

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI RELAWAN DAN ANAK PENDERITA KANKER DI YAYASAN ONKOLOGI ANAK MEDAN

**Reza Pahlevi, Dewi Kurniawati
(Univesitas Sumatera Utara)**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Efektivitas Komunikasi Relawan dan Anak Penderita Kanker (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Efektivitas Komunikasi Relawan dalam Memotivasi Anak Penderita Kanker di Yayasan Onkologi Anak Medan)”. Penelitian ini menggambarkan efektivitas komunikasi dan pola komunikasi antarpribadi relawan di Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) dalam memotivasi anak-anak penderita Kanker. Teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Persuasif, Komunikasi Efektif, dan Teori Motivasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan paradigma interpretatif. Penelitian ini melibatkan tiga relawan sebagai informan utama dan dua anak penderita kanker sebagai informan tambahan. Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Judgment Sampling* untuk menentukan informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) melakukan komunikasi yang efektif dengan proses pendekatan komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi membuat komunikasi menjadi efektif dalam proses persuasi relawan untuk memotivasi dan menyemangati anak-anak penderita kanker.

Kata Kunci: Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Efektif, Motivasi, Relawan, Anak Penderita Kanker

PENDAHULUAN

Semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, dan orang dewasa berpotensi menderita penyakit kanker. Apabila seseorang terkena penyakit ini, maka tidak hanya berpengaruh pada kondisi fisik, tetapi juga berpengaruh pada kondisi psikis mereka. Taylor (1988) menyatakan bahwa pada pasien penderita kanker di mana ketika dokter mendiagnosis seseorang yang menderita penyakit berbahaya seperti kanker, secara umum ada tiga bentuk respon emosional yang bisa muncul pada pasien penyakit kronis seperti kanker, yaitu penolakan, kecemasan, dan depresi (Lubis, 2009 : 6).

Kondisi mental yang didapat oleh penderita kanker berbeda-beda. Jika hal ini terjadi kepada orang dewasa, kemungkinan besar mereka dapat meringankan sendiri beban mental tersebut dengan berbagai cara pengalihan pikiran ke hal positif. Beban mental tersebut tentu tidak dapat diatasi sendiri oleh anak-anak

yang menderita kanker. Hal ini pasti akan berdampak kepada kondisi mental dan konsep diri anak.

Salah satu organisasi yang khusus membantu anak-anak penderita kanker di Kota Medan adalah Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM). Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) melaksanakan beberapa program dengan bantuan para relawan untuk membantu dan menjalankan semua program YOAM yang bersifat edukasi berupa informasi deteksi dini pada kanker anak, pendampingan kepada anak penderita kanker, serta konseling pada orang tua anak penderita kanker. Seluruh kegiatan membutuhkan komunikasi yang efektif para relawan dalam memberikan edukasi, konseling, berbagi pengalaman, dan penderitaan anak-anak penderita kanker beserta keluarganya. Efektivitas komunikasi para relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) berpengaruh besar dalam aktivitas sosial ini.

Anak penderita kanker di Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) tidak sepenuhnya menganggap diri mereka rendah, merasa putus asa, bosan, cemas, frustrasi, tertekan, dan takut kehilangan seseorang sesuai observasi peneliti sebelum melakukan penelitian pada tanggal 29 April 2016. Beberapa anak bahkan cenderung lebih semangat. Hal inilah yang menjadi dasar penelitian untuk membahas tentang efektivitas komunikasi relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) dalam memotivasi anak penderita kanker dengan menggunakan studi deskriptif kualitatif.

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka dirumuskan fokus masalah sebagai berikut: “Bagaimanakah Efektivitas Komunikasi Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) dalam Memotivasi Anak Penderita Kanker?”. Dengan fokus masalah ini, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana efektivitas komunikasi relawan di Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) dalam memotivasi anak-anak penderita Kanker dan untuk mengetahui pola komunikasi antarpribadi Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) dengan anak penderita kanker.

KAJIAN PUSTAKA

Paradigma Interpretatif

Paradigma interpretatif tumbuh berdasarkan ketidakpuasan dengan teori post-positivis yang dipandang terlalu umum, mekanis, dan tidak mampu menangkap keruwetan, nuansa, dan kompleksitas dari interaksi manusia. Paradigma jenis ini mencari sebuah pemahaman tentang bagaimana membentuk dunia pemaknaan melalui interaksi dan bagaimana kita bertindak dalam menghadapi dunia pemaknaan yang telah kita ciptakan (Ardianto & Anees, 2007: 124).

