

BAB V

PENUTUP

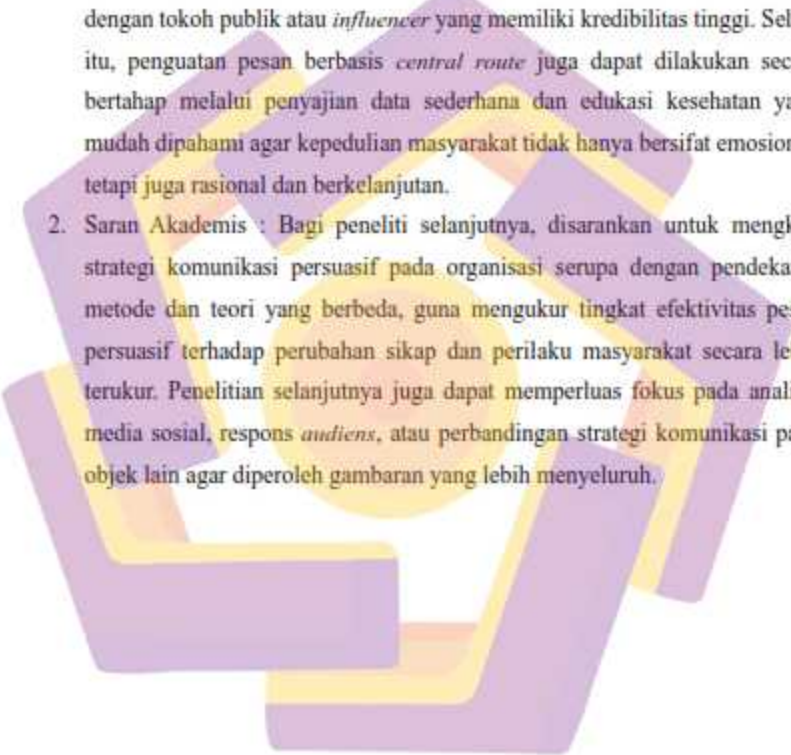
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi komunikasi persuasif YKAKI Yogyakarta dalam meningkatkan kepedulian publik terhadap anak penderita kanker, dapat disimpulkan bahwa YKAKI Yogyakarta menerapkan pendekatan komunikasi yang bersifat humanis, emosional, dan partisipatif. Strategi komunikasi persuasif yang digunakan berfokus pada upaya mengubah persepsi masyarakat yang sebelumnya penuh stigma terhadap kanker anak menjadi pemahaman yang lebih rasional dan optimistis melalui penyampaian pesan edukatif, penekanan pada harapan kesembuhan, serta kehadiran survivor anak penderita kanker dan tenaga medis sebagai komunikator yang kredibel. Pola komunikasi dua arah yang diterapkan dalam kegiatan penyuluhan, baik secara *offline* maupun *online*, memungkinkan terjadinya interaksi aktif antara komunikator dan *audiens* sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterima.

Berdasarkan analisis menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM), strategi komunikasi YKAKI Yogyakarta lebih dominan memanfaatkan *peripheral route* dengan menekankan aspek emosional dan kredibilitas sumber, namun tetap dilengkapi dengan *central route* melalui penyampaian informasi medis sederhana mengenai gejala dini dan pencegahan kanker anak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh YKAKI Yogyakarta efektif dalam membangun kesadaran, mengurangi stigma, serta meningkatkan kepedulian publik terhadap anak penderita kanker.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menyarankan agar penelitian lebih lanjut dilakukan untuk mengeksplorasi aspek-aspek yang belum terjangkau. Oleh karena itu, peneliti menyarankan dua hal seperti berikut :

- 
1. **Saran Praktis** : Bagi YKAKI Yogyakarta, disarankan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi persuasif yang telah diterapkan dengan memperluas jangkauan *audiens*, khususnya masyarakat umum yang belum memiliki kedekatan dengan isu kanker anak. YKAKI dapat meningkatkan pemanfaatan media digital secara lebih terstruktur, seperti pembuatan konten edukatif yang konsisten, visual *storytelling*, serta kampanye kolaboratif dengan tokoh publik atau *influencer* yang memiliki kredibilitas tinggi. Selain itu, penguatan pesan berbasis *central route* juga dapat dilakukan secara bertahap melalui penyajian data sederhana dan edukasi kesehatan yang mudah dipahami agar kepedulian masyarakat tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga rasional dan berkelanjutan.
 2. **Saran Akademis** : Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji strategi komunikasi persuasif pada organisasi serupa dengan pendekatan metode dan teori yang berbeda, guna mengukur tingkat efektivitas pesan persuasif terhadap perubahan sikap dan perilaku masyarakat secara lebih terukur. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas fokus pada analisis media sosial, respons *audiens*, atau perbandingan strategi komunikasi pada objek lain agar diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh.