

# Audit Mini Program Penyuluhan dan Motivasi Kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur

Gracia Fenta Agustina, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya  
*fentagracia@gmail.com*

## Abstrak

Dasar penelitian ini adalah kegiatan dari *Public Relations* yang dilakukan pada Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Program yang dilakukan berupa penyuluhan dan motivasi kanker dalam rangka World Cancer Day. Program ini diikuti oleh para penderita kanker yang tinggal di rumah singgah. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja komunikasi dalam program penyuluhan dan motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia. Maka dalam penelitian ini dilakukan evaluasi dengan menggunakan Audit Mini. Program ini tidak pernah dilakukan evaluasi sehingga dalam penelitian ini dapat terlihat titik rawan dari program ini. masalah yang diteliti oleh peneliti. Program yang pernah Didalam audit mini menurut Andre Hardjana terdapat aspek-aspek yang perlu diperlukan. Aspek-aspek tersebut adalah aspek manajemen, aspek manajemen, aspek komunikasi dan aspek umpan balik. Hasil penelitian akan diberikan dalam, bentuk rekomendasi.

Dalam aspek menejemen tidak ditemukan titik rawan yang ada, aspek organisasi terdapat titik rawan bahwa program ini tidak pernah dievaluasi. Pada aspek komunikasi ditemukan titik rawan dalam pemilihan pembicara dan isi pesan yang ada serta di aspek umpan balik terdapat titik rawan adanya kebosanan dalam materi yang diberikan yakni pasien membutuhkan dorongan semangat motivasi bukan bicara masalah obat.

**Kata Kunci :** Audit Mini, Program Penyuluhan dan Motivasi Kanker, Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur

## Pendahuluan

Salah satu aktivitas *Public Relations* yang erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap masyarakat yaitu dengan melakukan kegiatan. Kegiatan *Public Relations* menurut Grunig & Hunt (1994) yakni *event, campaign* dan *program*. *Public Relations* biasanya diadakan secara berkesinambungan mengikuti kehidupan sebuah organisasi. Menurut Smith (2002), *programs are ongoing Public Relations activities dealing with several objectives associated with a goal. Program have continuing commission within the organization and focus on its relationship with a particular public*. Hal ini menunjukkan bahwa program merupakan salah satu kegiatan yang dijalankan oleh *Public Relations* secara berkesinambungan dan memiliki tujuan serta *goal*. Selain itu, program juga fokus dalam membangun hubungan dengan publik tertentu.

*Public Relations* merupakan upaya dengan menggunakan informasi, persuasi, dan penyesuaian untuk menghidupkan dukungan publik atas suatu kegiatan atau suatu sebab merupakan seni dari pengetahuan untuk

mengembangkan saling pengertian dan niat baik diantara seseorang, perusahaan atau institusi dan publiknya serta praktek dan seni dalam ilmu sosial untuk menganalisis kecenderungan mereka, menasehati para pemimpin organisasi dan melaksanakan program yang direncanakan dari tindakan-tindakan yang akan melayani baik organisasi maupun interes publiknya (Liliweri, 2002, p.654). *Public Relations* adalah kelanjutan dari proses pembuatan kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan bagi kepentingan terbaik bagi suatu individu atau kelompok agar individu atau kelompok tersebut memperoleh kepercayaan dan *goodwill* dari *public*. (Dasar-dasar *Public Relations*, Soleh Soemirat, Ardianto, 2007, p.12).

Didalam Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini memiliki program penyuluhan dan motivasi kanker di tanggal 4 Februari 2016. Motivasi kesehatan di berikakan pada hari pertama dan penyuluhan kesehatan diberikan oleh sponsor dari program tersebut yakni pihak Kalbe. Setelah adanya penyuluhan, pihak Yayasan Kanker Indonesia melakukan acara karaoke bersama dan adanya pembagian *doorprize*. Dalam program ini memiliki tujuan agar para peserta yang diikuti oleh pasien yang tinggal di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur lebih memahami dan dapat menanggulangi penyakit kanker mereka (wawancara dengan Koordiantor *staff* Kesekretariatan Yayasan Kanker Indonesia).

