**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMBERIKAN MOTIVASI TERHADAP KESEMBUHAN PENDERITA KANKER (STUDI KASUS YAYASAN KANKER ANAK YOGYAKARTA)**

*Arief Nuryana, S.E, M.I.Kom ,Rosalina Prismarini Nurdiati,S.sos,M.A*

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

nensypuspitasari@yahoo.com

# Abstrak

Komunikasi persuasif adalah suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan yang secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan oleh komunikator. Guru di yayasan kanker anak sebelumnya sudah menerapkan komunikasi persuasif dengan membujuk dan melakukan kegiatan positif demi menunjang kesembuhan anak tersebut. Namun, belum menunjukkan hasil yang maksimal yang ditunjukkan dengan tidak adanya pengaruh perubahan perilaku anak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif pengelola yayasan kasih anak kanker Yogyakarta dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan penderita kanker, dan untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan penderita kanker. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Data yang penulis peroleh dengan observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan tiga langkah yaitu: pertama, reduksi data atau mencatat data hasil observasi. Kedua, penyajian data, dalam bentuk naratif agar mudah dipahami, dan ketiga verication atau menarik kesimpulan yang sesuai.

***Kata Kunci* : *Strategi Komunikasi Persuasif; Motivasi; Kesembuhan Penderita Kanker***

*Arief Nuryana, S.E, M.I.Kom ,Rosalina Prismarini Nurdiati,S.sos,M.A*

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

nensypuspitasari@yahoo.com

**Abstract**

*Persuasive communication is a message delivered by the communicator to the communicant who intentionally changes attitudes or activities as desired by the communicator. Teachers at the Children's Cancer Foundation have previously implemented persuasive communication by persuading and carrying out positive activities to support the child's recovery. However, it has not shown maximum results as indicated by the absence of influence of child behavior change. This study aims to determine the persuasive communication strategies of Yogyakarta cancer children's love foundation managers in motivating to cure cancer patients and to find out what are the supporting factors and inhibiting factors in persuasive communication strategies in motivating the healing of cancer sufferers. This research uses qualitative research. The data obtained by the author's observation, interviews and documentation. Analysis of the data used in this study with three steps, namely: first, data reduction or recording observational data. Second, the presentation of data, in a narrative form so that it is easily understood, and thirdly verification or draw conclusions accordingly.*

***Keywords: Persuasive Communication Strategy; Motivation; Healing Cancer***

**I.PENDAHULUAN**

Di Indonesia, secara nasional menurut Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan, prevalensi penyakit kanker pada penduduk semua umur tahun 2013 sekitar 347.792 orang. Penderita kanker terbanyak berada di Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, dan DKI Jakarta. Kementerian Kesehatan memprediksi ada sekitar 240.000 penderita kanker baru per tahun. Hal tersebut diperkuat dengan data empiris yang juga menunjukkan bahwa kematian akibat kanker dari tahun ke tahun terus meningkat. Berdasarkan direktorat penyakit tidak menular Kementerian Kesehatan, kanker menempati urutan ke-4 penyebab kematian di Indonesia.1

Seiring dengan cepatnya perkembangan di era globalisasi dan adanya transmisi demografi serta epidemiologi penyakit, maka masalah penyakit akibat perilaku, lingkungan hidup yang kurang baik, serta perubahan gaya hidup yang berkaitan dengan perilaku dan sosial budaya cenderung akan semakin kompleks. Hal itu menyebabkan insiden peyakit juga semakin meningkat dan beralihnya penyebab kematian yang semula didominasi oleh penyakit menular bergeser ke penyakit tidak menular, diantaranya diabetes mellitus, penyakit jantung, dan kanker.2

