) *Hilling Therapy* untuk anak kanker.
 - 3) Festival (relawan memakai costum hero).
 - 4) *Family Gathering*.⁴

4. Kegiatan yang Telah Dilakukan

- a. Memberikan bantuan donasi bagi penderita yang tidak mempunyai biaya transport dan biaya selama menjalani perawatan.
- b. Pembagian nasi bungkus kepada anak dan keluarga penderita kanker.
- c. Memberi bingkisan berupa makanan dan mainan kepada anak penderita kanker.
- d. Memberikan pelayanan khusus bagi penderita kanker (Pengurusan rujukan pasien kanker yang dikirim ke Medan).
- e. Melakukan kegiatan refeshing ke berbagai tempat wisata bagi anak kanker.

⁴*Ibid.* hal. 6.

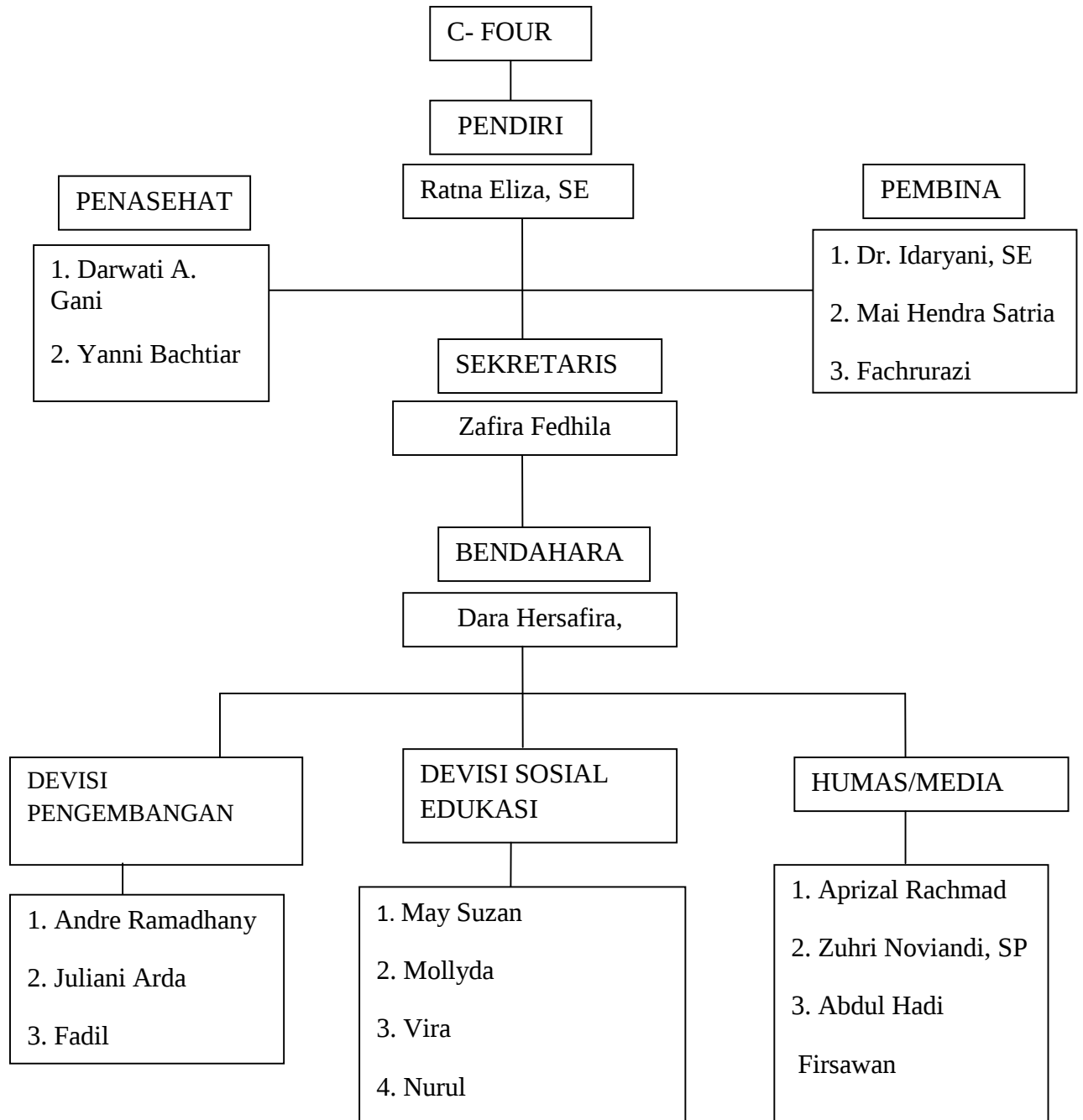
- f. Melakukan pemantauan setiap harinya pada RSUDZA Banda Aceh.
- g. Mengurus kepulangan jenazah anak kanker.
- h. Bekerjasama dengan Radio Flamboyan fm untuk membagikan bingkisan kepada anak kanker.

5. Prinsip Kerja C-Four

- a. Kebersamaan: Setiap anggota C-Four harus secara bersama-sama melakukan pendampingan terhadap pasien anak kanker.
- b. Transparan: Pengelolaan keuangan dari para donatur harus dilakukan secara terbuka, diketahui dan diawasi oleh pembina C-Four.
- c. Kerjasama: C-Four akan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak khususnya pihak dinas kesehatan dan rumah sakit untuk program yang akan direalisasikan.⁵

⁵*Ibid*, hal. 2.

Susunan Struktur Organisasi C-Four



Sumber: Profil *Children Cancer Care Community* Aceh 2014

B. Isi Pesan Komunikasi Persuasif di *Children Cancer Care Community (C-Four) Aceh*

Dalam penyampaian pesan sudah barang pasti mempunyai isi pesan yang bermakna untuk disampaikan kepada komunikan. Begitu pula halnya dengan penyampaian pesan persuasif yang bertujuan untuk memengaruhi dan meyakinkan orang lain dan orang yang diajak berkomunikasi tersebut merasa yakin apa yang dikatakan oleh lawan bicaranya. Isi pesan persuasif yang inilah selalu dilakukan oleh relawan-relawan di C-Four Aceh untuk anak-anak penderita kanker, dan setiap relawan mempunyai cara sendiri dalam menyampaikan pesan persuasif pada anak penderita kanker.

Hal ini dimana dari hasil observasi yang dilakukan bahwa isi pesan persuasif di C-Four yang disampaikan oleh relawan kepada para anak-anak penderita kanker dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Isi Pesan Motivasi Kesembuhan

Isi pesan yang disampaikan dengan memberikan motivasi kesembuhan dengan sangat meyakinkan anak-anak para penderita kanker untuk segera sembuh dari penyakit yang dideritanya. Hal ini dilakukan dengan ucapan “ayo anak-anak semua, tetap semangat untuk sehat”. Pesan yang disampaikan dengan kata-kata merayu anak-anak penderita kanker dengan mengatakan, “ adek mau tidak minum obat dan makan, kalau adek mau makan yang banyak dan minum obat, nanti akan abang belikan hadiah” kemudian menanyakan lagi, “adek maunya hadiah apa” dan memberitahukan kepada anak-anak penderita kanker tersebut

bahwa penyakit yang diderita itu bukanlah suatu penyakit, melainkan itu ujian dari Allah SWT untuk anak-anak pilihan.⁶

Kata-kata motivasi dan penyemangat untuk kesembuhan dengan pesan kepada anak-anak penderita kanker yaitu, “adek kan pernah liat anak-anak yang pergi dengan riangnya kesekolah,” kemudian mengatakan “adek mau tidak pergi kesekolah, kalau mau sekolah cepat sembuh dan sehat ya”, kemudian mengatakan “adek mau tidak sehat kembali?, kalau adek sehat nanti kita bisa pergi jalan-jalan lagi”. Mengatakan bahwa penyakit yang dialami mereka itu akan cepat sembuh apabila mereka rajin berobat.⁷

2. Isi Pesan Untuk Mengembalikan Rasa Percaya Diri

Sebelum menyampaikan isi pesan persuasif, relawan menata dulu isi pesan yang disampaikan, isi pesan yang bisa membuat anak-anak penderita kanker bisa menjalankan hidupnya seperti anak-anak yang lain pada umumnya dan menambah kepercayaan pada diri mereka.⁸

Hal ini terlihat ketika melakukan observasi pada relawan dimana kondisi mengembalikan kepercayaan diri kepada anak-anak penderita kanker, ketika ada anak penderita kanker yang di C-Four sedang terdiam dan termenung, kemudian relawan menanyakan “adek kenapa diam, ayo kita bercerita” apabila masih terdiam kemudian mengatakan “adek ayo kita beli mainan, tapi sebelum kakak membelikan mainan, adek harus berjanji dulu kalau sudah dapat mainan nanti

⁶Hasil observasi yang dilakukan pada relawan Helmi Alfayed di C-Four (di *Children Cancer Care Community*, Pada Tanggal 23 Oktober 2017

⁷Hasil observasi yang dilakukan pada relawan Elvira Nazzai di C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017

⁸Hasil wawancara dengan Helmi Alfayed sebagai Relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*, Pada Tanggal 23 Oktober 2017.

cerita dengan kakak ya, dan bermain dengan teman-teman yang lain”. Ketika relawan mengajak untuk membelikan mainan dan telah dibelikan mainan, anak-anak penderita kanker akan kembali ceria untuk berbaur dengan kawan-kawannya dan memperlihatkan kepada kawan-kawannya permainan tersebut. Tapi apabila telah bosan mereka akan terdiam kembali.⁹

3. Isi Pesan Pendidikan

Kemudian ketika observasi, penulis juga menemukan relawan menyampaikan pesan pendidikan untuk mereka semangat bersekolah kembali. Dengan isi pesan “ayo adek-adek semuanya harus rajin belajar, rajin membaca dan bersekolah, agar bisa mencapai cita-cita” lalu kemudian relawan menanyakan “cita-cita adek apa?” Setelah itu relawan mengatakan “dengan adek semangat sekolah Insya Allah adek-adek akan cepat sembuh dan bersekolah kembali serta cita-citanya akan tercapai. Kemudian menanyakan kembali kepada anak-anak penderita kanker, “siapa yang mempunyai cita-cita?”.¹⁰

4. Isi Pesan Pujian Fisik Anak

Dalam berkomunikasi persuasif anak-anak, para relawan juga menyampaikan pesan dengan cara memuji bentuk fisik dari anak-anak penderita kanker agar mereka menjadi senang dan bahagia, dengan isi pesannya, “wah, Alhamdulillah ya ternyata meskipun adek-adek dalam keadaan kurang sehat tapi adek-adek kakak parasnya cantik-cantik dan ganteng-ganteng serta semuanya pintar-pintar dan rajin belajar, jadi tidak ada yang boleh nangis, nanti malu dengan

⁹Hasil observasi pada relawan Helmi Alfayed C-Four (di *Children Cancer Care Community*, Pada Tanggal 23 Oktober 2017).

¹⁰Hasil Observasi dengan relawan Juliani Arda di C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

kawan-kawan yang lain dan terus semangat biar tambah cantik dan ganteng-ganteng ya ”.¹¹

5. Isi Pesan Ketika Berdo’a Untuk Kesembuhan

Isi pesan yang disampaikan oleh relawan dalam melakukan komunikasi adalah mengatakan kepada anak-anak penderita kanker untuk selalu berdo’a dimana isi pesan yang disampaikan “anak-anak setelah shalat, dalam keadaan sakit dan sehat, jangan lupa berdo’a kepada Allah swt, agar Allah megangkat semua penyakit-penyakit yang ada dalam tubuh kita, dan memberikan kesehatan serta umur yang panjang serta menjadi anak-anak yang shaleh dan shaleha ya”.¹²

Dari hasil observasi di atas dapat dilihat juga pada hasil wawancara kepada relawan dan pengurus di C-Four, isi pesan yang disampaikan dengan bentuk kalimat motivasi dan dengan kata yang membangkitkan gairah para anak penderita kanker. Dengan setiap kalinya memulai kata semangat, dan mengajak anak-anak tersebut untuk selalu berdoa kepada Allah SWT, dengan tujuan diberikan kesembuhan dan tercapai cita-cita mereka. Isi pesan yang disampaikan akan disukai dan dimengerti oleh anak-anak tersebut serta mencontohkan dengan anak-anak lainnya yang berprestasi, dan meyakinkan anak-anak yang menderita kanker tersebut juga harus mampu seperti mereka itu.¹³

¹¹Hasil wawancara dengan May Hendra Satria sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

¹²Hasil wawancara dengan Maulidar sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 27 Oktober 2017.

¹³Hasil wawancara dengan Ratna Eliza sebagai pendiri C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017.

C. Proses Komunikasi Persuasif di *Children Cancer Care Community*(C-Four) Aceh

Interaksi merupakan hal yang tidak terhindarkan antar individu atau antar kelompok dalam satu waktu yang bersamaan. Begitu halnya juga dengan para relawan dan anak-anak penderita kanker yang ada di C-Four Aceh yang melakukan interaksi dengan berbagai macam anak-anak penderita kanker. Dengan demikian, dalam berinteraksi pasti mempunyai proses yang dilakukan, supaya persuasif yang dilakukan oleh relawan menjadi lebih efektif. Adapun proses persuasif umum yang sering diterapkan di C-Four antara lain terlihat dari hasil observasi yang penulis lakukan dapat penulis bagi dalam beberapa bagian sebagai berikut:

1. Proses Komunikasi Anak Kanker Yang Sudah Lama

Proses komunikasi yang dilakukan oleh relawan C-Four terhadap anak-anak penderita kanker yang sudah lama, cukup gampang untuk mereka menerima dan pasien lama ini sudah merasakan nyaman dengan relawan. Namun dalam proses penyampaian pesan persuasif bagi anak-anak penderita kanker di C-Four, respon yang diberikan oleh anak-anak tersebut menerima dengan baik terhadap pesan yang disampaikan serta langsung ingin melakukan tindakan yang telah diarahkan oleh relawan, seperti minum obat, belajar membaca dan juga mengajak berbincang-bincang.¹⁴

¹⁴Hasil observasi yang dilakukan dengan Fadhillah Sari sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

2. Proses Komunikasi Anak Kanker Yang Baru datang

Bagi anak-anak penderita kanker yang baru datang dari berbagai daerah, sebelum melakukan interaksi, para relawan mencari tahu terlebih dahulu karakteristik, penyakit, keluhan, makanan, permainan atau hal yang mereka sukai kepada pendampingnya (orang tua). Jika pasien baru, susah untuk menerima secara langsung, mereka butuh proses, karena mereka harus menyesuaikan diri dengan relawan, teman-teman di rumah singgah dan juga lingkungan baru, jadi cukup sulit untuk mereka menerimanya.

Sedangkan wawancara yang dilakukan dengan relawan, proses melakukan komunikasi persuasif bagi anak-anak yang baru dengan cara melihat terlebih dahulu kekurangan yang ada pada diri anak penderita kanker tersebut. Hal ini dilakukan agar bisa menyesuaikan pesan kalimat yang akan disampaikan oleh relawan, jangan sampai relawan mengungkit-ungkit kejadian atau peristiwa yang mereka tidak sukai pada diri mereka. Kemudian dimulai dengan candaan atau cerita yang lucu. Dengan proses tersebut melihat bahwa anak-anak penderita kanker di C-Four menjadi akrab serta relawan merasa senang dan dekat dengan relawan.¹⁵ Adapun beberapa tahapan proses komunikasi yang sering dilakukan oleh relawan C-Four yaitu:

a. Menyapa Terlebih Dahulu

Dalam melakukan proses komunikasi persuasif terhadap anak-anak penderita kanker yang ada di rumah singgah C-Four, terlebih dahulu persiapan sebelum memberikan motivasi, yaitu dengan cara relawan melihat kondisi pasien,

¹⁵Hasil wawancara dengan Elvira Nazzai sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017.

apakah memungkinkan untuk disampaikan motivasi atau tidak. Jika kondisi pasien tidak memungkinkan, maka relawan harus tunda dulu untuk memberikan motivasi. Hal ini diketahui ketika relawan melakukan sapaan terhadap anak-anak penderita kanker dengan sapaan berintonasi yang disukai anak-anak yang menanyakan keadaan pasien dengan kata-kata “ Assalamu’alaikumDilla, bagaimana keadaanya hari ini?”.¹⁶

b. Melihat Karakter Anak Penderita Kanker

Pada proses penyampaian pesan persuasif dilihat dahulu karakteristik masing-masing anak, karena setiap anak pasti berbeda-beda karakternya, dan dalam penyampaian pesan juga punya cara yang berbeda-beda, apabila karakternya humoris berarti relawan mengajaknya melalui perbincangan yang humoris. Akan tetapi bagi sebagian anak-anak penderita kanker yang kurang aktif, maka harus melibatkan orang tuanya. Karena yang demikian memang butuh bantuan melalui orang tua pasien, namun untuk persiapan khusus tidak ada, apabila ingin memberikan motivasi kepada pasien, langsung saja, apa yang terlintas dipikiran, itu yang disampaikan.¹⁷

Sedangkan dari hasil observasi yang penulis lakukan dengan relawan, melihat karakteristik anak tersebut, dengan menanyakan kepada pendamping atau orang tua yang membawa anak tersebut kerumah singgah C-Four dengan

¹⁶Hasil observasi yang dilakukan Ratna Eliza sebagai pendiri C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017.

¹⁷Hasil wawancara dengan Fadhilah Sari sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

pertanyaan, “Ibu apakah anak ibu mudah dekat dengan orang yang baru dikenalnya?”.¹⁸

c. Mengajak Membeli Mainan dan Makanan

Proses yang paling sering dilakukan oleh relawan kepada anak-anak ketika melakukan komunikasi persuasif adalah dengan cara mengajak anak-anak untuk membeli atau mengambil alat permainan dan makanan yang disukainya, seperti boneka atau mainan untuk didekatkan diri kepada anak-anak penderita kanker dan membelikan makanan. Hal ini dilakukan karena memang diketahui bahwa anak-anak menyukai mainan serta makanan dan senang ketika dibeli atau diberikan yang disukainya.¹⁹

d. Mengajak Berbicara Secara Mendalam

Mengajak berbicara bisa hanya berdua saja antara anak-anak penderita kanker atau bahkan bersama-sama dengan anak-anak yang lainnya, mengajaknya berbicara tentang apa saja yang mereka sukai, pengalaman yang tidak bisa mereka lupakan atau sesuatu yang mereka lihat dan ingin diceritakan. Hal ini dilakukan agar membuat anak-anak merasa nyaman dengan relawan. Ketika anak-anak sudah merasa nyaman diajak berbicara dengan relawan, maka dalam pembicaraan itu akan dimasukkan pesan-pesan persuasif baik yang berbentuk motivasi seperti yang telah dilakukan pada isi pesan di atas.

Relawan juga mengajak berbicara santai dengan anak-anak, serta menceritakan kisah-kisah dongeng yang disukai anak-anak. Sedangkan untuk

¹⁸Hasil observasi yang dilakukan Fadhillah Sari sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

¹⁹Hasil wawancara dengan Maulidar sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 27 Oktober 2017.

persiapan khususnya tidak ada. Namun bagi relawan yang sudah berkeluarga, atau yang sudah terbiasa dengan anak-anak, sudah mengetahui sendiri persiapan yang harus dilakukan. Jika relawannya mahasiswa, maka persiapannya hanya melalui pendekatan saja. Dari sisi positifnya, pasien bisa menerima pesan yang disampaikan relawan, disebabkan karena sering sekali mengajak berbicara. Sedangkan dari sisi negatifnya, pasien tidak bisa menerima pesan yang disampaikan relawan, dikarenakan anak tersebut tidak mau dekat dengan orang lain, selain keluarganya sendiri. Dengan demikian, cara relawan memberikan motivasi harus melalui orang tuanya.²⁰

3. Proses Komunikasi Ketika Anak Kanker Sudah Pulang

Apabila anak tersebut telah pulang kerumahnya masing-masing, proses komunikasi persuasif atau penyampaian pesan motivasi akan sering-sering dilakukan melalui telepon maupun SMS oleh pendiri dan juga relawan C-Four. Biasanya orang tua dari anak tersebut akan memujukannya mereka juga mendukung pesan-pesan yang disampaikan oleh relawan, sehingga anak tersebut beranggapan baik dan bisa menerima pesan-pesan yang disampaikan relawan, karena isi pesan yang disampaikan terkait dengan motivasi kesembuhan pasien. Dengan demikian pasiennya mengikuti dan menuruti arahan atau pesan yang disampaikan relawan.²¹

4. Proses Komunikasi Melalui Program C-Four

Proses pesan persuasif juga diselipkan pada program-program C-Four, seperti pada saat program wisata dan festival, misalnya pada wisata alam di laut,

²⁰Hasil wawancara dengan Juliani Arda sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

²¹Hasil wawancara dengan May Hendra Satria sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

“anak-anak betapa indahnya pemandangan yang diciptakan oleh Allah SWT, apabila kalian semangat untuk sembuh nanti kakak akan membawa kembali ketempat-tempat yang lebih indah”.Namun proses yang dilakukan, banyak dengan cara fun terapi, yaitu jalan-jalan ke tempat wisata yang ada di Banda Aceh seperti ke Taman Rusa, atau memungkinkan ke Luar dari Banda Aceh misalnya ke Sabang atau anak-anak tersebut yang mengrekomendasikan tempatnya.

Adapun *fun therapy* yang dijalani salah satunya yaitu mengajak anak-anak penderita kanker jalan-jalan sore hari. Hal ini dilakukan pada sore hari antara lain karena keadaan anak-anak penderita kanker tersebut lebih bergairah, dimana pada paginya mereka kesekolah dan siang serta malam istirahat. Pada saat seperti inilah relawan mengambil kesempatan untuk memberikan motivasi, dalam pemberian motivasi kesembuhan, relawan harus melihat dulu jenis kanker yang di derita oleh masing-masing anak tersebut. Hal ini dilakukan agar tidak ada yang tersinggung terhadap anak-anak kanker saat interaksi berlangsung.²²

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pendiri C-Four, proses yang dilakukan bermacam bentuknya seperti yang disebutkan oleh Ratna Eliza, dengan cara melakukan *fun therapy*, seperti mengajak anak-anak untuk jalan-jalan ketempat wisata semisalnya kelaut, taman-taman, waterboom, dan permainan di Mall. Hal tersebut dilakukan agar para anak-anak penderita kanker tersebut bahagia dan semangat untuk sehat. Sedangkan persiapan yang dilakukan ketika anak-anak penderita kanker sebelum diajak ke fun therapy, terlebih dahulu melihat

²²Hasil wawancara dengan Elvira Nazzai sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017.

reaksi dan kondisi anak-anak tersebut, apakah memungkinkan bisa dibawa pergi atau tidak sama sekali.²³

5. Proses Komunikasi Ketika Berada di Rumah Sakit

Apabila anak-anak tersebut sudah berada di rumah sakit, para relawan akan bertandang kerumah sakit untuk menyampaikan motivasi melalui komunikasi persuasif dengan cara memberikan semangat dan menemani anak-anak penderita kanker pada saat proses melakukan pengobatan. Sedangkan proses persuasif yang sering dilakukan adalah ketika anak penderita kanker tersebut akan melakukan proses pengobatan atau pada sesudahnya, karena biasanya pada saat akan melakukan pengobatan anak-anak tersebut tidak mau menerima pesan yang disampaikan serta sesudah melakukan pengobatan, mereka biasanya lebih kepada murung dan juga menangis.²⁴

Dalam melakukan proses komunikasi persuasif, tidak hanya tertumpu pada relawan saja, selain relawan, ada juga yang memberikan motivasi terhadap pasien, seperti dokter, perawat, donatur, pengunjung atau tamu yang langsung ke rumah sakit atau ke rumah singgah C-Four.²⁵

Namun ada juga beberapa dari anak-anak penderita kanker tersebut yang tidak memberikan respon balik terhadap pesan yang disampaikan relawan. Hal ini dikarenakan selain harus menahan rasa sakit kanker, ia juga mengalami gangguan psikologis pasca operasi ataupun kemoterapi. Jadi dalam melakukan

²³Hasil wawancara dengan Ratna Eliza sebagai pendiri C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017

²⁴Hasil wawancara dengan Elvira Nazzai sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017.

²⁵Hasil wawancara dengan Ratna Eliza sebagai pendiri C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017.

proses persuasif oleh relawan harus lebih giat lagi agar anak-anak tersebut merasa ada yang memperhatikannya.

D. Faktor Penghambat Proses Komunikasi Persuasif di *Children Cancer Care Community*(C-Four) Aceh

Setiap usaha yang dilakukan tidak selalu mulus, tentunya mempunyai hambatan dan faktor penghambat yang membuat usaha tersebut tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan sehingga membuat pencapaian hasil-hasilnya menjadi kurang maksimal. Melihat secara umum, proses pelayanan yang terdapat pada setiap lembaga, tentunya masih terdapat kekurangan-kekurangan yang menjadi faktor penghambat dalam menjalankan semua aktifitas, tugas dan kewajiban yang dialami oleh setiap individu maupun sebuah organisasi. Begitu pula dengan para relawan dan anak-anak penderita kanker di C-Four Aceh, yang mempunyai hambatan dan faktor penghambat dalam memberikan motivasi serta semangat terhadap anak-anak penderita kanker. Berikut dilihat dari hasil wawancara yang disampaikan oleh pendiri dan para relawan C-Four.

Seperti yang disampaikan oleh Ratna Eliza, menurutnya tidak semua pasien bisa menerima terhadap pesan yang disampaikan, karena sebelumnya relawan perlu adanya pendekatan terhadap anak yang kurang rasa percaya diri dan dengan kondisinya. Terkadang penyampaian pesan yang dilakukan oleh relawan atau sekedar diajak berbincang-bincang dengan anak-anak tersebut tidak merespon atau hanya terdiam. Kemudian menurutnya hambatan yang paling sulit itu ketika anak-anak penderita kanker tersebut baru menjalankan kemoterapi. Karna pada

saat itu mereka mengalami sakit, lemas dan lesu, jadi ketika diajak berbicara, mereka tidak mempedulikannya dan terlihat murung. Sedangkan upaya yang dilakukannya pasti ada, namun harus disesuaikan dengan keadaan anak-anak tersebut, dengan cara memberikan waktu untuk mereka istirahat dulu.²⁶

Sedangkan menurut relawan, hambatan yang mereka hadapi adalah susahnya berkomunikasi dengan anak-anak penderita kanker ketika mereka selesai melakukan rangkaian pengobatan kanker, karena keadaan mereka tidak stabil. Meskipun relawan membujuknya untuk minum obat atau makan, tetap saja anak-anak tersebut tidak terpengaruhi dengan bujukan relawan. Maka, pesan persuasif yang disampaikan oleh relawan tidak mempunyai respon balik. Kemudian hambatan yang lain juga datang dari segi pendekatan, yaitu ada juga anak-anak yang tidak mau dekat dengan orang lain (relawan), karena orang yang baru dikenalnya.²⁷ Sedangkan upaya untuk mengatasi hambatan tersebut hanya mengikuti apa yang diinginkan pasien atau mengajak mereka untuk bermain permainan yang disukai mereka.

Adapun hambatan lain juga datang dari segi komunikasi, penyampaian pesan yang tidak dimengerti oleh anak-anak tersebut atau bahasa yang digunakan oleh relawan terlalu tinggi, yaitu dengan bahasa-bahasa orang dewasa yang jelas berbeda dengan bahasa anak-anak, karena ada juga relawan yang tidak bisa menggunakan bahasa sederhana dalam memberikan motivasi. Sedangkan upaya yang dilakukan dalam hal ini dikembalikan kepada relawan dalam

²⁶Hasil wawancara dengan Ratna Eliza sebagai pendiri C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017.

²⁷Hasil wawancara dengan Helmi Alfayed sebagai Relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*, Pada Tanggal 23 Oktober 2017.

menanggapinya. Upaya yang pernah dilakukan ketika meminimalisir hambatan yaitu kembali lagi membujuk anak-anak dengan bahasa yang dapat dimengerti dan menanyakan apa yang diinginkan oleh anak-anak itu.²⁸

Ada juga hambatan yang paling sulit bagi relawan adalah ketika dalam memberikan motivasi pada anak-anak, mereka harus masuk dalam pemikiran, tingkah laku, bahasa, cara berbicara yang sesuai dengan anak-anak. Hal ini dilakukan agar dapat menimbulkan rasa nyaman pada anak-anak ketika diajak berbicara atau sekedar menyampaikan pesan-pesan motivasi ketika pasien sudah nyaman. Hambatan yang lain adalah dari segi bahasa, karena mayoritas anak-anak penderita kanker yang masuk, dari pedalaman-pedalaman, jadi tidak mengerti yang disampaikan dalam bahasa Indonesia, sedangkan sebagian relawan tidak bisa bahasa Aceh yang mereka gunakan.²⁹

Menurut Fadhilah Sari, hambatan itu biasanya terjadi sama pasien yang baru masuk ke C-Four, hal ini dikarenakan dia belum dekat dengan orang-orang di rumah singgah seperti relawan, anak-anak penderita kanker yang lain serta donatur yang datang ke rumah singgah C-Four. Karena setiap anak yang baru, lebih susah untuk membuka diri, apalagi anak penderita kanker yang datang dari pedalaman. Sedangkan upaya lain untuk mendekatkan diri pasti akan dilakukan. Akan tetapi jika menambah sulit bagi anak-anak tersebut tidak akan dipaksakan. Hal tersebut di biarkan terlebih dahulu untuk mereka beradaptasi sendiri sambil memberikan bimbingan-bimbingan untuk membuka diri oleh relawan.

²⁸Hasil wawancara dengan Elvira Nazzai sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 24 Oktober 2017.

²⁹Hasil wawancara dengan Juliani Arda sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

Relawan juga akan terus mengajak pasien terus berinteraksi bersama, agar mereka itu punya teman baru dan pergaulan yang lebih baik.³⁰

Biasanya hambatan terjadi pada Relawanyang mendampingi dua kasus yang kategori anak-anak dan kategori remaja. Jadi ketika memberikan motivasi pada remaja ada yang menerima dan ada juga yang tidak menerima. Akan tetapi jika memberikan motivasi kepada anak-anak, itu semua tergantung kondisi anak-anak, ketika anak tersebut sedang merasakan sakit dan setelah dikemoterapi, mereka tidak mau mendengarkan dan menerima motivasi dari relawan. Dengan demikian, relawan harus memberikan melalui orang tuanya. Kemudian hambatan yang lain keterbatasan pada umuranak penderita kanker tersebut, ketika anak yang berumur dua tahun, hal ini agak susah melakukan pesan persuasif, maka relawan tidak bisa memberikan motivasi. Maka upaya yang dilakukan dengan terus memotivasikan pasien, di mulai dari orang tuanya dan dilanjutkan pada si anak.³¹

Sedangkan hambatan dari segi beradaptasi dengan lingkungan. Seperti hilangnya rasa percaya diri pada anak-anak penderita kanker, akan menyebabkan susah untuk relawan berinteraksi dengan mereka. Selain itu, ada juga hambatannya setelah pasien selesai dikemo, mereka tidak bisa diganggu. Kebanyakan anak-anak penderita kanker, setelah di kemo mereka menangis karena kondisi tubuhnya belum stabil. Dan ada juga dari segi psikologisnya, karena mentalnya terganggu. Itu juga merupakan hambatan dalam memotivasikannya yang sangat sulit untuk dihadapi. Upaya tetap ada dari relawan,

³⁰Hasil wawancara dengan Fadhilah Sari sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 25 Oktober 2017.

³¹Hasil wawancara dengan Muhammad Fadhil sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 27 Oktober 2017.

Cuma belum bisa dipastikan berhasil. Upaya menyelesaikan hambatannya dengan menggunakan persuasif, yaitu membujuk mereka serta mengajak mereka untuk lebih sering berinteraksi. Dan mengabulkan permintaan yang diminta oleh anak-anak penderita kanker.³²

E. Pembahasan

Dari data-data yang telah diperoleh di atas dapat diketahui bahwa isi pesan yang disampaikan oleh relawan C-Four kepada anak-anak penderita kanker melalui komunikasi persuasif, hal ini sesuai dengan teori *Pemrosesan-Informasi* McGuire. Teori ini menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap, yang masing-masing tahap merupakan kejadian penting yang menjadi patokan untuk tahap selanjutnya. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pesan persuasif harus dikomunikasikan.

Adapun pesan persuasif yang harus dikomunikasikan oleh Relawan pada anak-anak penderita kanker di rumah singgah C-Four adalah dengan memberikan motivasi kesembuhan yang menyebutkan dalam pesan komunikasi persuasifnya seperti “apabila rajin meminum obat serta semangat untuk sembuh maka anak-anak penderita kanker akan cepat sembuh”, pesannyapun dilakukan dengan komunikasi persuasif, karena memang berbicara dengan anak-anak penderita kanker sudah barang tentu menggunakan komunikasi persuasif.

³²Hasil wawancara dengan Maulidar sebagai relawan C-Four (di *Children Cancer Care Community*) Pada Tanggal 27 Oktober 2017.

b. Penerima akan memerhatikan pesan.

Agar anak-anak penderita kanker di rumah singgah C-Four memerhatikan pesan motivasi yang disampaikan oleh relawan dengan komunikasi persuasif, maka biasanya para relawan dalam menyampaikan pesan akan mengajak anak-anak penderita kanker melakukan perjalanan wisata atau biasanya disebut dengan *fun therapy*, apabila juga tidak berhasil maka akan dilakukan dengan cara lain seperti mengajak bermain dan membelikan sesuatu (mainan atau makanan). Hal ini dilakukan oleh relawan supaya anak-anak penderita kanker mau memerhatikan pesan serta mendengarkan pesan motivasi yang disampaikan oleh relawan.

c. Penerima akan memahami pesan.

Selanjutnya disebutkan juga, penerima akan memahami pesan yaitu anak-anak penderita kanker memahami pesan yang disampaikan oleh relawan. Dalam melakukan komunikasi, relawan telah melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan anak-anak penderita kanker seperti mencari tahu latar belakang, karakteristik serta penyakit yang diderita melalui orang tuanya. Sehingga pada saat berkomunikasi persuasif oleh relawan kepada anak-anak penderita kanker, memudahkan relawan dalam menyampaikan pesan. Dengan demikian anak-anak penderita kanker dapat memahami pesan yang disampaikan.

d. Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen-argumen yang disajikan.

Anak-anak penderita kanker yang ada di rumah singgah C-Four menjadi terpengaruh dan yakin dengan pesan atau argumen yang disampaikan oleh relawan. Anak-anak tersebut kembali semangat dan ceria serta yakin bahwa mereka akan lekas sembuh apabila rajin menjalani pengobatan.

e. Tercapai posisi adopsi baru.

Terapai posisi adopsi bisa dilihat dimana anak-anak penderita kanker tidak merasa sendirian, mereka mempunyai teman-teman yang sama-sama berjuang, mereka juga mempunyai tim relawan yang selalu memberikan motivasi dan penyemangat bahkan orang yang menanyakan kabar, dengan demikian dapat membantu anak-anak penderita kanker untuk mengubah perilaku dan tercapainya posisi yang diinginkan dengan cara mengurangi beban mereka.

f. Terjadi perilaku yang diinginkan

Kehadiran Rumah singgah C-Four dan komunikasi persuasif yang selalu dilakukan relawan memang tidak bisa dipungkiri telah terjadi perilaku yang diinginkan terhadap perilaku anak-anak penderita kanker. Mereka bersemangat dalam menjalani hidupnya dan juga pada saat proses pengobatan dilakukan, hal ini disebabkan adanya pendampingan oleh relawan rumah singgah C-Four yang terus menerus memberikan motivasi serta semangat yang tiada henti pada proses pemulihan.

Mengingat apa yang disebutkan oleh McGuire mengatakan bahwa berbagai variabel independen dalam situasi komunikasi dapat memiliki efek pada salah satu atau lebih dari satu diantara tahap di atas. Hal ini sudah barang tentu pemberian pesan motivasi dengan komunikasi persuasif telah berhasil meskipun belum keseluruhannya, karena mengingat bahwa latar belakang, karakteristik serta keperibadian dan riwayat kesehatan anak-anak penderita kanker yang berbeda-beda tidak mudah diajak berkomunikasi, sudah pasti cara penerimaan isi pesan yang disampaikan akan berbeda-beda dalam penerimaannya.

Hal ini terkait juga dimana teori McGuire (1976) mempresentasikan delapan tahap teori pemrosesan-informasi: Paparan isi pesan motivasi dalam komunikasi persuasif dilakukan dengan baik oleh relawan, paparan bagaimana agar cepat sembuh dengan cara membujuk untuk meminum obat, mengembalikan ceria anak-anak dengan mengajak melakukan kegiatan yang disukai dengan bermain. Serta mengubah persepsi anak-anak penderita kanker pada penyakitnya. Para relawan di rumah singgah C-Four telah mengatakan kepada anak-anak penderita kanker bahwa apabila mereka rajin berobat dan memakan obat yang diberikan maka mereka akan cepat sembuh dan dapat menggapai cita-cita. Dimana anak-anak penderita kanker susah untuk diajak minum obat dan memberikan pemahaman. Kemudian para relawan membuat sebuah kesepakatan, dimana relawan meminta anak-anak untuk mengungkapkan apa saja yang diinginkan oleh anak-anak penderita kanker yang akan dipenuhi oleh relawan. Akan tetapi sebelum dipenuhinya, relawan membuat kesepakatan bahwa anak-anak penderita kanker harus tetap ceria dan tidak boleh cengeng lagi, hal ini dilakukan melalui sebuah proses komunikasi persuasif yang digunakan di C-Four dengan cara melihat kondisi anak-anak penderita kanker di C-Four. Kondisi anak yang baru datang di rumah singgah C-Four, dengan cara melihat karakter anak, melakukan komunikasi terlebih dahulu, melakukan komunikasi secara mendalam, kemudian pada saat anak-anak penderita kanker telah kembali kerumahnya, hal ini selalu dilakukan agar terus tersimpan dan akan diingat kembali seterusnya serta anak-anak tanpa ragu mengambil keputusan dan bertindak.

Namun teori McGuire mengingatkan kita pada kesulitan perubahan sikap, dimana penyampaian isi pesan melalui proses komunikasi persuasif tidak akan mudah merubah sikap anak-anak penderita kanker di C-Four. Hal ini diperlukan kembali usaha-usaha yang lebih mendalam lagi serta mencari informasi tentang berkomunikasi dengan anak-anak agar penyampaian pesan motivasi dengan menggunakan komunikasi persuasif pada anak-anak penderita kanker di rumah singgah C-Four akan tercapai dengan efektif.

