

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi Persuasif

Prof. Drs. H. A. W. Widjaja mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai upaya untuk mengajak orang lain agar bertindak sesuai dengan harapan komunikator. Proses ini dilakukan dengan cara membujuk secara halus, tanpa paksaan atau kekerasan.

Tujuan utama komunikasi persuasif adalah mendorong perubahan sikap, pendapat, dan perilaku komunikan secara sukarela, bukan karena terpaksa. (Ngalimun, 2020).

Webster (dalam Sandell, 1977) menjelaskan bahwa persuasi adalah cara untuk mempengaruhi pikiran seseorang melalui argumentasi dan alasan. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan yang erat antara komunikasi persuasif dan argumentasi. Argumentasi sendiri merupakan upaya untuk membuktikan kebenaran melalui penalaran yang logis.

Keberhasilan komunikasi persuasif ditentukan oleh faktor motivasional dan hubungan sebab-akibat yang disampaikan dalam argumentasi. Sikap individu atau kelompok yang menjadi target persuasi terdiri dari tiga komponen:

Kognitif: tingkat pengetahuan individu terhadap objek yang diperkenalkan.

Afektif: perasaan suka atau tidak suka individu terhadap objek.

Konatif: tindakan yang dilakukan individu terhadap objek.

Komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai proses penyampaian rangsangan, biasanya berupa pesan verbal, yang bertujuan untuk mempengaruhi, mengubah pandangan, sikap, dan perilaku orang lain atau kelompok dengan cara membujuk. Melalui komunikasi persuasif, komunikator berupaya membuat komunikan bertindak sesuai dengan keinginannya, namun dengan kesan bahwa tindakan tersebut dilakukan atas kemauan sendiri (E.A., 2002)..

H.A.W. Widjaja berpendapat bahwa persuasi bukan sekadar membujuk atau merayu, tetapi merupakan teknik yang mempengaruhi aspek psikologis dan sosiologis seseorang.

Oleh karena itu, seorang persuader (komunikator) harus mampu memahami kondisi audiens yang dihadapinya.

Kata persuasif merupakan istilah lain dari persuasi (persuasion) yang berasal dari kata Latin "persuasio". Kata kerjanya adalah "persuadere" yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Sastroputro mendefinisikan persuasi sebagai bentuk komunikasi sosial yang menerapkan teknik atau metode tertentu, sehingga dapat mendorong individu untuk bersedia melakukan sesuatu dengan sukarela, tanpa merasa terpaksa oleh pihak manapun. Dari kedua definisi tersebut, istilah komunikasi persuasif dapat dipahami sebagai aktivitas yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan melibatkan aspek psikologis dari komunikan, sehingga komunikan tersebut secara sadar melakukan tindakan berdasarkan kehendaknya sendiri. Dalam konteks pendidikan, komunikasi persuasif berfokus pada aspek psikologis siswa untuk membangkitkan kesadaran mereka dalam belajar demi masa depan dan cita-cita bangsa Indonesia. Oleh karena itu, seorang komunikator, dalam hal ini guru, perlu membekali diri dengan teori-teori komunikasi persuasif agar dapat berfungsi sebagai komunikator yang efektif.

Komunikasi persuasif dirancang untuk menghasilkan dampak tertentu pada penerima pesan, misalnya dengan mengubah perilaku atau kebiasaan mereka. Perubahan ini bisa mencakup tindakan, opini, atau cara pandang komunikan terhadap komunikator. Djameluddin (1997:40) menjelaskan bahwa persuasi adalah proses penyampaian pesan secara halus yang mengharapkan respon, baik verbal maupun nonverbal, dari komunikan. Tujuannya adalah untuk secara perlahan mendorong komunikan agar bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Hal ini sejalan dengan pandangan Ronald L.A. dan Karl W.E. Anatol (dalam Dedy D. Malik & Yosol Iriasantara, 1994:51) yang menekankan pentingnya proses komunikasi yang dinamis dalam persuasi. Komunikator berusaha untuk membangun koneksi dengan komunikan dan secara bertahap membimbing mereka untuk menerima pesan dan mengubah perilaku mereka. “Persuasif adalah sebuah proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok untuk memperoleh (secara sengaja atau tidak sengaja) suatu respon tertentu dan individu atau kelompok lain secara verbal dan non verbal serta dilakukan secara halus dan manusiawi sehingga komunikan bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati”. Hal tersebut juga sependapat dengan Suranto A.W. (2005:116) yang menyatakan bahwa: “Persuasif merupakan proses komunikasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang dengan menggunakan pesan secara verbal maupun nonverbal, yang dilakukan dengan cara membujuk”.

Komunikasi persuasif merupakan proses interaktif antara komunikator dan komunikan, di mana komunikator menyampaikan pesan berupa ide, gagasan, atau perilaku dengan tujuan memengaruhi

komunikasikan. Pengaruh ini dapat berupa dorongan untuk melakukan sesuatu, perubahan sikap dan perilaku, atau perubahan cara pandang.