## Tinjauan Pustaka

### ***Public Relations* Dalam Menjalankan Evaluasi**

Dalam buku *Public Relations: Strategies and tactics* (2009, p.6) menyebutkan PR merupakan suatu proses – serangkaian tindakan, perubahan dan fungsi yang membawa hasil. Salah satu cara untuk menggambarkan proses tersebut dan mengingat komponennya yaitu dengan singkatan RACE yang pertama kali dikatakan oleh John Marston dalam bukunya *The Nature of Public Relations*. Pada dasarnya RACE berarti aktivitas PR yang terdiri dari empat elemen, yaitu **R**esearch (apa saja masalah atau situasinya), **A**ction (apa yang akan dilakuakn mengenai hal tersebut), **C**ommunication (bagaimana cara memberitahukan kepada publik), dan **E**valuation (apa publik menerima informasi tersebut dan efeknya).

### ***Public Relations* Dalam Menjalankan Sebuah Program**

Menurut Smith (2002), *programs are ongoing Public Relations activities dealing with several objectives associated with a goal. Program have continuing commission within the organization and focus on its relationship with a particular public*. Hal ini menunjukkan bahwa program merupakan salah satu kegiatan yang dijalankan oleh *Public Relations* secara berkesinambungan dan memiliki tujuan serta goal. Selain itu, program juga fokus dalam membangun hubungan dengan publik tertentu.

Evaluasi terhadap program yang sedang atau telah dijalankan adalah untuk memperlihatkan nilai dari masing – masing kegiatan, sehingga pada akhirnya kegiatan tersebut layak untuk dijalankan atau diteruskan. Menurut Shinkle (1994) pengukuran terhadap efektifitas humas atau program adalah satu- satunya cara

untuk membuktikan bahwa humas penting bagi organisasi. Evaluasi dapat dikatakan sebagai suatu usaha atau kegiatan untuk menentukan nilai suatu program atau kegiatan (Putra, 1999, p.70).

### **Audit Mini Komunikasi**

Audit mini mempunyai tujuan yang sama dengan audit komunikasi yang menyeluruh yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja komunikasi dalam program. Namun, audit mini tidak dapat menghasilkan informasi yang serinci dan selengkap hasil audit total. Audit mini tidak dapat menghasilkan informasi yang serinci dan selengkap hasil audit total, tetapi juga dapat meningkatkan efektivitas yang sedang berlangsung maupun untuk dijadikan petunjuk bagi melaksanakan audit total yang menyeluruh dan mendalam (Level, 1998). Selain itu audit mini dilakukan secara khusus digunakan sebagai alat untuk menemukan titik – titik rawan, mendokumentasikan dan menguji program dan prosedur kerja, mendapatkan umpan balik dan membuat berbagai rekomendasi (Cluff, 1974, p.313).

## **Metode**

### **Konseptualisasi Penelitian**

Peneliti ini menggunakan definisi konseptual, yaitu :

#### 1. *Public Relations* dalam menjalankan sebuah program

Menurut Smith (2002), *programs are ongoing Public Relations activities dealing with several objectives associated with a goal. Program have continuing commission within the organization and focus on its relationship with a particular public.* Hal ini menunjukkan bahwa program merupakan salah satu kegiatan yang dijalankan oleh *Public Relations* secara berkesinambungan dan memiliki tujuan serta goal. Selain itu, program juga fokus dalam membangun hubungan dengan publik tertentu.

#### 2. Audit Mini

Audit mini dilakukan secara khusus digunakan sebagai alat untuk menemukan titik – titik rawan, mendokumentasikan dan menguji program dan prosedur kerja, mendapatkan umpan balik dan membuat berbagai rekomendasi (Cluff, 1974, p.313). Audit mini sangat penting dilakukan bila organisasi memiliki kebutuhan sebagai berikut :

1. Informan tepat waktu dengan segera tentang kualitas baik atau buruknya.
2. Tinjauan objektif tentang program yang sedang berlangsung yang dapat meningkatkan efisiensi kerja.

Sebuah action plan dapat menunjukkan dimana persoalan – persoalan yang muncul kemudian langkah – langkah penanganan dan saran untuk komunikasi yang efektif.

### *Subjek Penelitian*

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti program penyuluhan dan motivasi kanker. Program ini dilaksanakan oleh Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Program ini dilaksanakan pada tanggal 4 Februari 2016 dalam rangka hari kanker sedunia.