Kehidupan sosial dipenuhi oleh berbagai komunikasi, dan dalam semua situasi keseharian ini, kita mencari sebuah pemahaman tentang bagaimana dan mengapa komunikasi bekerja. Perspektif interpretatif membawa kita pada ilmu komunikasi yang bukan lagi sebatas pada penelitian mengenai pengirim pesan, saluran, penerima pesan, dan efeknya. Komunikasi melangkah jauh pada pencarian makna yang mendasari tindak komunikasi yang terdapat pada dunia sosial. Teori-teori interpretatif membantu pemahaman kita tentang sebuah

fenomena sosial yang dibangun melalui hubungan komunikasi dan membantu untuk merefleksikan kerumitan antara fenomena sosial dan proses konstruksi sosial (Miller, 2005: 57-61). Sesuai dengan tujuan penelitian ini yang mencoba memahami, menggali pandangan dan pengalaman orang lain untuk mendapatkan informasi atau data yang diperlukan, peneliti menggunakan paradigma interpretatif dalam melakukan penelitian.

Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi dapat dipandang sebagai suatu proses pribadi yang meliputi pengalihan informasi dan input perilaku. Keefektifan komunikasi berbanding lurus dengan kualitas komunikasi antarpribadi seseorang (Ludlow & Panton, 1996: 3). Oleh karena itu, komunikasi efektif sangat penting untuk mengubah dan mengajak lawan bicara dengan memanfaatkan komunikasi antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi sangat bervariasi dalam menentukan keefektifan dan kepuasan dari interaksi seseorang. Beberapa interaksi memberikan kesuksesan dan kebahagiaan, tetapi di lain pihak mendapatkan kesulitan dan kegagalan. Ciri-ciri komunikasi antarpribadi yang efektif menurut DeVito (2009) adalah (a) *Cultural Sensitivity* (kepekaan budaya), (b) *Empathy* (empati), (c) *Flexibility* (fleksibilitas), (d) *Immediacy* (kedekatan), (e) *Interaction Management* (manajemen interaksi), (f) *Mindfulness* (Kesadaran), (g) *Openness* (keterbukaan), (h) *Positiveness* (rasa positif), (i) *Supportiveness* (dukungan), dan (j) *Other-Orientation* (orientasi lain).

Teori penetrasi sosial memfokuskan diri pada pengembangan hubungan interpersonal. Teori penetrasi sosial menjelaskan perkembangan hubungan personal yang bermula dari pembukaan diri (*self-disclosure*). Proses penetrasi sosial berlangsung secara bertahap dan teratur, mulai dari wilayah yang bersifat permukaan ke tingkat yang akrab atau intim. Ada beberapa tahapan dalam penetrasi sosial yaitu (1) Tahap Orientasi, (2) Tahap Pertukaran Afektif, dan (3) Tahap Pertukaran Stabil.

Komunikasi Persuasif

Salah satu bentuk dasar komunikasi adalah persuasi. Persuasi merupakan upaya menyampaikan informasi lewat cara tertentu yang membuat orang menghapus gambaran lama di benaknya dan menggantinya dengan gambaran baru sehingga berubahlah perilakunya (Malik, 1994: 99).

McGuire mempresentasikan 6 tahap-tahap yang mendukung proses persuasi (Severin & Tankard, 2008: 204), yaitu (1) pesan persuasif harus dikomunikasikan, (2) penerima akan memperhatikan pesan, (3) penerima akan memahami pesan, (4) penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen yang disajikan, (5) tercapai posisi adopsi baru, dan (6) terjadi perilaku yang diinginkan.

Komunikasi Efektif

Kata kunci komunikasi efektif adalah sejauh mana komunikator mampu berorientasi kepada komunikannya (Vardiansyah, 2004: 111). Kita sebagai komunikator harus menyesuaikan diri dengan komunikan agar komunikasi menjadi efektif dalam komunikasi tatap muka. Komunikasi disebut efektif apabila penerima menginterprestasikan pesan yang diterimanya sebagaimana yang dimaksudkan oleh pengirim. Komunikasi yang efektif menurut Stewart L. Tubbs

dan Sylvia Moss (Rahkmat, 2007:13-16), paling tidak menimbulkan lima hal yaitu (1) pengertian, (2) kesenangan, (3) pengaruh pada sikap, (4) hubungan sosial yang semakin baik, dan (5) tindakan.