Kekuatan komunikasi persuasif terletak pada daya imbau dari isi pesan yang dibawa dan yang akan disampaikan, dimana pesan persuasif yang disampaikan meneguhkan daya tarik, baik bersifat rasional maupun emosional. Dua corak pesan persuasif ini berguna bagi komunikasi persuasif, termasuk persuasif pada komunikasi dengan orang banyak. Persuasif pada komunikasi persuasif memerlukan adanya imbauan rasional (dengan melihat berbagai macam fakta dan peristiwa yang terjadi), sehingga isi pesan yang disampaikan pas dengan fakta.³³

Dalam penyampaian isi pesan untuk memberikan motivasi, komunikasi persuasif yang menjadi pilihan relawan C-Four sebagai upaya mengugah anak-anak agar tetap semangat dalam menjalani aktivitas sehari-harinya seperti harus menjalani pengobatan kanker, mengembalikan rasa percaya diri, bersekolah serta bermain-main dengan anak-anak yang lain agar anak-anak tersebut kembali bersemangat. Dengan dilakukannya komunikasi persuasif oleh relawan dengan

³³Bambang Saiful Ma'arif, Nunik Siti Nurbaya, *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 19.

anak-anak ini, isi pesan persuasif yang disampaikan sebagian dapat merubah perilaku, sikap bahkan tingkah laku anak-anak tersebut.

Persuasi merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang seperti yang diinginkan oleh komunikator. Keberhasilan komunikasi persuasif juga dilihat dari isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sebagaimana pada dasarnya isi pesan komunikasi persuasif yaitu membungkus pesan persuasif menjadi lebih menarik untuk dikonsumsi serta dapat menarik perhatian komunikan dengan isi pesan yang disampaikan, dan penyampaian pesan-pesan persuasif harus disertai dengan gaya yang mengesankan, menawan dan tidak membosankan. Adapun isi pesan yang disampaikan oleh komunikator harus menggunakan bahasa yang jelas, yaitu dapat dimengerti oleh komunikan.

Meskipun relawan C-Four sudah melakukan penyampaian isi pesan persuasif seperti yang telah diuraikan di atas, namun seharusnya dari perspektif Islam juga harus diterapkan oleh relawan karena dalam menyampaikan isi pesan dengan motivasi atau terapi Islam merupakan salah satu cara untuk membangkitkan semangatnya lebih dalam lagi dengan mengenal takdir Allah. Dimana isi pesan penyembuhan dalam Islam yaitu dengan menghibur dan memberikan nasihat kepada orang sakit, hal ini memang harus dilakukan oleh seseorang untuk menghibur orang sakit agar mereka melupakan sejenak sakitnya. Isi pesan yang disampaikan juga dengan memberikan nasihat, yaitu dengan cara mengingatkan dunia di akhirat supaya orang yang sedang sakit ini tidak selalu memikirkan masa depan di dunianya saja. Selain itu juga memberi nasihat dengan

mengisi waktu untuk membaca ayat suci Al-Qur'an, karena Al-Qur'an bisa mengobati segala penyakit, termasuk penyakit fisik.

Isi pesan penyembuhan perspektif Islam yang kedua, yaitu mengingatkan orang sakit untuk berdzikir, dengan berdzikir kita selalu mengingat Allah, dalam artian menerima dengan lapang dada bahwa penyakit yang diberikan-Nya pasti ada hikmahnya. Dalam menghadapinya pun tidak dibolehkan berkeluh kesah, meratapi nasib dan berburuk sangka dengan takdir Allah. Padahal apabila kita mengetahui hikmah dibalik semua itu, maka sakit dan musibah terasa ringan disebabkan banyaknya rahmat dan kasih sayang dari Allah Swt..

Adapun isi pesan yang terakhir adalah mengajarkan doa kesembuhan kepada orang sakit, yaitu mengharap kesembuhan dengan cara selalu berdoa kepada Allah Swt. Karena doa menjadi penunjang bagi semangat hidup yang tiada taranya. Ia tidak akan pernah kehilangan semangat hidup, karena ia yakin bahwa yang memberi hidup itu adalah Allah, dan tiada penyakit yang dapat membunuh, jika Allah tidak izinkan. Doa memang penting bagi ketenteraman batin, dengan berdoa kita memupuk rasa optimis di dalam diri, serta menjauhkan rasa pesimis dan putus asa. Lebih dari itu, doa juga mempunyai peranan penting dalam penciptaan kesehatan mental dan semangat hidup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang diteliti, maka peneliti dapat menyimpulkan kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Isi pesan komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi terhadap anak penderita kanker yang ada di rumah singgah C-Four, berhasil membuat anak-anak penderita kanker merubah sikap dan perilaku yang tidak semangat dan merasa tidak percaya diri menjadi lebih percaya diri, bersemangat serta termotivasi untuk sembuh. Akan tetapi keberhasilan tersebut belum mencapai keseluruhan, karena mengingat masih adanya faktor-faktor penghambat seperti yang telah diuraikan di atas. Sehingga sebagian anak-anak penderita kanker tidak terpengaruh dengan isi pesan yang disampaikan oleh relawan.
2. Berdasarkan dari tiga isi pesan penyembuhan perspektif Islam, dapat diketahui bahwa relawan C-Four hanya menerapkan satu saja isi pesan “mengajarkan doa kesembuhan kepada orang sakit”, sedangkan dua isi pesannya lagi mereka tidak menerapkannya. Selebihnya penyampaian isi pesan yang mereka terapkan menurut pendapatnya sendiri yang sesuai dengan keyakinan untuk bisa merubah perilaku anak penderita kanker dalam menumbuhkan semangat hidupnya.
3. Adapun proses penyampaian isi pesan melalui komunikasi persuasif yang dilakukan oleh relawan kepada anak penderita kanker yaitu

dengan cara melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan anak-anak tersebut seperti mengajak jalan-jalan ketempat wisata, menemani ketika berada dirumah sakit, serta menghubungi orang tua ketika tidak lagi berada dirumah singgah C-Four.

4. Sedangkan hambatan para relawan yang terjadi dalam memberikan motivasi melalui komunikasi persuasif yaitu yang pertama hambatan terkait ketidakcepatan para anak-anak penderita kanker dalam mendekatkan diri dengan relawan, serta anak-anak penderita kanker yang masih balita atau masih kecil. Dari segi lain terjadinya hambatan dalam memberikan motivasi ketika anak-anak penderita kanker selesai menjalankan pengobatan seperti kemoterapi, hal ini terjadi karena keadaan mereka masih lemas dan belum stabil. Hambatan lain juga muncul dari segi bahasa yang digunakan oleh relawan. Dengan demikian, proses pemberian motivasi terhadap anak penderita kanker akan disampaikan melalui keluarga atau orang tua anak-anak penderita kanker.

B. Saran

Adapun saran peneliti terkait dengan penyampaian pesan motivasi oleh relawan kepada anak-anak penderita kanker dari hasil penelitian adalah:

1. Dalam komunikasi persuasif relawan rumah singgah C-Four sebaiknya lebih menitik beratkan pada melakukan komunikasi persuasif kepada pendekatan relawan dengan masing-masing anak penderita kanker terlebih

dahulu. Kemudian komunikasi yang dibangun tidak hanya kepada anak-anak penderita kanker, tapi juga kepada orang tua anak-anak penderita kanker, karena orang tua yang lebih memahami.