### *Analisis Data*

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode audit mini komunikasi. Audit mini ini dilakukan guna terlihatnya masalah yang akan timbul atau calon masalah.

## **Temuan Data**

Penelitian ini mengevaluasi mengenai program penyuluhan dan motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Dimana Yayasan ini di Jawa Timur hanya terdapat satu tempat saja yakni di Surabaya. Yayasan Kanker Indonesia ini merupakan LSM yang berdiri sendiri, tidak terikat oleh pemerintah dan dipimpin oleh Ibu Gubernur Jawa Timur. Berikut merupakan temuan data yang dilihat melalui empat aspek dalam audit mini komunikasi, yakni aspek manajemen, aspek komunikasi, aspek organisasi dan aspek umpan balik.

### **4.4.1 Aspek Manajemen**

Organisasi ini memiliki tujuan untuk mengupayakan penanggulangan kanker. Demi mencapai tujuan yang diinginkan maka Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini melakukan berbagai kegiatan di bidang promotif, preventif dan suportif.

Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini juga memiliki kebijakan dalam berorganisasi. Kebijakan tersebut adalah membantu pemerintah dalam meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kepedulian masyarakat dalam menanggulangi kanker.

Yayasan Kanker Indonesia memiliki misi organisasi. Misi tersebut adalah meningkatkan kepedulian masyarakat dalam penanggulangan kanker. Setiap kegiatan yang dilaksanakan di dalam yayasan ini akan sesuai dengan visi dan misi Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur.

Dalam menjalankan programnya, Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini pernah mengalami krisis. Krisis dalam program yang pernah dialami oleh yayasan ini adalah tidak adanya pembicara pada saat program akan berlangsung. Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini harus tetap jalan walau tidak adanya pembicara. Hal ini diminimalisir dengan mengganti pembicara tersebut dengan pengurus Yayasan Kanker Indonesia yang juga berkompeten didalam bidang kanker.

Dari temuan data diatas, bahwa Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur memiliki tujuan organisasi. Tujuan tersebut adalah melaksanakan kegiatan dengan cara bidang promotif, preventif dan suportif. Selain itu juga bahwa Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur memiliki kebijakan organisasi. Kebijakan tersebut adalah membantu pemerintah dalam meningkatkan

pengetahuan, pemahaman dan kepedulian masyarakat dalam menanggulangi kanker. Dalam mencapai tujuan yang ada, Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur memiliki misi organisasi yaitu meningkatkan kepedulian masyarakat dalam penanggulangan kanker. Saat sebuah organisasi melakukan program, maka tidak akan pernah terhindar dari sebuah krisis yang ada. Pada saat Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini mengalami krisis organisasi, maka dari pihak manajemen akan menanggulangi krisis tersebut dan memiliki antisipasi tersendiri dalam mengatasi krisisnya.

#### **4.4.2 Aspek Organisasi**

Sejak tahun 2014, Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur mulai kembali mengadakan kegiatan. Hal yang dilakukan oleh Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini dalam memperingati *World Cancer Day* adalah kampanye. Namun di tahun 2016 ini dilakukan dengan cara mengadakan program penyuluhan dan motivasi kanker yang diikuti oleh para penderita kanker Rumah Singgah di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur.

Program yang diadakan di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini juga selalu diadakan dengan rutin. Tidak hanya program dalam rangka *World Cancer Day* di Bulan Februari, namun kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan oleh Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini. Sepertinya kegiatan sosialisasi ke para remaja penyuluhan kanker kepada masyarakat dan juga melakukan sosialisasi di kabupaten.

Program penyuluhan dan motivasi kanker di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini dilaksanakan pada tanggal 4 Februari 2016 tepat pada hari kanker sedunia atau *world cancer day*.

Dalam program penyuluhan dan motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur pada tahun 2016, tidak diketahui ada berapa peserta yang mengikuti program ini. Bila diikuti oleh semua penderita di rumah singgah Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini maka akan ada 34 peserta sesuai dengan data rumah singgah. Namun karena penderita kanker tergantung dengan kondisi sakit mereka, maka ada beberapa yang kondisinya tidak memungkinkan.