Motivasi

Motivasi adalah Proses yang terjadi dalam diri manusia atau hewan yang menyebabkan organisme tersebut bergerak menuju suatu tujuan, atau bergerak menjauh dari situasi yang tidak menyenangkan (Wade & Travis, 2007: 144). Motivasi juga menjadi dasar utama bagi seseorang dalam rangka memuaskan kebutuhannya. Keseluruhan teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham H. Maslow mengatakan bahwa kebutuhan manusia itu diklasifikasikan pada lima hierarki kebutuhan yang mempengaruhi motivasi seseorang (Siagian, 2012: 146-158), yaitu (1) kebutuhan fisiologis, (2) kebutuhan akan keamanan, (3) kebutuhan sosial, (4) kebutuhan *esteem*, dan (5) Kebutuhan untuk aktualisasi diri.

Piramida kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow (Malik, 1994: 41) menjelaskan tentang upaya untuk mengenal dan memberikan urutan tingkat dasar kebutuhan manusia. Kebutuhan dasar yang berada di tingkat bawah harus dipenuhi terlebih dahulu, sebelum naik ke tingkat selanjutnya secara bertahap. Pemenuhan kebutuhan tidak dapat lompat ke tingkat yang lebih tinggi. Salah satu cara untuk memuaskan kebutuhan di atas menggunakan teknik motivasi. Teknik motivasi dimaksudkan untuk menyesuaikan persepsi terhadap kebutuhan dan intensitas kebutuhan. Teknik motivasi yang efektif adalah teknik yang ditujukan kepada dan disesuaikan dengan kebutuhan individual (Siagian, 2012: 158).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Model desain penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk membuat gambaran dan menjelaskan makna-makna dalam gejala sosial. Pendekatan ini memusatkan perhatian untuk mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat dalam situasi tertentu, termasuk tentang sikap, hubungan, kegiatan, pandangan, proses yang berlangsung dan pengaruh fenomena yang ada (Pujileksono, 2016: 20). Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2014: 11).

Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Judgment Sampling* untuk menentukan seorang informan. *Purposive Judgment Sampling* adalah sebuah teknik yang adanya penilaian dari peneliti terhadap sesuatu atau seseorang menjadi sampel karena memiliki informasi yang luas/banyak. Sampel diambil/ditentukan dengan maksud dan tujuan tertentu (Pujileksono, 2016 : 116). Peneliti membuat dua jenis informan dalam penelitian ini, yakni informan utama dan informan tambahan. Informan utama dalam penelitian ini adalah relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM). Informan tambahan dalam penelitian ini adalah

anak-anak penderita kanker yang mendapatkan fasilitas dari Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM).

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menunjuk pada masalah atau tema yang sedang diteliti (Idrus, 2009: 91). Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah Efektivitas Komunikasi Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan 2 metode pengumpulan data yaitu:

1. Data Primer
 - Wawancara Mendalam (*In-depth interview*)
 - Observasi Partisipatif
2. Data Sekunder
 - Studi Kepustakaan

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang Efektivitas Komunikasi Relawan dalam Memotivasi Anak Penderita Kanker ini dilakukan di rumah singgah anak-anak penderita kanker, yang diberi nama “Rumah Bersama” dengan bantuan dari Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM). Rumah Bersama ini terletak tidak jauh dari Rumah Sakit H. Adam Malik, tepatnya di Komplek Perumahan SB, Jalan Petunia II-3 No. 34 Medan. Penelitian juga dilakukan di Rumah Sakit H. Adam Malik Medan untuk melihat kondisi anak-anak yang mendapatkan penanganan khusus untuk terapi kanker.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2016 dan berakhir pada Oktober 2016. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dapat melewati bulan Oktober, tergantung dengan kelengkapan data penelitian. Hal ini bertujuan agar peneliti mendapatkan data dan hasil yang maksimal dalam melakukan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data model Miles dan Huberman dilakukan melalui 3 tahap (dalam Pujileksono, 2016: 152), yaitu:

1. Reduksi Data
Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian.
2. Penyajian data
Penyajian data berarti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya. Penyajian data dalam penelitian kualitatif bersifat naratif. Tujuannya adalah untuk memudahkan pembacaan dan penarikan kesimpulan.
3. Penarikan kesimpulan
Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab fokus masalah. Karena fokus masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif

merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran awal yang belum jelas menjadi jelas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