Komunikasi persuasif yang efektif akan membuat komunikasikan merasa tergerak untuk mengikuti keinginan komunikasikan. Contohnya, ketika orangtua secara konsisten mengajarkan anaknya untuk sholat tepat waktu dan belajar Al-Qur'an dengan menekankan kebahagiaan akhirat sebagai motivasi, anak akan terdorong untuk melakukannya. Pesan tersebut disampaikan dengan cara yang persuasif sehingga anak memahami pentingnya ibadah dan merasa termotivasi untuk membahagiakan orangtua mereka.

Komunikasi persuasif memang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi dan mengubah. Ia bukan sekadar penyampaian pesan, tetapi juga seni untuk "merayu" audiens agar menerima dan mengikuti apa yang disampaikan. Seperti yang dijelaskan dalam paragraf tersebut, komunikasi persuasif adalah proses di mana seorang komunikasikan berusaha menanamkan ide, gagasan, atau perilaku tertentu kepada komunikasikan dengan tujuan untuk mengubah sikap, tingkah laku, atau cara pandang mereka.

Kekuatan komunikasi persuasif terletak pada kemampuannya untuk menyentuh aspek emosional dan rasional audiens. Seorang komunikasikan yang handal tidak hanya menyampaikan argumen yang logis, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan audiens, menunjukkan empati, dan menciptakan rasa percaya. Dengan demikian, pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima dan diresapi.

Contoh yang diberikan dalam paragraf tersebut, yaitu orangtua yang mengajarkan anaknya untuk sholat dan mengaji, merupakan ilustrasi yang tepat mengenai komunikasi persuasif.

Orang tua tidak hanya menyampaikan perintah, tetapi juga menanamkan keyakinan bahwa dengan melaksanakan ibadah tersebut, anak akan mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pesan tersebut disampaikan dengan penuh kasih sayang dan kepedulian, sehingga anak merasa termotivasi untuk mematuhi.

Komunikasi persuasif dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari lingkungan keluarga, pendidikan, sosial, hingga politik dan bisnis. Dalam dunia pendidikan, guru menggunakan komunikasi persuasif untuk membangkitkan minat belajar siswa. Dalam dunia politik, politisi menggunakannya untuk mempengaruhi pemilih. Sementara itu, dalam dunia bisnis, pemasar menggunakan komunikasi persuasif untuk memengaruhi konsumen agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Efektivitas komunikasi persuasif bergantung pada berbagai faktor, di antaranya kredibilitas komunikator, pesan yang disampaikan, saluran komunikasi yang digunakan, dan karakteristik audiens. Komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi, misalnya karena keahlian, pengalaman, atau reputasi yang baik, akan lebih mudah meyakinkan audiens. Pesan yang jelas, logis, dan relevan dengan kebutuhan audiens juga akan lebih mudah diterima.

Selain itu, pemilihan saluran komunikasi yang tepat juga sangat penting. Misalnya, untuk menyampaikan pesan yang kompleks, komunikasi tatap muka mungkin lebih efektif dibandingkan komunikasi tertulis. Namun, untuk menjangkau audiens yang luas, media sosial atau televisi dapat menjadi pilihan yang lebih tepat.

Karakteristik audiens juga turut mempengaruhi efektivitas komunikasi persuasif. Seorang komunikator perlu memahami latar

belakang, nilai-nilai, kebutuhan, dan keinginan audiens agar dapat menyampaikan pesan yang sesuai dan mengena. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang mampu menyesuaikan diri dengan karakteristik audiens.

Dalam praktiknya, komunikasi persuasif tidak selalu berjalan mulus. Ada kalanya audiens menolak pesan yang disampaikan, baik karena tidak sepakat dengan isi pesan, tidak percaya pada komunikator, atau memiliki kepentingan yang berbeda. Oleh karena itu, seorang komunikator perlu memiliki kemampuan untuk menangani penolakan, menjawab pertanyaan, dan mengatasi keberatan dengan bijak.

Meskipun demikian, komunikasi persuasif tetap merupakan alat yang sangat berharga dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan menggunakan komunikasi persuasif secara efektif, kita dapat mempengaruhi orang lain untuk berpikir, bersikap, dan bertindak sesuai dengan harapan kita. Tentu saja, penggunaan komunikasi persuasif harus didasari oleh niat yang baik dan etika yang luhur. Tujuannya adalah untuk menciptakan kemaslahatan bersama, bukan untuk memanipulasi atau merugikan orang lain.

Dengan memahami prinsip-prinsip komunikasi persuasif dan menerapkannya secara bijak, kita dapat meningkatkan kemampuan berkomunikasi, membangun hubungan yang positif, dan mencapai tujuan yang diinginkan.

2.2 Teknik Komunikasi Persuasif

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi* memaparkan lima teknik komunikasi persuasif yang dapat digunakan untuk mempengaruhi audiens.

- Pertama, teknik asosiasi yang menghubungkan pesan dengan sesuatu yang sedang populer atau menarik perhatian khalayak.
- Kedua, teknik integrasi, di mana komunikator mencoba menyatukan diri dengan komunikan, menciptakan kesamaan dan kedekatan (DeVito, 2011).
- Ketiga, teknik ganjaran yang menawarkan imbalan atau janji menguntungkan kepada komunikan.
- Keempat, teknik tataan atau *icing technique* yang mengemas pesan dengan sentuhan emosional untuk menarik perhatian komunikan.
- Terakhir, teknik *red-herring* yang mengalihkan perhatian dari argumen lemah dan memfokuskan pada aspek yang lebih dikuasai komunikator.

Komunikasi persuasif yang efektif mengutamakan pendekatan yang lembut, halus, dan fleksibel agar siswa terdorong untuk melaksanakan pesan yang disampaikan guru secara sukarela.

Onong Uchjana Effendy menjelaskan tahapan komunikasi persuasif yang dikenal sebagai A-A procedure atau *from attention to action procedure*, yang terdiri dari formula AIDDA, yaitu:

- * Attention (perhatian): menarik perhatian komunikan (siswa) melalui pemilihan kata-kata yang menarik dan penampilan fisik yang simpatik.
- * Interest (minat): menumbuhkan minat komunikan terhadap pesan yang disampaikan.
- * Desire (hasrat): memunculkan hasrat atau keinginan komunikan untuk bertindak melalui ajakan atau bujukan.
- * Decision (keputusan): mendorong komunikan untuk mengambil keputusan untuk bertindak.

* Action (tindakan): merealisasikan keputusan menjadi tindakan nyata.

Imbauan emosional dari komunikator pada tahap desire sangat penting agar komunikan termotivasi untuk mengambil keputusan dan melaksanakan tindakan sesuai harapan komunikator.

2.3 Perkembangan Pada Anak-Anak

Penggunaan handphone yang berlebihan pada anak usia dini dapat menimbulkan berbagai dampak negatif. Anak-anak yang terlalu banyak menghabiskan waktu dengan handphone cenderung menjadi emosional, pemberontak, dan malas mengerjakan rutinitas sehari-hari.

Mereka bahkan bisa menjadi sangat tergantung pada handphone hingga mengabaikan hal-hal penting lainnya, seperti makan dan bersosialisasi.

Selain itu, penggunaan handphone yang berlebihan juga dapat menurunkan konsentrasi belajar dan meningkatkan risiko terpapar konten yang tidak sesuai dengan usia mereka.

Hal ini dapat berdampak pada perkembangan psikologis anak, misalnya menimbulkan krisis percaya diri dan menghambat perkembangan fisik mereka.

Oleh karena itu, peran aktif orangtua sangat dibutuhkan. Orangtua tidak boleh mengandalkan handphone sebagai pengganti interaksi dan pendampingan.

Penting bagi orangtua untuk mengontrol penggunaan handphone pada anak, serta lebih sering mengajak anak berkomunikasi dan melakukan aktivitas di luar ruangan.

Pada usia 6-12 tahun, anak-anak sedang aktif-aktifnya meniru dan mengembangkan imajinasi. Orangtua perlu mendampingi dan membimbing mereka agar dapat tumbuh dan berkembang secara optimal.

2.4 Pengertian Orang Tua

Dalam berkomunikasi dengan anak usia dini (6 - 12 tahun), orangtua tidak selalu menggunakan ajakan langsung. Mereka seringkali menerapkan komunikasi persuasif jenis ganjaran (*pay-off idea*) dengan menawarkan hal-hal menarik atau menjanjikan sebuah harapan.

Setiap anak akan tumbuh dan berkembang di dalam keluarga maupun lingkungan alam sekitar memiliki pengalaman yang berbeda-beda serta akan berpengaruh kuat terhadap kehidupan selanjutnya. Pengalaman tersebut akan bertahan lama, bahkan tidak dapat terhapuskan walaupun bisa tertutupi tetapi hanya bersifat sementara. Jika suatu saat ada stimulasi yang memancing pengalaman hidup yang pernah dialami maka akan muncul kembali walau dalam bentuk yang berbeda dampaknya tersebut.

★ Anak usia dini ini, yaitu anak yang mengalami perkembangan dalam tahap mengeksplor, berimajinasi dan berinteraksi langsung dengan lingkungan sekitarnya. Anak usia dini memiliki kebiasaan yang cenderung senang dengan hal-hal yang baru yang didapatnya melalui kreativitas serta aktivitas bermain (Pebriana, 2017).

Misalnya, saat mengajarkan pentingnya sholat 5 waktu, orangtua akan menjelaskan bahwa anak yang rajin sholat akan mendapatkan pahala dan masuk surga. Penjelasan ini disesuaikan dengan pemahaman anak sehingga mereka memaknai sholat

sebagai kegiatan yang baik dan bermanfaat (Asmaai, 2019). Dengan cara ini, orangtua secara tidak langsung menanamkan nilai-nilai religius pada anak sejak usia dini.

Anak-anak yang berusia lebih muda cenderung memiliki pemikiran yang masih polos dan mudah menerima apa yang disampaikan oleh orangtua mereka. Mereka belum banyak terpapar informasi dan pengalaman sehingga cenderung mengikuti arahan orangtua tanpa banyak bertanya.

Dalam konteks ini, komunikasi persuasif menjadi lebih mudah diterapkan. Sebagai contoh, ketika orangtua mengajak anak untuk sholat, mereka akan lebih mudah menerima dan melaksanakannya. Hal ini dikarenakan persepsi mereka terhadap informasi yang disampaikan orangtua masih sangat murni dan belum dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal.

Komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam membentuk perilaku disiplin beribadah anak. Orangtua dapat menggunakan komunikasi persuasif untuk membangkitkan minat anak dalam belajar agama Islam dan mendorong keinginan mereka untuk belajar.

Dengan menanamkan nilai-nilai Islam sejak dini, orangtua dapat menciptakan ikatan yang kuat dengan anak dan meningkatkan kepercayaan diri mereka. Penting bagi orangtua untuk mendidik dan mengedukasi anak dengan cara yang tepat, misalnya dengan menanamkan pemahaman tentang makna ibadah sejak usia dini.

Dengan membiasakan anak sholat sejak kecil, diharapkan mereka tidak merasa terbebani dan melaksanakan ibadah dengan penuh kesadaran.

Seiring bertambahnya usia, persepsi dan pemahaman anak terhadap sesuatu akan semakin berkembang. Mereka mulai mampu menyaring dan memilih sikap dalam merespon informasi yang diterima. Pemahaman mereka tentang ibadah pun akan mengalami perubahan.

Ketika anak mulai berinteraksi dengan dunia luar dan terpapar berbagai pengaruh, termasuk yang kurang baik, menghadapi mereka akan menjadi tantangan tersendiri bagi orangtua. Komunikasi yang efektif menjadi kunci dalam mengarahkan anak.

Penting bagi orangtua untuk memahami karakter setiap anak karena teknik komunikasi yang berhasil pada satu anak belum tentu efektif pada anak lainnya. Komunikasi persuasif memang bermanfaat, namun tidak selalu menjadi satu-satunya cara dalam membentuk karakter anak, terutama dalam menumbuhkan kedisiplinan beribadah.

Orangtua perlu membangun kedekatan dan komunikasi persuasif yang baik dengan anak. Pendekatan personal dan motivasi yang diberikan secara bertahap akan lebih efektif dalam membimbing anak.

2.5 Komunikasi Konformitas dan *Conversation*

Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Sedangkan menurut Kiesler dalam Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju norma kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau yang dibayangkan.

Konformitas yaitu bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.

Sementara menurut David O'Sears, Konformitas adalah bila seseorang menampilkan perilaku tertentu karena setiap orang lain menampilkan perilaku tersebut. Cialdini dan Gold Stein, mengungkapkan konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain. Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa konformitas adalah sebuah perubahan perilaku dan sikap karena pengaruh sosial atau sebagai hasil dari tekanan kelompok baik nyata maupun yang dibayangkan.

2.6 Handphone

Handphone / Handphone dapat dipandang sebagai komputer mini yang memiliki fungsi dan kemampuan layaknya komputer. Beberapa orang mendefinisikannya sebagai telepon genggam dengan sistem operasi yang memungkinkan penggunaan berbagai aplikasi.

Namun, ada juga yang melihatnya hanya sebagai telepon dengan fitur tambahan seperti email, internet, permainan, dan kemampuan membaca buku elektronik (*ebook*).

2.6.1 Dampak Positif Dan Negatif Handphone

Handphone memang memberikan dampak positif, terutama dalam memudahkan komunikasi. Kehadirannya sangat membantu dalam dunia pendidikan, memungkinkan komunikasi yang lancar antara guru, pelajar, orangtua, dan anak.

Berbagai aplikasi komunikasi seperti *WhatsApp*, *Line*, dan *Gmail* tersedia dengan mudah. Selain itu, *Handphone* juga

menyediakan akses ke berbagai informasi dan sumber belajar, memudahkan pelajar dalam mengerjakan tugas kapan saja dan di mana saja.

Fitur dan aplikasi dalam Handphone memudahkan dalam mencari informasi, meningkatkan pengetahuan, dan meningkatkan prestasi akademik. *Search engine* seperti *Google* dan *Yahoo* membantu dalam mengakses dan memverifikasi informasi.

Penggunaan *Handphone* juga meningkatkan kenyamanan belajar. Dibandingkan harus pergi ke perpustakaan, *Handphone* memberikan akses informasi yang lebih cepat dan efisien. Hal ini menghemat waktu dan memungkinkan pelajar untuk belajar dan berkomunikasi secara bersamaan. Sayangnya, di balik manfaatnya, *Handphone* juga memiliki dampak negatif. Penggunaan *Handphone* yang berlebihan dapat merusak kesehatan mata. Ketika mata terus-menerus fokus pada layar kecil, mata akan menjadi lelah, kering, dan bahkan berisiko mengalami infeksi.

Selain itu, postur tubuh juga dapat terpengaruh. Seorang ahli fisioterapi, Kristen Lord, menjelaskan bahwa kebiasaan melihat *Handphone* dapat berdampak negatif pada leher dan pundak.

Meskipun sering dianggap sebagai alat bantu belajar, pada kenyataannya *Handphone* justru dapat mengganggu jam belajar anak. Alih-alih fokus belajar, anak-anak cenderung teralih oleh berbagai fitur dan aplikasi yang ada di *Handphone*.

2.7 Teknik Komunikasi Ganjaran

Teknik Komunikasi Ganjaran adalah teknik yang digunakan untuk mempengaruhi komunikan dengan cara mengiming-ngiming hal yang menguntungkan bagi komunikan atau menjanjikan harapan bagi komunikan jika ingin mengikuti keinginan dari komunikator.

Teknik Komunikasi Ganjaran adalah pendekatan yang efektif dalam mempengaruhi komunikan dengan menawarkan imbalan atau keuntungan tertentu yang dirancang untuk menarik perhatian dan minat mereka. Dalam teknik ini, komunikator berperan sebagai pihak yang memberikan dorongan positif kepada komunikan dengan menjanjikan sesuatu yang menguntungkan apabila komunikan bersedia mengikuti arahan, saran, atau keinginan yang disampaikan. Pendekatan ini sering digunakan dalam berbagai konteks, seperti persuasi dalam pemasaran, pendidikan, atau bahkan komunikasi interpersonal sehari-hari. Janji ganjaran yang diberikan bisa berupa materi, penghargaan, pengakuan, atau bahkan harapan yang bersifat emosional, tergantung pada apa yang dianggap bernilai oleh komunikan.

2.8 Komunikasi *Family Relationship*

Komunikasi *Family Relationship* memainkan peran penting dalam pembentukan konsep diri remaja. Komunikasi yang efektif, seperti memberikan ruang untuk remaja mengekspresikan diri, menghargai pendapat mereka, dan menciptakan lingkungan yang harmonis, dapat membantu remaja merasa diterima dan dihargai. Sebaliknya, komunikasi yang tidak efektif sering kali menyebabkan remaja memiliki konsep diri yang negatif, yang dapat berujung pada perilaku menyimpang atau gangguan psikologis. Konsep diri dibangun melalui interaksi individu dengan orang-orang terdekat dan pengalaman unik dalam kehidupannya.

Pada masa remaja, perubahan fisik, emosional, dan sosial menjadi tantangan utama dalam pembentukan konsep diri. Remaja cenderung sangat memperhatikan penampilan fisik dan sering merasa tidak puas dengan tubuh mereka. Ketidakpuasan ini, jika tidak diimbangi dengan komunikasi dan dukungan keluarga yang baik, dapat memperburuk persepsi diri mereka. Faktor lingkungan, termasuk hubungan keluarga yang tidak harmonis dan kurangnya komunikasi yang mendukung, sering kali memperburuk kondisi ini, menyebabkan remaja merasa rendah diri, tidak percaya diri, dan sulit menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya.

Keluarga memiliki tanggung jawab besar untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan mendukung perkembangan psikososial remaja. Keterbukaan, penghargaan terhadap pendapat remaja, serta sikap orang tua yang bersahabat dan tidak menghakimi, dapat membantu remaja mengembangkan identitas positif dan konsep diri yang sehat. Remaja dengan konsep diri yang positif cenderung berhasil menghadapi masa transisi menuju dewasa dan mencapai perkembangan optimal.

2.9 Asumsi Dasar Teori

Penggunaan Handphone memiliki pengaruh besar terhadap kualitas hubungan antara ibu dan anak. Interaksi yang terjalin sejak dini akan membentuk tumbuh kembang anak. Kualitas hubungan yang baik ditandai dengan kehangatan, rasa nyaman, dan aman bagi anak untuk berbagi cerita dan permasalahan dengan ibu (Syamsul, 2018).

Komunikasi persuasif antara ibu dan anak terkait penggunaan Handphone diharapkan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan tindakan yang memperbaiki kualitas hubungan mereka.

Meskipun Handphone memiliki manfaat seperti membantu anak dalam bermain dan meningkatkan kemampuan otak, orangtua harus tetap waspada terhadap dampak negatifnya.

Oleh karena itu, penting bagi orangtua untuk memberikan pemahaman kepada anak tentang penggunaan Handphone yang bijak. Batasan penggunaan dan pendampingan orangtua sangat penting agar anak terhindar dari efek negatif dan dapat berkembang secara optimal.

Komunikasi persuasif yang baik antara orangtua dan anak menjadi kunci dalam mengawasi dan mengendalikan penggunaan Handphone.

2.10 Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang digunakan yaitu dengan pendekatan kualitatif. Menurut Kirk dan Milner (dalam Moleong, 2004, hlm. 24) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif adalah suatu tradisi tertentu yang ada dalam ilmu pengetahuan sosial, secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam wawasannya, dan suatu hubungan sosial dalam bahasa dan istilahnya sendiri. Dengan kata lain, datayang dikumpulkan bukan berupa kumpulan angka-angka, namun berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan, memo, dan dokumen resmi, fokus penelitian ini dimaksudkan agar menemukan data yang lebih relevan dan membatasi pada tingkat yang dihadapi serta dapat mengetahui pola komunikasi yang digunakan.

2.11 Komunikasi Keluarga

Keluarga dan komunikasi merupakan dua elemen yang saling terkait dan tak terpisahkan. Perkembangan manusia selalu

berlangsung dalam lingkungan sosial, di mana komunikasi dan interaksi antar individu menjadi hal yang esensial.

Deddy Mulyana (dalam Moerdijati, 2012) menjelaskan bahwa komunikasi keluarga adalah komunikasi yang terjadi di dalam lingkup keluarga untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan bersama.

Friendly (dalam Sumakul, 2015) menambahkan bahwa komunikasi keluarga merupakan bentuk keterbukaan dalam membicarakan segala hal, baik yang menyenangkan maupun tidak, serta kesiapan untuk menyelesaikan konflik secara jujur dan terbuka.

Komunikasi dalam keluarga juga merupakan proses pertukaran pengetahuan, persepsi, sikap, dan perasaan yang berlangsung sepanjang hidup dan memiliki pengaruh signifikan.

Dalam keluarga, terjadi pembentukan, pemahaman, dan pembagian makna atau *frame of reference* dan *field of experience*. Setiap individu dalam keluarga memiliki bidang pengalaman yang berbeda (Moerdijati, 2012).

Melalui komunikasi, seperti berbincang atau berdebat, anggota keluarga saling berbagi *frame of reference* dan *field of experience*. Mereka aktif dalam proses *encoding*, *decoding*, dan *interpreting*, yang pada akhirnya menciptakan pemahaman bersama atau *mutual understanding*.

Contohnya, urutan kelahiran anak dalam keluarga mempengaruhi bidang pengalaman dan referensi mereka. Anak pertama cenderung memiliki lebih banyak pengalaman dan pengetahuan yang dibagikan kepada adik-adiknya.

Perbedaan usia dan zaman juga mempengaruhi *frame of reference* dan *field of experience* setiap anak. Melalui proses *overlapping of interest*, mereka saling bertukar pengalaman dan

referensi, menghasilkan makna dan pesan kehidupan yang sama sebagai pelajaran berharga.

Komunikasi keluarga bersifat timbal balik dan menghasilkan berbagai efek atau respons. Termasuk dalam jenis komunikasi antarpribadi, komunikasi keluarga terjadi antara anak dan orangtua, baik secara vertikal maupun horizontal.

Pola komunikasi dalam keluarga dipengaruhi oleh gaya didik orangtua dan berdampak pada perilaku serta kebiasaan interaksi antar saudara. Efek komunikasi yang timbul dapat bervariasi, mulai dari keterbukaan hingga kurangnya keterbukaan.

Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan pola komunikasi yang terbentuk agar tercipta keakraban dan keterbukaan dalam hubungan keluarga.

2.12 Unsur Komunikasi Keluarga

Komunikasi dalam keluarga merupakan proses timbal balik yang dilakukan secara sadar oleh setiap individu. Melalui komunikasi, terjadi pembentukan, pemahaman, dan pembagian makna (*frame of reference* dan *field of experience*) antar anggota keluarga (Moerdijati, 2012).

Selain itu, Hamidah (2019) menjelaskan beberapa unsur penting dalam komunikasi keluarga yang mendukung proses pertukaran informasi dan pesan, yaitu:

a) **Sumber (source)**

Sumber adalah pihak yang mengirim informasi atau pesan, yang juga dikenal sebagai komunikator, encoder, sender, atau speaker (Ngalimun, 2020). Dalam komunikasi keluarga, sumber dapat berupa ayah, ibu, atau anak. Seorang komunikator yang baik harus memiliki keyakinan terhadap pesan yang disampaikan dan mampu

mengemasnya dalam bentuk verbal maupun nonverbal yang mudah dipahami.

b) Pesan (message)

Pesan adalah simbol verbal atau nonverbal yang disampaikan oleh sumber kepada penerima (Ngalimun, 2020). Pesan dalam komunikasi keluarga dapat berupa pengetahuan, persepsi, sikap, kepercayaan, dan perasaan. Proses komunikasi dalam keluarga menciptakan pertukaran pesan antar anggota keluarga.