Program ini disetujui oleh ketua pelaksana harian dan sekretaris. Dua posisi ini yang terkait dengan seluruh kegiatan di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Bila *World Cancer Day* merupakan himbuan dari pusat yakni Jakarta dan setiap cabang melakukan kegiatan yang disesuaikan dengan kondisi Yayasan Kanker setempat.

Program penyuluhan dan motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia ini tidak menggunakan proposal program karena bersifat program ini bersifat internal. Dalam memperingati *World Cancer Day* tahun 2016, Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur memperingati hari tersebut. Kali ini dilakukan dengan yang berbeda dari sebelumnya yakni dengan mengadakan acara internal. Program yang diadakan adalah penyuluhan dan motivasi kanker untuk para penderita kanker di rumah singgah Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur tepat di tanggal 4 Februari 2015. Namun, terlepas dari kegiatan tersebut, Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur melakukan kegiatan lain seperti sosialisasi ke para remaja dan sosialisasi kepada masyarakat di kabupaten. Pada proses pelaksanaan program hingga setelah program, Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur tidak pernah melakukan evaluasi program.

#### 4.4.3 Aspek Komunikasi

Menurut hasil wawancara peneliti dengan Mas Deby selaku pembicara Program Penyuluhan dan Motivasi bahwa memang Kalbe mengisi acara pada Program *World Cancer*. Kalbe sendiri memiliki tujuan dan visi misi seperti membuat taraf hidup masyarakat Indonesia menjadi lebih baik sehingga Kalbe tidak hanya dipandang sebagai industri farmasi atau bidang kesehatan yang *profit minded* (hanya mencari keuntungan) tetapi juga membantu untuk membentuk masyarakat yang sehat. Kalbe juga memiliki kegiatan yang disebut Kalbe *Service Excellent* dimana yang didalamnya terdapat Program Penyuluhan dan Motivasi untuk kanker di Yayasan Kanker Indonesia.

Selain Program *World Cancer*, Kalbe sendiri ada program besar yang peduli pada pasien – pasien kanker seperti setiap bulan saling berbagi pada pasien kanker. Dan menurut Mas Deby kalau kanker adalah penyakit yang masih bisa disembuhkan dengan terapi obat, terapi nutrisi yang rutin dan masih ada harapan hidup. Memberi motivasi seperti saling menguatkan, saling membantu menjadi suatu kekuatan tersendiri sehingga pasien boleh semangat dan bisa melewati ini semua

Pada ulasan diatas terlihat bahawa setiap program yang dilakukan oleh Kalbe menjawab visi dari Kalbe yakni membuat taraf hidup masyarakat Indonesia itu lebih baik. Pihak Kalbe memberikan penyuluhan dan motivasi kepada para penderita kanker di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Pihak kalbe yang berperan sebagai pembicara ini mengatakan bahwa kanker merupakan penyakit yang masih bisa disembuhkan dengan terapi obat, terapi nutrisi rutin dan ada harapan hidup. Dan juga bisa untuk saling memberi motivasi seperti saling menguatkan, saling membantu menjadi suatu kekuatan pada penderita kanker.

#### 4.4.4 Aspek Umpan Balik

Menurut hasil wawancara peneliti dengan informan Lia Herawati selaku penyandang kanker bahwa tujuan atau sasaran informasi yang diberikan YKI (Yayasan Kanker Indonesia) Cabanag Jawa Timur ini kepada pasiennya yaitu berupa kegiatan bagi para pasien agar pasien tidak merasa jenuh dan menghibur.

Acara yang diadakan ini tujuannya untuk menghibur, membantu dan mengurangi stress. Acara yang diadakan oleh pihak YKI juga sesuai dengan kebutuhan para pasien karena bisa mengembangkan psikis setiap pasien dan tidak membebani pasien.

Menurut Lia Herawati program yang diadakan oleh YKI adalah program penyuluhan dan motivasi dari Kalbe Farma dimana acara tersebut untuk memberi motivasi, nilai – nilai asupan gizi dan menilai konsumsi makanan. Selain itu program yang diadakan tidak membebani dan menjawab kebutuhan.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan Lia Herawati bahwa sistem komunikasi dalam YKI dengan para staff masih melalui *door to door* dalam arti bertatap muka secara langsung kepada para staff ketika melakukan pemberitahuan.