Jumlah penderita kanker sangat tinggi dan terus meningkat, baik di dunia maupun Indonesia. Hal ini terlihat dari berbagai data kanker yang dipublikasikan baik oleh pemerintah maupun lembaga-lembaga kanker. Di dunia 12% dari seluruh kematian disebabkan oleh kanker yang sekaligus menjadi pembunuh nomor dua setelah penyakit kardiovaskuler.3 Menurut WHO terjadi peningkatan jumlah penderita kanker setiap tahunnya hingga mencapai 6,25 juta orang dan terdapat sekitar enam juta pasien kanker baru pertahunnya yang dua pertiganya berasal dari negara berkembang. Saat ini kanker merupakan salah satu penyebab kematian terbanyak di dunia. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan pada tahun 2015 diperkirakan ada 9 juta orang yang meninggal karena kanker dan tahun 2030 diperkirakan ada 11,4 juta kematian karena kanker.

Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2007, penderita kanker di Indonesia menempati urutan ke tujuh penyebab kematian terbesar di Indonesia setelah stroke, tuberkulosis, hipertensi, cedera, perinatal, dan diabetes mellitus. Jumlah keseluruhan kasus penyakit penderita kanker di Indonesia mencapai 4,3 per 1000 penduduk dari jumlah penduduk 237,6 juta jiwa pada tahun 2010, dan penderita kanker di Indonesia diperkirakan 1,02.

Banyaknya penderita kanker, maka semakin banyak pula cara untuk mengobati penyakit tersebut. Terdapat beberapa pilihan terapi yang dapat di lakukan pada pasien kanker. Pilihan pengobatan kepada pasien kanker harus berdasarkan pada tujuan yangrealistik dan yang dapat dicapai untuk setiap tipe kanker yang spesifik. Terapi yang dilakukan terhadap pasien ka nker meliputi pembedahan, terapi radiasi/radioterapi, kemoterapi, dan terapi kombinasi serta terapi lainnnya. Kemoterapi dilakukan untuk terapi sistemik terhadap kanker sistemik dan kanker dengan metastasis klinis atau subklinis, sedangkan radioterapi menjadi terapi kuratif yang bersifat lokal yang juga merupakan terapi lanjutan dari tindakan pembedahan dan kemoterapi.

Selain proses pengobatan secara medis, penderita kanker juga memerlukan pengobatan secara batin salah satunya adalah semangat dari diri sendiri maupun dari orang lain, maka diperlukan sebuah proses komunikasi antara penderita dan penyemangat dari eksternal. Kita ketahui saat ini bahwa komunikasi merupakan suatu hal yang esensi bagi kehidupan manusia. Saat berkomunikasi bukan hanya sekedar menyampaikan isi pesan akan tetapi juga menentukan kadar hubungan interpersonal. Begitu pula dengan komunikasi yang berlangsung pada orang tua dengan anak penderita kanker yang memerlukan perhatian dan penanganan khusus. Komunikasi yang berlangsung ini merupakan terapi bagi perkembangan kehidupannya untuk menjadi lebih baik, dan hidup sehat sebagaimana anak lainnya. Seperti komunikasi persuasif yang diperlukan untuk menggerakkan orang agar mau mengubah perilaku mereka sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator. Dainton dan Zelley menjelaskan persuasi sebagai berikut: *Persuasionis typically defined as “human communication that is designed to influence others by modifying their beliefs, values, or attitudes*”.

Setiap individu yang melakukan komunikasi, baik itu komunikasi yang *persuasive* atau komunikasi lainnya, akan mengambil empat kegiatan: membentuk, menyampaikan, menerima, dan menyiapkan pesan yang diterima secara berurutan. Bentuk pesan, yang menyiratkan menciptakan pemikiran atau persepsi dalam benak seseorang melalui metode proses kerja sistem saraf. Pesan yang telah dibentuk pada saat itu disampaikan kepada orang lain, baik secara langsung maupun dengan implikasinya. Terpisah dari membentuk dan mengirim pesan, seseorang akan menerima pesan dari orang lain. Pesan yang didapat pada saat itu akan disiapkan melalui kerangka kerja yang komprehensif dan diterjemahkan. Setelah itu, pesan tersebut dapat menimbulkan reaksi atau tanggapan dari individu. Jika hal ini terjadi, pada saat itu individu akan membentuk kembali dan memberikan pesan modern, kegiatan ini akan terus terjadi lebih dari satu kali sehingga alasan penyampaian pesan dapat tercapai. Komunikasi *persuasive* yang efektif terjadi jika pesan yang disampaikan dapat memengaruhi perilaku, perilaku komunikan, dan menimbulkan dampak. Selanjutnya, dalam hal mempengaruhi makna perilaku seseorang, penelitian mengenai hal tersebut juga diperlukan sehingga komunikator memahami bagaimana karakter target digunakan sebagai objek yang kuat.