c) Saluran atau Media (channel)

Saluran atau media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada penerima. Panca indera merupakan saluran utama dalam komunikasi, namun di era modern ini, teknologi seperti telepon genggam, internet, dan televisi juga dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi (Ngalimun, 2020).

d) Penerima (receiver)

Penerima adalah pihak yang menerima pesan dari pengirim. Dalam komunikasi keluarga, setiap anggota keluarga dapat berperan sebagai penerima pesan (Hamidah, 2019).

e) Efek (effect)

Efek adalah perubahan yang terjadi pada peserta komunikasi akibat pesan yang disampaikan. Efek komunikasi dalam keluarga dapat berupa perubahan sikap, perilaku, pengetahuan, dan persepsi. Interaksi yang intens antar saudara dalam keluarga menghasilkan efek yang signifikan terhadap perkembangan mereka.

2.13 Indikator Keberhasilan Komunikasi Keluarga

Komunikasi keluarga adalah proses pertukaran informasi dua arah yang berlangsung terus-menerus antar anggota keluarga dan menghasilkan berbagai dampak. Keberhasilan komunikasi dalam keluarga dapat diukur melalui beberapa indikator, diantaranya:

1. Keterbukaan

Keterbukaan merupakan sikap untuk saling mengungkapkan diri dalam interaksi dengan orang lain (Aulyahfatma, 2021). Melalui komunikasi, terjadi pertukaran pengalaman dan pengetahuan yang mendorong keterbukaan antar anggota keluarga. Keterbukaan menciptakan kedekatan dan keharmonisan dalam keluarga (Hamidah, 2019).

2. Empati

Empati adalah kemampuan untuk memahami perasaan orang lain. Sikap empati penting dalam menjaga keutuhan keluarga. Dengan memiliki empati, anggota keluarga dapat saling mengerti dan menghindari perselisihan (Hamidah, 2019).

3. Dukungan

Saling mendukung antar anggota keluarga menciptakan komunikasi yang efektif. Dukungan dari orangtua kepada anak, atau antar saudara, membantu menciptakan lingkungan keluarga yang positif.

4. Perasaan Positif

Perasaan positif merupakan kunci keberhasilan komunikasi dan keharmonisan keluarga. Dengan memiliki perasaan positif, anggota keluarga dapat lebih mudah menerima dan memahami satu sama lain dan memahami satu sama lainnya. Dengan ini maka

adanya efek negatif komunikasi keluarga akan terminimalisir (Hamidah, 2019).

2.14 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian, terdapat sejumlah penelitian yang serupa dengan penelitian ini, diantaranya:

Penelitian terhadulu I

Skripsi Made Witrianti tahun 2013, dengan judul “Bentuk Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Pengguna Handphone Aktif”

Dengan menggunakan metode Metode kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif

Penelitian yang dilakukan oleh Made menunjukkan bahwa setiap orangtua memiliki cara tersendiri dalam mendidik anak, terutama dalam hal penggunaan handphone. Dari tiga informan yang diteliti, dua diantaranya bersikap permisif (membebaskan), sementara satu lainnya cenderung demokratis.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian lain yang sejenis adalah sama-sama membahas tentang komunikasi orangtua dengan anak pengguna handphone.

Namun, terdapat perbedaan yang cukup mencolok, yaitu pada tujuan dan fokus penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Made lebih berfokus pada bagaimana orangtua mengarahkan anak agar terhindar dari dampak negatif handphone melalui komunikasi yang efektif.

Sedangkan fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui proses dan bentuk komunikasi persuasif yang terjadi antara

orangtua dengan anak yang mengalami kecanduan handphone. Penelitian terdahulu II

Skripsi Yosef Kaprino Parto, tahun 2017, dengan judul “Komunikasi Orang Tua Kepada Anak Dalam Mencegah Terjadinya Dampak Negatif,

Studi yang dilakukan oleh Made mengungkapkan bahwa setiap orangtua memiliki pendekatan unik dalam mendidik anak, terutama terkait penggunaan handphone. Dari tiga partisipan yang diamati, dua di antaranya menerapkan gaya pengasuhan permisif, memberikan kebebasan kepada anak, sedangkan satu lainnya cenderung demokratis, melibatkan anak dalam pengambilan keputusan.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sejenis lainnya, yaitu sama-sama mengkaji komunikasi antara orangtua dan anak dalam konteks penggunaan handphone.

Namun, terdapat perbedaan signifikan dalam tujuan dan fokus penelitian. Penelitian Made lebih menekankan pada bagaimana orangtua membimbing anak agar terhindar dari dampak negatif handphone melalui komunikasi yang efektif.

Di sisi lain, fokus penelitian ini adalah untuk memahami proses dan bentuk komunikasi persuasif antara orangtua dan anak yang mengalami kecanduan handphone.