Selain itu sistem komunikasi yang mereka lakukan juga tidak ada batasan atau jarak antara staff dengan pasien. Cara berkomunikasi di Yayasan Kanker Indoensia Cabang Jawa Timur ini seperti kekeluargaan dan tidak ada perbedaan.

Lia juga berharap setiap program yang diberikan lebih kepada memberi motivasi berupa suntikan emosi kepada pasien yang terkena kanker sehingga dia bisa bangkit dan semangat melawan sakit kankernya.

Dari hasil temuan data dalam aspek umpan balik terlihat bahwa informasi yang diberikan dalam program penyuluhan dan motivasi kanker memiliki tujuan atau sasaran informasi. Pihak Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini memberikan suatu kegiatan yang membuat pasien tidak merasa jenuh, mengurangi stress dan menghibur. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pun selalu sesuai dengan kebutuhan para penderita kanker di rumah singgah. Namun, para penderita lebih menginginkan sebuah kegiatan yang memberikan suntikan secara emosional dengan memberikan dorongan secara psikis.

## **Analisis dan Interpretasi**

### **Analisis Data Aspek Manajemen**

Andre Hardjana dalam bukunya *Audit Komunikasi*, aspek manajemen dalam audit komunikasi adalah pandangan dan kebijakan (Hardjana, 2000, p.146). Aspek manajemen ini membahas tentang berbagai pandangan dan kebijakan yang ada terutama dalam pandangan manajemen terhadap tugas dan kewajiban *Public Relations*.

Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur memiliki cara untuk mengantisipasi krisis yang terjadi. Didalam penelitian program ini tidak adanya krisis. Namun Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur menjelaskan bahwa adanya sebuah krisis di program yang berbeda. Krisis yang terjadi ini dilakukan dengan cara tetap melanjutkan kegiatan walau adanya kendala yang dihadapi. Seperti contohnya pembicara yang tidak bisa hadir, bisa digantikan dengan pembicara yang lain. Hal ini bisa diminimalisir karena para pengurus Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur berkompeten untuk memberikan materi karena para staff berkompeten dan siap untuk *membackup*. Menurut Hardjana (2000), pendapat pejabat atau manajer unit dapat mengungkapkan sikap masing-masing terhadap humas dan komunikasi internal organisasi. Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur juga melakukan kerjasama dengan pihak luar yang memungkinkan untuk mengantisipasi krisis dalam kegiatan.

Menurut teori yang ada seperti tertulis didalam buku *Crisis Public Relations* bahwa teori manajemen krisis umumnya didasarkan atas bagaimana menghadapi krisis, membuat keputusan di saat krisis dan memantau perkembangan krisis (Nova, 2009, p.142).

Dari ulasan diatas maka manajemen memiliki sikap keputusan yang tepat, yakni manajemen membuat sebuah keputusan pada saat krisis terjadi. Krisis tersebut tidak membuat manajemen bertindak acuh, namun memberikan jalan keluar dengan antisipasi yang sudah disiapkan oleh pihak manajemen yakni staff yang berkompeten didalam bidangnya.

### **Analisis Data Aspek Organisasi**

Program Penyuluhan dan Motivasi Kanker ini tidak pernah dilakukan evaluasi oleh pihak Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Sedangkan, menurut Smith (2002) Evaluasi terhadap program yang sedang atau telah dijalankan itu diperlukan guna untuk memperlihatkan nilai dari masing – masing kegiatan, sehingga pada akhirnya kegiatan tersebut layak untuk dijalankan atau diteruskan.

Aktivitas *Public Relations* memiliki empat elemen, yang disebut dengan RACE. Menurut John Marston bukunya *The Nature of Public Relations*,

menjelaskan bahwa RACE adalah *Research* (apa saja masalah atau situasinya), *Action* (apa yang akan dilakukan mengenai hal tersebut), *Communication* (bagaimana cara memberitahukan kepada publik), dan *Evaluation* (apa publik menerima informasi tersebut dan efeknya).