2. Bagi relawan, ketika melakukan komunikasi dan memberikan motivasi terhadap anak penderita kanker, sebaiknya relawan juga menerapkan isi pesan penyembuhan perspektif Islam, dan juga menggunakan bahasa yang dimengerti oleh anak-anak agar tujuan yang diinginkan oleh relawan tercapai secara efektif.
3. Bagi orang tua serta anak-anak penderita kanker, peneliti menyarankan untuk lebih memahami pesan-pesan yang disampaikan oleh para relawan rumah singgah C-Four pada khususnya dan menyarankan kepada orang tua anak penderita kanker agar lebih terbuka dengan informasi tentang anak penderita kanker kepada relawan rumah singgah C-Four.

Daftar Pustaka

- Abdullah bin Muhammad bin ‘Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh., 2008, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, Pustaka Imam Asy-Syafi’i.
- Aziz, Shahrudin Abd., 2006, *Mengaplikasi Teori Psikologi dalam Sukan*. Kuala Lumpur: Yeoh Prince SDN. BHD.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- A Rani Usman, 2013, *Pedoman Penulisan Skripsi. Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Bambang Saiful Ma’arif, 2010, ed: Nunik Siti Nurbaya, *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bungin, M. Burhan., 2007, *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Putra Grafika.
- Barata, Atep Adya., 2013, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Barbara S, Jones dan James G. Robbins., 1995, *Komunikasi yang Efektif: untuk Pemimpin, Pejabat dan Usahawan*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Cangara, Hafied., 2008, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____, 2000, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama RI, 1995, *Al-Quran Al Karim dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Karya Toha Putra Semarang.
- Dalimartha, Setiawan., 2008, *Ramuan Tradisional Untuk Pengobatan Kanker*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Eriyanto., 2002, *Analisis Framing ; Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: Pustaka Cemerlang.
- Efendi, Nursalam Ferry., 2008, *Pendidikan dalam Keperawatan*. Salemba Medika.
- Effendy, Onong Uchjana., 2003, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- _____, 2000, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja

Rosdakarya.

_____, 1989, *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.

Gary, Dessler., 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Edisi Kesepuluh Jilid 2, Indeks.

Ghofar, Abdul., 2009, *Cara Mudah Mengenal & Mengobati Kanker*. Jogjakarta: Flamingo.

Ilahi, Wahyu., 2010, *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Kriantono, Rachmat., 2006, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Lalongkoe, Maksimus Ramses., 2014, *Komunikasi Teurapetik; Pendekatan Praktis Praktisi, Kesehatan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

M. Nasir, Tahrin Houtman., 2016, *Keterampilan Pers dan Jurnalistik Berwawasan Jender*. Yogyakarta: Budi Utama.

Mulyana, Deddy., 2005, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan, Wardhani Andy Corry., 2009, *Teori Komunikasi, tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan*. Jakarta: Galia Indonesia.

Moleong, Lexy J., 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasir, Abdul., 2009, *Komunikasi Dalam Keperawatan Teori dan Aplikasi*. Salemba Medika.

Ruslan, Rosady., 2010, *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rastowo, Andi., 2011, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Safri Syah., 2003, *Psikologi Ibadah Dalam Islam*, Banda Aceh: Naskah Aceh dan Ar-Raniry Press.

Suranto Aw, 2010, *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Soemirat, Soleh, Hidayat Satari., dan Asep Surayana., 2004, *Materi Pokok*

- Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soemanto, Wasty., 2003, *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Sadirman, 2005, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Saleh, Julianto., 2003, *Psikologi Dakwah, Pendekatan Psikologi Sosial*. Banda Aceh: Dakwah Ar-Raniry Press.
- Shaleh, Abdul Rahman., 2009, *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Saputra, Koosnadi., 2000, *Terapi Biologis Untuk Kanker*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Supriyanto, Wawan., 2015, *Kanker: Deteksi Dini, Pengobatan dan Penyembuhannya*. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Sugiyono, 2013, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfa Beta.
- _____, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____, 2013, *Metode Penelitian Administrasi*. CetKe 21, Bandung : Alfabeta.
- Severin, Werner J., 2005, *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Shoelhi, Mohammad., 2011, *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tasmara, Toto Tasmara., 1997, *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Medika Pratama.
- Widjaja, 2000, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____, 2008, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zuriah, Nurul., 2006, *Metodologi Penelitian dan Pendidikan*. CetKe 1, Jakarta : PT Bumi Aksara.

- Savrina Lukman. *Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh Dalam Sosialisasi Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Studi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Aceh)*. Skripsi. Banda Aceh: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Syiah Kuala, 2016.
- Irwiyana. *Komunikasi Persuasif Antara Dokter dan Pasien, (Studi di Rumah Sakit Quality Medical Center Banda Aceh)*. Skripsi, Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Ar-Raniry, 2013.
- Kasyanta Hardi, *Komunikasi Persuasif Pada Razia WilayatulHisbah Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry*, dalam skripsi, Banda Aceh, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2017.
- Savrina Lukman. *Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh Dalam Sosialisasi Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Studi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Aceh)*. Skripsi. Banda Aceh: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Syiah Kuala, 2016.
- InfoDATIN, “*Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI*” Diakses pada 18 febuari 2016.
- Situasi Penyakit Kanker oleh Pusat Data dan Informasi, (ISSN 2088 – 270X: 2005) Diakses pada 18 febuari 2017.
- YaniePratiwi Firdaus. *Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekan Baru*.jurnal online, 2016, Vol.3.2.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nur Rahmi
2. Tempat / Tgl. Lahir : Desa Leuhob Paloh /17 Mei 1995
Kecamatan Padang Tiji Kabupaten/Kota Sigli
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 411307117 / Komunikasi Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Desa Doi
 - a. Kecamatan : Ulee Kareng
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Propinsi : Aceh
8. Email : mimirahmi19@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat MIN Paloh Padang Tiji Tahun Lulus 2007
10. MTs/SMP/Sederajat MTsN Padang Tiji Tahun Lulus 2010
11. MA/SMA/Sederajat MAN 1 Padang Tiji Tahun Lulus 2013
12. Diploma Tahun Lulus

Orang Tua/Wali

13. Nama ayah : Syafii
14. Nama Ibu : Husna
15. Pekerjaan Orang Tua : PNS
16. Alamat Orang Tua : Leuhob Paloh
 - a. Kecamatan : Padang Tiji
 - b. Kabupaten : Pidie
 - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 13 Desember 2017
Peneliti,



(Nur Rahmi)