Selama masa penyembuhan, penderita kanker akan menjalankan berbagai macam terapi. Selama masa terapi berlangsung dampak yang ditimbulkan akan beragam, selain perubahan pada fisik, baik permanen maupun sementara, penderita kanker juga mengalami penderitaan psikologis dan sosial dengan tingkat yang bervariasi. Pada penderita kanker hal ini akan berkelanjutan sampai pada tingkat kecemasan dan ketakutan yang mendalam. Keadaan ini dapat berkaitan dengan beberapa hal, seperti ada tidaknya rasa nyeri atau stadium penyakit, faktor sosial dan emosional serta faktor psikologis penderita.

Bagi pasien kanker yang sedang menjalani kemoterapi, dukungan yang positif dari keluarga sangat dibutuhkan, karena hal tersebut dapat lebih memotivasi pasien dalam menjalani kemoterapinya. Dukungan Keluarga dalam memberi motivasi adalah suatu proses dimana terdapat adanya ikatan keluarga dengan dunia sosial yang bersifat timbal balik, umpan balik maupun adanya keterlibatan emosional dalam hubungan sosial. Motivasi adalah suatu kumpulan kekuatan tenaga yang berasal dari

dalam maupun dari luar individu yang memulai sikap dan menetapkanbentuk, arah, serta intensitasnya. Menurut Subekti (2010), motivasi dalam menjalani kemoterapidipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi sifat kepribadian, pengetahuan, dan cita-cita, sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan, pendidikan, agama, sosial ekonomi, kebudayaan, dan keluarga.

Dalam kehidupan bermasyarakat, untuk memberikan inspirasi, motivasi dan dukungan kepada seseorang, komunikasi yang bersifat persuasive harus digunakan untuk menyampaiakan pesan tersebut. Inspirasi, motivasi dan dukungan yang kuat terkait dengan kemenangan tujuan yang diminta oleh komunikator. Inspirasi, motivasi dan dukungan sebagai persiapan untuk membangkitkan dalam diri seseorang yang membuat perbedaan berusaha memimpin dan menyebarkan pengobatan yang ditentukan. 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.

*Treatment* yang diberikan bagi penderita kanker pun juga berbeda, sehingga komunikasi yang dijalankan oleh komunikator juga harus menyesuaikan keadaan penderita dan siapa penderita tersebut. Misalakan pada anak-anak penderita kanker. Kita harus mengetahui bahwa kanker pada anak merupakan masalah vital yang harus diperhatikan, karena pada tahap ini anak merasa gelisah tentang perubahan yang terjadi pada tubuhnya. Mereka cenderung menghadapi kesengsaraan, penarikan, dan dorongan. Dalam ekspansi, mereka juga memiliki lebih sedikit waktu untuk bermain dan terhubung dengan lingkungan mereka. Memiliki penyakit serius seperti kanker, membuat hidup mereka tampak tanpa tujuan. Mereka selalu merasa bahwa mereka hanya menunggu ajal dan akan segera mati. Keadaan tersebut akan memperparah kondisi penderita itu sendiri. Itikad baik dan inspirasi yang tinggi harus dapat diberikan kepada mereka dalam mewujudkan kepercayaan dari pertempuran masa depan melawan penyakit berbahaya ini. Anak penderita kanker 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.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti yang meneliti mengenai Yayasan Kasih Anak Kanker Yogyakarta, melihatkan hasil bahwa Yayasan ini telah memberikan motivasi melalui komunikasi persuasif dengan cara membujuk hingga mengajak anak penderita kanker untuk melakukan kegiatan positif demi menunjang kesembuhan anak tersebut. Namun ternyata dengan adanya kegiatan tersebut ternyata belum membuahkan hasil yang maksimal hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya pengaruh perubahan perilaku anak. Bahkan sesuai pengamatan masih ditemukan anak penderita kanker dengan suasana hati yang buruk, sering menangis dan tidak memiliki semangat dalam menjalani hari-harinya. Selain itu, orang tua anak penderita kanker masih dinilai belum memiliki proses komunikasi persuasif yang memadai dengan bersikap takut dengan kondisi anaknya yang semakin memburuk sehingga masih sedikit dalam memberikan semangat positif dan dukungan moral yang dibutuhkan. Selanjutnya, hal ini akan menjadi beban anak penderita kanker karena merasa kondisinya memberikan dampak buruk bagi orang tua.