Selain itu juga, evaluasi dalam *Public Relations* adalah setiap dan semua penelitian yang dirancang untuk menentukan efektivitas relatif sebuah program, kegiatan atau strategi *Public Relations* dengan mengukur keluaran (*output*), dampak (*outcome*) program, kegiatan atau strategi itu berdasarkan sejumlah tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya (Iriantara, 2004, p.148). Sehingga evaluasi menjadi bagian penting dalam menjalankan sebuah program.

Berdasarkan ulasan di atas, peneliti melihat bahwa teori tersebut belum diterapkan oleh Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. *Public Relations* memiliki aktivitas yang harus dilakukan, salah satunya adalah evaluasi. Hal ini dibuktikan dari teori yang dikatakan oleh John Marston serta Smith (2002) bahwa setiap kegiatan *Public Relations* harus dievaluasi.

Evaluasi terhadap program yang sedang atau telah dijalankan adalah untuk memperlihatkan nilai dari masing – masing kegiatan, sehingga pada akhirnya kegiatan tersebut layak untuk dijalankan atau diteruskan. Menurut Shinkle (1994) pengukuran terhadap efektivitas humas atau program adalah satu- satunya cara untuk membuktikan bahwa humas penting bagi organisasi. Evaluasi dapat dikatakan sebagai suatu usaha atau kegiatan untuk menentukan nilai suatu program atau kegiatan (Putra, 1999, p.70).

Iriantara (2004) mengutip dari Steele yang menyatakan bahwa evaluasi merupakan proses penilaian secara sistematis tentang nilai, tujuan efektivitas atau ketepatan sesuatu berdasarkan kriteria dan tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Artinya, dalam evaluasi itu kita memberi makna, tujuan, efektivitas atau kesesuaian program dengan acuan pada dua hal yakni standar atau kriteria dan tujuan.

Dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber, ternyata program penyuluhan dan motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ini belum pernah dilakukan evaluasi. Hal ini menunjukkan adanya titik rawan dalam program ini. Karena dalam setiap program dengan tujuannya masing-masing perlu adanya evaluasi untuk mengetahui keberhasilan program apakah sesuai dengan tujuan dan acara yang direncanakan.

Pembahasan di atas terdapat titik rawan yang keluar. Titik rawan yang ada adalah tidak adanya evaluasi yang dilakukan. Evaluasi yang tidak berjalan ini akan mengakibatkan pada aspek-aspek yang lain. Sehingga bisa saja muncul titik rawan pada aspek yang lainnya. Organisasi memegang titik penting dalam jalannya sebuah program yang ada. Bila dalam pihak atasan tidak melakukan evaluasi maka bisa dilihat akan munculnya calon masalah secara keseluruhan.

### **Analisis Data Aspek Komunikasi**

Didalam aspek komunikasi terlihat bahwa program ini berfokus untuk mempengaruhi penderita kanker yang berada di rumah singgah Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Cara yang dilakukan untuk dapat mempengaruhi penderita kanker yaitu memberikan semangat pada pasien agar pasien tidak merasa putus asa dengan penyakitnya, melainkan kanker merupakan penyakit yang bisa disembuhkan. Selain itu, melalui program ini Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur ingin mengajak para penderita kanker untuk lebih

menghargai hidup dengan cara memotivasi untuk hidup sehat. Sesuai dengan *theory of reasoned action* dalam Buku Metode Penelitian Untuk *Public Relations* (Rachmat, 2014, p.126) yang memiliki kontribusi untuk memahami teori persuasi dan motivasi manusia. Teori tersebut menggambarkan bagaimana tindakan-tindakan dilakukan dari perilaku yang bertujuan untuk bertindak dalam satu cara dari pada beberapa cara lainnya. Melalui diri sendiri atau orang lain, seseorang membuat pilihan dan bertindak.

Didalam program ini pun terdapat kegiatan yang menjadi wadah para penderita kanker agar bisa berkumpul dan saling memberi semangat antar sesama penderita kanker. Di dalam wadah ini, sesama penderita kanker saling menguatkan sehingga menjadi kekuatan tersendiri bagi mereka agar bisa bertahan untuk menghadapi penyakit mereka. Tujuan utama *Public Relations* adalah meyakinkan publik-publik yang menjadi sasaran organisasinya untuk mengadopsi sikap, opini atau perilaku tertentu (Rachmat, 2014, 117).

Dari ulasan diatas, peneliti melihat bahwa persuasi dan motivasi itu dapat membuat penderita kanker menentukan pilihan dan bertindak. Selain itu melalui program ini dapat memberikan semangat pada pasien agar pasien tidak merasa putus asa dengan penyakitnya, melainkan para pasien dapat memahami bahwa kanker merupakan penyakit yang bisa disembuhkan, dan juga melalui program ini pasien diajak untuk dapat hidup sehat. Didalam program ini pula terdapat wadah yang bertujuan untuk membantu antar pasien bisa menguatkan satu dengan yang lainnya.

Didalam aspek komunikasi ini memberikan pesan dalam sosialisasi yakni meminum obat dan pemberian nutrisi serta hidup sehat. PT Kalbe Farma memiliki waktu 60 menit untuk memberikan penyuluhan dan motivasi. Tidak pernah adanya perubahan pembicara disetiap programnya. Adanya kerjasama yang dilakukan oleh pihak Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur dengan PT Kalbe Farma. Dari hal ini bisa jadi bahwa terjadinya kebosanan dalam pemilihan pembicara dan isi pesan yang diberikan. Secara tidak langsung bahwa pihak PT Kalbe Farma akan menjual produk dari perusahaannya. Sehingga bisa dikatakan ada fokus yang bercabang dalam menjawab tujuan yang ada.

#### **Analisis Data Aspek Umpan Balik**

Dalam aspek umpan balik terlihat menghibur, membantu dan mengurangi stress. Seperti teori yang dikatan dalam bahwa adanya tujuan atau sasaran yang diberikan oleh pihak Yayasan Kanker Indoensia Cabang Jawa Timur kepada pasiennya yakni berupa kegiatan, agar pasien tidak merasa jenuh ketika berobat di Rumah Sakit. Program yang diadakan ini bertujuan untuk buku Metode Penelitian untuk *Public Relations* mengataka bahwa salah satu tujuan utama *Public Relations* adalah meyakinkan publik-publik yang menjadi sasaran organisasinya untuk mengadopsi sikap, opini atau perilaku tertentu (Rachmad, 2014 ,p.117).

Berdasarkan ulasan diatas, peneliti melihat bahwa teori diatas tersebut memang diterapkan di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Penerapan tersebut dapat dilihat dari pernyataan yang diutarakan oleh Lia selaku penderita kanker yang mengikuti program penyuluhan dan motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur pada Bulan Februari 2016 lalu. Program yang dijalankan tersebut dapat merubah perilaku pasien seperti mengurangi stress. Berkurangnya stress menadakan adanya perubahan perilaku tertentu pada pasien

kanker yang datang di program penyuluhan dan motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur yang merupakan penghuni rumah singgah.

Komunikasi yang terjalin antara para penderita kanker dengan pengurus Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur juga baik, karena diantara mereka komunikasi yang terjalin seperti kekeluargaan. Seperti hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*). Khalayak atau publik adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal maupun eksternal (Jefkins, 2003, p.80). Pelanggan merupakan aspek penitng dalam organisasi, tanpa pelanggan maka perputaran organisasi tidak akan efektif dan efisien. Pelanggan adalah raja, merupakan ungkapan yang tepat untuk menunjukkan pentingnya pelanggan. Hubungan yang harus dibina oleh humas (*PR*) seperti publikasi, *event*, berita pendekatan komunikasi konsumen, mencitrakan, serta program-program yang menyangkut *social responsibility* (Anggoro, 2001, p.71).

Dari aspek ini dapat dilihat bahwa program ini berhasil atau tidak dilihat dari setiap respon yang keluar dari aspek umpan balik. Karena adanya titik rawan yang dilihat dari aspek lain sehingga ada respon yang keluar dari aspek umpan balik. Terlihat bahwa adanya kebosanan pembicara dari sudut umpan balik. Titik rawan yang keluar adalah bahwa umpan balik membutuhkan dorongan semangat motivasi yang lebih banyak dan bukan tentang obat.