DeVito (1976) menyatakan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seorang dan diterima oleh orang lain, atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang langsung (Liliweri, 1991:12). Komunikasi yang dilakukan oleh relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) adalah komunikasi antarpribadi. Ciri-ciri komunikasi antarpribadi yang efektif menurut DeVito adalah sebagai berikut:

a. *Cultural Sensitivity*

Komunikasi tidak akan menjadi efektif tanpa adanya kepekaan budaya di antara komunikator dan komunikan yang mempunyai perbedaan jenis kelamin, ras, kebangsaan, atau orientasi kesukaan (DeVito, 2009: 42). Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) mengalami kendala budaya dalam berkomunikasi dengan anak penderita kanker dan orang tua mereka. Sebagai relawan, mereka menjadi peka dengan budaya yang berbeda dari keluarga dan anak penderita kanker lainnya.

b. *Empathy*

Empathy atau empati membuat kita memahami secara emosional tentang pengalaman orang lain (DeVito, 2009: 231). Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) mempunyai rasa empati kepada anak-anak yang dapat merasakan apa yang mereka keluhkan dari penyakit mereka, dan apa yang mereka harapkan atau inginkan.

c. *Flexibility*

Flexibility atau fleksibilitas adalah kualitas dalam berpikir dan bertindak laku yang mana kita membedakan pesan-pesan berdasarkan situasi tertentu. (DeVito, 2009: 171). Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) menyesuaikan diri untuk berkomunikasi dengan anak penderita kanker sesuai perilaku anak-anak penderita kanker itu sendiri. Peneliti mencatat data hasil wawancara relawan dan pengamatan kepada anak-anak penderita kanker bahwa anak-anak yang belum sekolah (kurang lebih umur 0 hingga 5 tahun) biasanya lebih sering bermain. Anak-anak sekolah dasar (kurang lebih umur 6 hingga 10 tahun) lebih banyak sering berbagi cerita tentang pengalaman sedih mereka. Anak-anak sekolah menengah (sekitar umur 11 tahun ke atas) biasanya mereka cenderung pendiam.

d. *Immediacy*

Immediacy atau kedekatan adalah suatu kebersamaan di antara pembicara dan pendengar. *Immediacy* atau kedekatan dapat dikomunikasikan secara verbal dan nonverbal (DeVito, 2009: 134). Bentuk kedekatan relawan dengan anak penderita kanker sangat beragam bergantung kepada kedekatan masing-masing relawan. Beberapa relawan menunjukkan adanya kedekatan mereka dengan beberapa anak penderita kanker dan keluarga.

e. *Interaction Management*

Interaction Management mengacu kepada teknik dan strategi yang dibuat oleh seseorang untuk mengatur interaksi antarpribadi mereka. *Interaction Management* yang efektif menghasilkan sebuah interaksi yang memuaskan kedua belah pihak (DeVito, 2009: 308). Relawan Yayasan Onkologi Anak

Medan (YOAM) juga mempunyai teknik dan strategi untuk mengatur interaksi tersebut dengan anak-anak penderita kanker di Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM). Masing-masing relawan mengatakan bahwa menghindar sejenak untuk berinteraksi lebih baik sehingga suasana negatif tidak berpindah ke anak penderita kanker maupun keluarga.

f. *Mindfulness*

Mindfulness adalah sebuah keadaan atas kesadaran mental seseorang. Dalam keadaan sadar, kita menyadari alasan kita untuk berpikir atau berkomunikasi dalam berbagai cara (DeVito, 2009: 20). Kesadaran Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) adalah berhubungan dengan alasan atau motif mereka untuk bergabung di Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM). Para relawan tersebut ingin membantu anak-anak penderita kanker untuk meringankan beban mental keluarga dan anak itu sendiri.

g. *Openness*

Openness atau keterbukaan termasuk sebuah kesediaan untuk mendengarkan secara terbuka dan bereaksi secara jujur terhadap pesan yang diterimanya (DeVito, 2009: 87). Keterbukaan relawan dapat dilihat dari bagaimana Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) terbuka untuk mendengarkan cerita anak-anak penderita kanker.

h. *Positiveness*

Positiveness dalam komunikasi antarpribadi harus dilakukan dengan penggunaan pesan positif daripada pesan negatif. Sebagaimana yang sudah kita ketahui bahwa pesan positif sangat penting untuk menciptakan dan memelihara kepuasan suatu hubungan (DeVito, 2009: 221). Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) memiliki trik dalam penggunaan pesan untuk berkomunikasi dengan anak penderita kanker. Peneliti mengamati bahwa Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) berkomunikasi secara setara kepada anak-anak penderita kanker di Rumah Bersama YOAM dengan memposisikan diri yang berbeda-beda.