Adanya kondisi tersebut tentu bertolak belakang dengan visi dan misi yang diemban oleh Yayasan Kasih Anak Kanker Yogyakarta yang mengharapkan orang tua mampu menjadi salah satu pendorong utama dalam memberikan semangat pada anak penderita kanker. Yayasan Kasih Anak Kanker Yogyakarta secara teratur memberikan pengaruh positif pada anak-anak penderita kanker dengan tujuanmengubah perilaku seperti menangis, 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.

 Pemberian motivasi pada anak penderita kanker secara garis besar dapat didefinisikan sebagai ketersediaan sumber dayamanusia atau volunteer yang memberikan kenyamanan fisik dan psikologis yang didapat lewat pengetahuan bahwa individu penderita kanker tersebut merasa dicintai, diperhatikan, dihargai oleh orang lain dan ia juga merupakan anggota dalam suatu kelompok yang berdasarkan kepentingan bersama. Sumber pemberian motivasi ini berasal dari keluarga, masyarakat, pihak rumah sakit ataupun juga suatu kelompok atau komunitas yang serius mencoba membantu mereka. Keluarga merupakan sumber motivasi yang paling dekat dengan penerima motivasi. Dengan adanya pemberian motivasi, maka diharapkan ada peranan positif bagi penerimanya. Berdasarkan berbagai masalah yang dijabarkan, maka hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul penelitian “Strategi Komunikasi Persuasif dalam Memberikan Motivasi terhadap Kesembuhan Penderita Kanker Studi Kasus Yayasan Kanker Anak Yogyakarta”

**II.METODE**

Komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain. Kemudian ada yang mendefinisikan persuasi adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku seseorang atau orang banyak. Mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku dapat dilakukan dengan beberapa cara mulai terror, boikot, pemerasan, penyuapan dan sebagainya dapat juga memaksa orang lain bersikap atau berprilaku seperti yang diharapkan.

Menurut Burgon dan Huffner terdapat tiga jenis komunikasi persuasive yaitu: Komunikasi asertif, yaitu kemampuan komunikasi yang mampu menyampaikan pendapat secara lugas kepada orang lain namun tidak melukai atau menyinggung secara verbal maupun non verbal (tidak ada agresi verbal dan non verbal). pendapat/informasi atau pesan secara lugas namun terdapat agresi verbal dan non-verbal.Komunikasi pasif, yaitu pola komunikasi yang tidak mempunyai umpan balik yang maksimal sehingga proses komunikasi sering kali tidak efektif.Komunikasi agresi, yaitu pola komunikasi yang menguatarakan. Komunikasi agresi, yaitu pola komunikasi yang menguatarakan pendapat/informasi atau pesan secara lugas namun terdapat agresi verbal dan non-verbal.

Terdapat beberapa teknik komunikasi persuasif, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Teknik Asosiasi

Teknik ini adalah teknik yang menyajikan pesan dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Secara umum sering dilakukan oleh kalangan pebisnis atau para politikus. Popularitas figur-figur tertentu dimanfaatkan dalam kerangka pencapaian tujuan-tujuan tertentu.

b. Teknik Integritas terdapat beberapa teknik komunikasi persuasif, terbagi sebagai berikut:

1. Teknik Asosiasi

Teknik ini adalah teknik yang menyajikan pesan dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Secara umum sering dilakukan oleh kalangan pebisnis atau para politikus. Popularitas figur-figur tertentu dimanfaatkan dalam kerangka pencapaian tujuan-tujuan tertentu

2. Teknik Integritas Teknik ini menyatukan diri antara komunikator dengan komunikan. Penggunaan kata-kata verbal yang menyatakan satu dengan komunikan. Contohnya penggunaan kata kita bukan kata saya atau kami. Kata kita berarti saya dan anda. Hal ini bermakna bahwa yang diperjuangkan komunikator bukan kepentingan diri sendiri melainkan juga kepentingan komunikan.

1. Teknik Ganjaran

Teknik ganjaran *(pay-of technique)* yaitu kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan dan yang menjanjikan harapan tertentu. Teknik ini selalu dipertentangkan dengan teknik pembangkitan rasa takut *(fear arousing technique)*.

Aspek-aspek motivasi kesembuhan menurut Conger adalah sebagai berikut:

* + 1. Memiliki sikap positif, aspek ini menunjukkan adanya kepercayaan diri yang kuat, perencanaan diri yang tinggi, serta selalu optimis dalam menghadapi sesuatu hal.
		2. Berorientasi pada pencapaian suatu tujuan, aspek ini menunjukkan bahwa motivasi menyediakan suatu orientasi tujuan tingkah yang diarahkan pada sesuatu.
		3. Kekuatan yang mendorong individu, aspek ini menunjukkan bahwa timbulnya kekuatan akan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Kekuatan ini berasal dari dalam diri individu, lingkungan sekitar, serta keyakinan individu akan kekuatan kodrati.

**III.HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan di yayasan Kanker Anak Yogyakarta. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan penderita kanker. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang merupakan suatu pendekatan dimana penulis dituntut untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata- kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Oleh karena itu, penulis dalam pendekatan kualitatif deskriptif harus memaparkan, menjelaskan dan menggambarkan data yang telah ditemukan baik secara observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam kepada informan penelitian (narasumber) yaitu dengan koordinator yayasan yaitu ibu Rati, tiga pengajar yayasan (Satria, Hewi dan Meta), dan orang tua yaitu ibu Rifa dan ibu Eni.

**Gambaran Umum Penelitian**

Yayasan tempat singgah bagi anak-anak para penderita kanker yaitu Yayasan Kasih Anak Kanker Jogja (YKAKJ) merupakan yayasan nirlaba yang didirikan oleh Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI) bekerjasama dengan para orangtua penderita kanker di Jogjakarta. YKAKJ menyediakan fasilitas “Rumah Kita” yang merupakan rumah singgah bagi para anak penderita kanker yang sedang dalam masa pengobatan di RS Sardjito dengan kapasitas 15 pasien beserta. orangtua/pendamping. Fasilitas lainnya adalah “Sekolahku” merupakan fasilitas pendidikan dimana membantu para pasien yang sedang dalam masa perawatan untuk tetap belajar dengan dibantu oleh guru yang ada di “Rumah Kita”. Selain itu, fasilitas yang ada di YKAKJ adalah “Sosialisasi dan Edukasi Kanker” pada Anak serta fasilitas “Biaya Pengobatan” dimana yayasan membantu para pasien menggalang dana untuk biaya pengobatan bagi pasien. YKAKJ beralamat di Jl, Sendowo G-1B, Sleman, Yogyakarta.