## Simpulan

### Kesimpulan

Berdasarkan temuan data dan analisis penelitian, diperoleh kesimpulan yaitu Program Penyuluhan dan Motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur dalam memperingati *World Cancer Day* 2016 berjalan dengan baik namun didalam penelitian ini peneliti menemukan titik-titik rawan dari program ini. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan audit mini komunikasi yang mengelompokkan data menjadi empat aspek utama. Aspek tersebut adalah aspek manajemen, organisasi, komunikasi dan umpan balik.

Pada aspek manajemen, dianalisis tentang pandangan dan kebijakan penanganan krisis yang dilakukan oleh pihak Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Ditemukan bahwa manajemen memiliki pandangan yang sama dengan *Public Relations* tentang penanganan manajemen krisis yang harus dijalankan. Bahwa pada saat terjadinya suatu krisis maka pihak manajemen harus mengambil sebuah keputusan.

Dalam aspek organisasi, dibahas tentang evaluasi sebuah program. Apa yang dilakukan organisasi setelah selesainya program tidak memiliki pandangan yang sama dengan *Public Relations*. Di dalam fungsi *Public Relations* mengatakan bahwa *Public Relations* harus melakukan evaluasi. Sehingga dapat dilihat bahwa titik rawan dalam menjalankan program ini adalah tidak adanya evaluasi program yang dilaksanakan oleh Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur.

Selain itu, aspek komunikasi membahas tentang isi pesan dari program penyuluhan dan motivasi kanker ini. Dalam program ini dilihat dari aspek komunikasi bahwa program ini berfokus untuk mempresuasi penderita kanker di

rumah singgah Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur yang diharapkan adanya perubahan sikap dari penderita kanker yang mengikuti program ini. *Public Relations* memiliki tujuan yakni meyakinkan publik-publik yang menjadi sasaran organisasinya untuk mengadopsi sikap, opini atau perilaku tertentu. Dalam hal ini aspek manajemen dan pandangan *Public Relations* memiliki kesamaan.

Aspek terakhir adalah aspek umpan balik, yang membahas tentang hasil dari program penyuluhan dan motivasi kanker. Aspek ini dilihat dari tanggapan peserta yang diikuti oleh penderita kanker rumah singgah Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur. Program yang diadakan tersebut menjawab kebutuhan para penderita kanker. Dimana *Public Relations* memiliki tujuan dalam meyakinkan publik-publik yang menjadi sasaran organisasinya untuk mengadopsi sikap, opini atau perilaku tertentu.

### **Rekomendasi**

Peneliti menyimpulkan beberapa evaluasi dan memberikan rekomendasi serta saran terkait dengan audit mini program penyuluhan dan motivasi kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur.

1. Dalam setiap program dilakukannya evaluasi agar mengurangi kesalahan dan mengurangi krisis yang terjadi sehingga kegiatan yang dilaksanakan bisa menjadi efektif dan efisien.
2. Pihak Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur melakukan riset sehingga dapat memenuhi kebutuhan para penyandang kanker didalam rumah singgah agar dapat lebih lancar dan tepat sasaran.
3. Pemilihan pembicara dan isi pesan yang disampaikan menjadi bagian yang penting dalam sebuah program. Bilamana informasi yang diberikan selalu sama dalam setiap sosialisasi, maka akan terjadi kebosanan terhadap peserta yang mengikutinya mengingat bahwa peserta bisa mengikuti program yang sejenis selama peserta tinggal di rumah singgah Yayasan Kanker Indonesia.
4. Akan lebih baik dalam program penyuluhan dan motivasi yang akan diadakan mendatang lebih membahas tentang suntikan secara psikis serta dorongan semangat dari pada membahas masalah obat-obatan untuk menyembuhkan penyakit kanker. Hal ini diutarakan secara langsung oleh informan umpan balik pada saat wawancara.

## **Daftar Referensi**

- Andre Hardjana. (2000). *Audit Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo.
- Bungin, Burhan H.M. (2007). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu social*. Jakarta: Kencana Prenama Media Group.
- Botan, Carl.H., & Vincent Hazleton. (2006). *Public Relations Theory II*. United State of America: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Grunig, James E. (1992). *Excellence in Public Relations and Communications Management*. USA: Lawrence Earlbaum.
- Jeffkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Newsom, D., et al. (2004). *This is PR: The realities of public relations* (8th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Rakhmat, Jalaludin. (2014). *Metode Penelitian Untuk Public Relations* (Edisi Revisi). Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.