i. *Supportiveness*

Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Hubungan antarpribadi yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung (*Supportiveness*). Bentuk dukungan yang diberikan oleh mereka adalah memberikan semangat serta motivasi untuk sembuh dan memberikan hadiah yang anak-anak inginkan jika anak-anak termotivasi melakukan hal-hal yang berguna demi kesembuhan mereka. Alasan semua relawan untuk mendukung anak-anak penderita kanker pun sama yaitu agar anak penderita kanker lebih semangat untuk sembuh.

j. *Other-Orientation*

Orientasi yang lain sangat erat hubungannya dengan kesadaran serta motif relawan dalam bergabung dengan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM). Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) bergabung dengan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) untuk mendapatkan motivasi dari anak penderita kanker untuk menjalani pola hidup sehat dan untuk mendapatkan sudut pandang yang berbeda dari kehidupan anak-anak penderita kanker.

Menurut hierarki kebutuhan yang dikembangkan oleh Abram Maslow tersebut, anak-anak penderita kanker memiliki kebutuhan fisiologi untuk

memotivasi mereka. Kebutuhan akan keamanan, sosial, *esteem*, dan aktualisasi diri tidak berpengaruh besar kepada anak-anak ini. Mereka cenderung memiliki motivasi yang sama. Motivasi yang mereka miliki adalah sembuh dan pulih dari penyakitnya.

Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) juga melakukan pengembangan hubungan dengan anak-anak penderita kanker. Altman dan Taylor (1973) menyatakan bahwa peningkatan keintiman dalam sebuah hubungan merupakan konsekuensi dari semakin intensnya proses berbagi informasi personal di antara individu yang berhubungan (Berger, 2011: 470). Proses ini disebut dengan penetrasi sosial yang berlangsung secara bertahap dan teratur, mulai dari wilayah yang bersifat permukaan ke tingkat yang akrab atau intim. Ada beberapa tahapan dalam penetrasi sosial yaitu: (1) tahap orientasi, (2) tahap pertukaran afektif, dan (3) tahap pertukaran stabil.

Anak-anak penderita kanker mengungkapkan perasaan mereka dengan terbuka setelah satu hingga dua minggu dari pertemuan pertama. Hal ini karena tahap orientasi sudah dilewati dan mulai masuk ke tahap pertukaran afektif. Hubungan pada tahap pertukaran afektif adalah gerbang menuju wilayah yang bersifat lebih intim dan lebih akrab di tahap pertukaran stabil. Tahap ini menjelaskan mengenai banyaknya komunikasi di luar wilayah publik. Aspek pribadi secara perlahan dibuka sedikit demi sedikit, dan rasa berhati-hati cenderung berkurang (Budyatna & Ganiem, 2011: 228).

Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) hanya mencapai tahap pertukaran afektif karena tidak adanya hubungan ke tahap selanjutnya yang bersifat stabil dan lebih intim. Hubungan mereka dengan anak-anak penderita kanker bersifat ramah dan santai yang menjadi ciri-ciri tahap pertukaran afektif.

Komunikasi disebut efektif apabila penerima menginterprestasikan pesan yang diterimanya sebagaimana yang dimaksudkan oleh pengirim. Namun, Hambatan dirasakan oleh relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM). Hambatan ini berpengaruh kepada efektivitas komunikasi relawan dalam memotivasi anak penderita kanker untuk sembuh.

Kriteria efektivitas komunikasi yang baik dapat dilihat dari komunikasi antarpribadi relawan dengan anak penderita kanker, tingkat kedalaman hubungan relawan dengan anak-anak penderita kanker maupun keluarga, dan hal-hal yang ditimbulkan oleh komunikasi tersebut. Ketiga kriteria ini sudah menggambarkan proses pesan yang disampaikan oleh relawan kepada anak-anak penderita kanker mulai dari proses awal komunikasi, berlanjut ke tahap pengembangan hubungan, dan hal-hal yang ditimbulkan oleh komunikasi yang dilakukan oleh relawan. Jika kriteria tersebut tidak terpenuhi atau mengalami masalah dan tidak dapat diatasi permasalahannya, maka efektivitas komunikasi yang dilakukan relawan tidak berjalan dengan efektif dan baik.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dan pengamatan peneliti, semua informan penelitian melakukan komunikasi antarpribadi yang efektif, mulai dari kepekaan budaya relawan, rasa empati, fleksibilitas, kedekatan, manajemen interaksi, keterbukaan, kesadaran, sikap positif, dukungan, dan orientasi lainnya. Segala kendala dari aspek-aspek komunikasi antarpribadi yang efektif diselesaikan dengan cara yang baik oleh semua informan relawan. Selain itu, Hal-hal yang ditimbulkan dari komunikasi relawan kepada anak-anak penderita kanker seperti adanya pengertian, kesenangan, pengaruh kepada sikap

anak-anak penderita kanker, pengaruh hubungan sosial mereka, dan tindakan anak-anak penderita kanker untuk mengikuti motivasi relawan, menjadi poin utama untuk melihat efektivitas komunikasi yang baik.

PENUTUP

Simpulan

1. Efektivitas komunikasi dari seluruh informan relawan penelitian di Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) dalam memotivasi anak-anak penderita kanker dilakukan dengan sangat baik. Hal ini terlihat dari bagaimana proses persuasi yang dilakukan informan relawan dalam memotivasi anak-anak penderita kanker, lima hal yang menimbulkan komunikasi yang efektif dari relawan, faktor motivasi anak dalam proses penyembuhan, dan proses penetrasi sosial dalam pengembangan hubungan yang dilakukan oleh seluruh informan relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) kepada keluarga dan anak penderita kanker.
2. Seluruh Informan Relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) melakukan pola komunikasi antarpribadi yang efektif dalam memotivasi dan berkomunikasi kepada anak-anak penderita kanker. Pola komunikasi antarpribadi yang efektif tersebut dapat dilihat dari sepuluh ciri-ciri komunikasi antarpribadi yang efektif. Ciri-ciri tersebut menggambarkan secara menyeluruh bagaimana relawan melakukan komunikasi antarpribadi yang efektif kepada anak-anak penderita kanker dengan baik.

Saran

- a. Komunikasi antarpribadi yang efektif memiliki banyak sekali aspek yang ingin dilihat. Peneliti memiliki saran agar peneliti lainnya dapat mengembangkan penelitian yang lebih mendalam dengan aspek komunikasi antarpribadi anak-anak penderita kanker dan orang tua. Penelitian harus dilihat dari sisi Ilmu Komunikasi. Sejauh ini kebanyakan peneliti hanya melihat dari sisi Ilmu Psikologi.
- b. Peneliti memiliki saran kepada Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) untuk menambah pengurus dan relawan YOAM agar semua kendala yang ada di YOAM seperti memotivasi anak-anak penderita kanker, kegiatan rutin YOAM, dan lain sebagainya, dapat berjalan dengan baik. Selain itu, Penambahan pengurus juga dapat membantu YOAM agar mendapatkan ide-ide bagus untuk menjalankan kegiatan yang menarik untuk anak-anak penderita kanker. Penambahan pengurus lebih baik dibuka setiap tahun dan merekrut relawan atau pengurus dari berbagai kalangan dan profesi.
- c. Ada baiknya pengurus dan relawan Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) rutin melakukan penyuluhan ke universitas-universitas yang ada di kota Medan dan sekitar untuk membangun rasa kesadaran dan kepedulian tentang kanker untuk mendukung penyembuhan anak-anak penderita kanker beserta keluarganya.

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, E., & Anees, B.Q. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Berger, C.R., & Roloff, M.E. (2014). *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Budyatna, M., & Ganiem, L.M. (2012). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana.
- DeVito, Joseph A. (2009). *The Interpersonal Communication Book*. Boston: Pearson Education.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga.
- Liliweri, Alo.(1991). *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Lubis, Namora Lumongga. (2009). *Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Kanker*. Medan: USU Press.
- Ludlow, R., & Panton, F. (1996). *Komunikasi Efektif*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Malik, Dedy Djamaluddin. (1994). *Komunikasi Persuasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Miller, Khaterine. (2005). *Communication Theories, Perspectives, Processes and Context*. Singapura: The McGraw-Hill.
- Moleong, L.J. (2014). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pujileksono, Sugeng. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Severin, W.J., & Tankard, J.W. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Siagian, Sondang P. (2012). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Vardiansyah, Dani. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wade, C., & Travis, C. (2007). *Psikologi*. Jakarta: Erlangga.