Untuk mengukur peranan guru dalam melakukan komunikasi persuasive dapat dilihat dari langkah-langkah yang harus diikuti untuk dalam menyusun strategi komunikasi diantaranya adalah: mengenal khalayak, menyusun pesan dan menetapkan metode/pendekatan terhadap anak.

Hambatan guru dalam memberikan motivasi melalui komunikasi persuasive adalah terkait dengan perubahan mood anak-anak penderita kanker yang Hambatan guru dalam memberikan motivasi melalui komunikasi persuasive adalah terkait dengan perubahan mood anak-anak penderita kanker yang diakibatkan oleh kemoterapi yang telah mereka lakukan.

**IV.KESIMPULAN**

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, selanjutnya penulis mengambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi persuasive dalam memberikan motivasi terhadap penderita kanker yang ada di Yayasan Kasih Anak Kanker Jogja berhasil membuat anak-anak penderita kanker merubah sikap dan perilaku yang tidak semangat dan tidak percaya diri menjadi lebih percaya diri, bersemangat serta termotivasi untuk sembuh. Proses penyampaian komunikasi persuasive yang dilakukan oleh guru kepada anak penderita kanker yaitu dengan cara melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan anak-anak penderita kanker yang disesuaikan dengan usia penderita kanker, seperti mengajak bermain sambil belajar, dan bercerita dalam memotivasi kesembuhan anak-anak penderita kanker.

Akan tetapi, keberhasilan tersebut belum mencapai keseluruhan, karena mengingat masih adanya faktor-faktor penghambat seperti perubahan mood pada anak yang diakibatkan oleh kemoterapi yang dijalani penderita kanker. Sehingga sebagian anak-anak penderita kanker tidak terpengaruh dengan isi pesan yang disampaikan oleh guru. Selain itu, faktor pendukung dalam menerapkan strategi komunikasi persuasive dalam memberikan motivasi terhadap kesembuhan penderita kanker adalah dukungan orang tua yang selalu memberikan support kepada anaknya, dan dukungan dari sekolah.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abdurrachman, 1993, *Dasar-Dasar Public Relations*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Bogdan, R,C & Biklen, S,K,B, 1998, *Cualitative Research for Education to Theory and Methods*, Allyin and Bacon, inc.

Conger, 1997, *Adolescence and Youth*, New York: Harper and Row Publisher Inc, Dajan, Anto, 1986, *Pengantar Metode Statistik* II, Jakarta: LP3ES.

Depdikbud, 1989, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka

Efendy, Onong Uchana, 2005, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosda Karya).

Friedman, M, 1998, *Keperawatan Keluarga Teori dan Praktek*, EGC, Jakarta. Friedman, M, 2010, *Buku Ajar Keperawatan keluarga: Riset, Teori, dan Praktek*,Edisi ke-5, Jakarta: EGC

Forsyth, P. (1993). *Komunikasi Persuasif yang Berhasil.* Jakarta: Arcan.

Hafied Cangara, 2013, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers). Handoko, Hani, 2008, *Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia*, Edisi,Kedua,Yogyakarta: BPFE.

Henry, Simamora, 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: STIE YPKN.

Humaidi, 2010, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press). Joko, Subagyo, 1997, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.

Marianne, Dainton Elaine D, Zelley, 2004, *Applying Communication Theory for Professional Life*, California: Sage Publication, Inc.

Maulana, Herdiyan danGumgumGumelar, 2013, *Psikologi Komunikasi dan Persuasif,*Jakarta: Akademia Permata.

Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI), 2019, Diakses melalui [https://ykaki,org/,](https://ykaki.org/) Diakses pada 25 November 2019 pukul 16,33,

YKAKI Yogyakarta, 2019, Diakses melalui: [https://ykaki,org/index,php/cabang-](https://ykaki.org/index.php/cabang-ykaki/ykaki-jogja) [ykaki/ykaki-jogja,](https://ykaki.org/index.php/cabang-ykaki/ykaki-jogja) Diakses pada 25 November 2019 pukul 16,33,