Perbedaan fokus ini menghasilkan perspektif yang berbeda dalam memahami dinamika komunikasi orangtua dan anak. Penelitian Made memberikan gambaran tentang strategi komunikasi preventif untuk meminimalkan dampak negatif handphone.

Sementara itu, penelitian ini menggali lebih dalam komunikasi yang terjadi ketika anak telah terlanjur mengalami kecanduan handphone.

Penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi pola komunikasi yang terjadi, baik yang efektif maupun tidak efektif, dalam mengatasi kecanduan handphone pada anak.

Dengan memahami pola komunikasi tersebut, diharapkan dapat dirumuskan strategi komunikasi yang lebih tepat untuk membantu anak keluar dari kecanduan handphone.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi orangtua tentang pentingnya membangun komunikasi yang sehat dengan anak sejak dini, sehingga dapat mencegah terjadinya kecanduan handphone.

Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang dampak teknologi terhadap relasi keluarga dan strategi komunikasi yang efektif dalam menghadapi tantangan tersebut.

Kecanduan handphone pada anak merupakan isu yang kompleks dan membutuhkan pendekatan multidimensi.

Komunikasi yang sehat antara orangtua dan anak merupakan salah satu faktor penting dalam mengatasi masalah ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam upaya membangun keluarga yang sehat dan harmonis di era digital.

Melalui pemahaman yang mendalam tentang komunikasi persuasif antara orangtua dan anak, diharapkan dapat tercipta lingkungan keluarga yang suportif dan memberdayakan, sehingga anak dapat tumbuh dan berkembang secara optimal.

Penting bagi orangtua untuk menyadari bahwa komunikasi bukanlah sekedar penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan aspek emosional dan relasional.

Dalam berkomunikasi dengan anak, terutama yang mengalami kecanduan handphone, orangtua perlu menciptakan suasana yang aman dan nyaman, sehingga anak merasa didengarkan dan dipahami.

Selain itu, orangtua juga perlu mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif, seperti mendengarkan secara aktif, menyampaikan pesan dengan jelas dan tegas, serta memberikan umpan balik yang konstruktif.

Dengan menerapkan strategi komunikasi yang tepat, orangtua dapat membantu anak mengatasi kecanduan handphone dan membangun hubungan yang lebih positif.

Penelitian ini merupakan langkah awal dalam upaya memahami kompleksitas komunikasi orangtua dan anak dalam konteks kecanduan handphone.

Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi dan mengembangkan model intervensi yang komprehensif.

Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta generasi yang mampu memanfaatkan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab, serta membangun relasi yang sehat dan harmonis dalam keluarga.

Generasi yang bijak dan bertanggung jawab dalam memanfaatkan teknologi adalah generasi yang mampu menyeimbangkan antara dunia digital dan dunia nyata. Mereka tidak terpaku pada layar handphone, tetapi juga aktif berinteraksi dengan lingkungan sosial dan alam sekitar.

Mereka mampu memanfaatkan teknologi untuk hal-hal yang positif, seperti belajar, berkarya, dan berkomunikasi, tanpa mengabaikan tanggung jawab mereka di dunia nyata.

Generasi ini juga memiliki kemampuan untuk menyaring informasi dan tidak mudah terpengaruh oleh konten negatif yang beredar di dunia maya.

Mereka kritis terhadap informasi yang diterima dan mampu membedakan antara fakta dan hoaks.

Mereka juga bijak dalam menggunakan media sosial, tidak mudah terpancing emosi, dan mampu menjaga etika berkomunikasi di dunia maya.

Selain itu, generasi yang bijak dan bertanggung jawab dalam memanfaatkan teknologi adalah generasi yang menghargai privasi diri dan orang lain.

Mereka tidak sembarangan menyebarkan informasi pribadi di media sosial dan tidak melakukan tindakan cyberbullying.

Mereka juga memahami pentingnya menjaga keamanan data pribadi dan tidak mudah terjebak dalam penipuan online.

Dalam konteks keluarga, generasi ini mampu membangun relasi yang sehat dan harmonis.

Mereka tidak terisolasi dalam dunia digital, tetapi tetap menjaga komunikasi dan interaksi yang berkualitas dengan anggota keluarga.

Mereka juga menghormati aturan dan batasan yang ditetapkan dalam keluarga terkait penggunaan handphone.

Generasi ini mampu menciptakan keseimbangan antara kehidupan digital dan kehidupan keluarga.

Mereka tidak menjadikan handphone sebagai pengganti interaksi sosial di dunia nyata, tetapi sebagai alat untuk mempererat hubungan dan komunikasi dengan keluarga.

Mereka juga menyadari pentingnya meluangkan waktu berkualitas bersama keluarga tanpa gan

Dengan demikian, generasi yang mampu memanfaatkan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab akan menjadi generasi yang berdaya, berkarakter, dan berintegritas.

Mereka mampu menghadapi tantangan di era digital dan berkontribusi positif bagi masyarakat dan bangsa.

