

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kerangka Kajian Teori dan Konsep

##### 1. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara dua kata atau istilah, yaitu ‘komunikasi’ dan ‘persuasif’. Sebagaimana istilah ‘komunikasi’ berasal dari kata *communis* yang memiliki makna kebersamaan atau bersama-sama. Lalu, asal kata ‘persuasi’ yaitu *persuasion*, turunan istilah bahasa latin *persuasio*, sedangkan *to persuade* adalah kata kerjanya yang memiliki arti membujuk, merayu, meyakinkan, mengajak, dan lainnya (Ainunnisa & Hendriyani, 2020). Dalam konteks penelitian ini, orang tua tunggal bermaksud membujuk, merayu, serta meyakinkan anak untuk menyetujui pernikahan kembali. Komunikasi persuasif adalah jenis komunikasi interpersonal di mana orang diminta untuk bertindak sesuai keinginan komunikator.

Meski memiliki tahapan yang serupa dengan komunikasi informatif, komunikasi persuasif lebih condong terhadap tujuan untuk menggiring orang lain untuk bertindak mengikuti pesan yang diberikan oleh komunikator. Sedangkan, dalam konteks komunikasi interpersonal persuasi mempelajari semua aspek proses penciptaan makna antara keduanya dan bagaimana makna itu dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, keterampilan, dan perilaku orang lain (Dr. Asep Suryana, 2019). Diantaranya, orang tua sebagai

komunikator utama berupaya mengubah pola acuan berpikir anak agar sesuai dengan isi pesan yang disampaikan olehnya.

Komunikator hanya dapat mencapai tujuan dengan lebih baik jika komunikator menguasai teknik-teknik yang dapat meningkatkan minat atau motivasi komunikasi (Barata, 2003). Oleh karena itu, Komunikasi persuasif orang tua dituntut untuk memahami terlebih dahulu mengenai pola acuan berpikir anak hingga kondisi emosional dan fisik anak untuk menciptakan keselarasan makna dalam pesan yang disampaikan. Untuk itu, dalam proses komunikasi persuasif, seringkali orang tua sebagai komunikator terlihat lihai dan ahli dalam mengungkapkan ungkapan bahasa yang cenderung dilebih-lebihkan atau hiperbola (Nurudin, 2017).

Padahal pada kenyataannya, terkadang juga situasi tidak demikian adanya. Orang tua sebagai komunikator harus mahir terkait pemilihan diksi dalam penyampaian pesan, gesture, serta memahami keadaan psikologis anak. Hal ini dilakukan oleh orang tua untuk mempersuasi atau membujuk dan meyakinkan anak agar menerima atau setuju dengan pesan yang mereka (orang tua) sampaikan, yakni untuk menikah kembali. Selain menggiring opini, komunikasi persuasif orang tua juga sebagai upaya mengubah opini dan sikap melalui penerapan jenis pesan yang sesuai dan berfokus pada kondisi karakteristik anak.

Berdasarkan berbagai definisi di atas dapat dikatakan bahwa, komunikasi persuasif merupakan komponen penting interaksi interpersonal orang tua tunggal (janda/duda) yang bertujuan untuk memengaruhi

keyakinan, nilai, atau perilaku anak. Dengan demikian, pesan komunikasi persuasif dapat terlaksana dengan sempurna apabila memahami unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi persuasif menggunakan metode yang tepat dalam penerapannya. Berikut beberapa penjelasan mengenai metode komunikasi persuasif:

a. Proses Komunikasi Persuasif

Secara keseluruhan, Ilardo menyebut bahwa persuasi merupakan fakta hidup yang erat kaitannya dengan aktivitas manusia. Untuk itu, persuasi dapat juga dimaknai sebagai suatu proses komunikasi yang bertujuan mengubah sikap individu melalui penyampaian pesan tertentu. Penyampaian pesan dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik baik dari komunikator maupun komunikan (Hartawan, 2020). Dalam konteks ini, komunikasi persuasif merujuk pada upaya strategis untuk memengaruhi sikap penerima pesan agar mau melakukan tindakan sesuai keinginan komunikator.

Komunikasi persuasif dapat dilakukan melalui pendekatan emosional dan rasional. Melalui pendekatan secara rasional melibatkan kemampuan kognitif komunikator dan komunikan. Sedangkan, pendekatan persuasi secara emosional melibatkan aspek perasaan, pada umumnya meliputi menyangkut kehidupan emosional komunikan. Oleh sebab itu, komunikator pesan persuasif cenderung menerapkan kedua aspek untuk sesuai keadaan komunikan untuk menyampaikan pesan dan mengambil perhatian komunikan.

b. Elemen Komunikasi Persuasif Hovland-Yale

Model teori Hovland-Yale mengidentifikasi bahwa, terdapat sejumlah elemen yang juga sekaligus sebagai faktor penting yang dapat menentukan tingkat efektivitas komunikasi persuasif. Ketiga elemen tersebut merupakan poin penting dalam berlangsungnya proses komunikasi persuasif. Selain saling keterkaitan, elemen-elemen tersebut harus memiliki keseimbangan yang baik untuk memperoleh tujuan yang maksimal. Pembahasan tiga elemen tersebut, yaitu sebagai berikut:

1) Sumber/ *source*

Persuasi dipengaruhi secara signifikan oleh kredibilitas dan daya tarik *persuader* (komunikator pesan persuasif). Hovland menemukan bahwa sumber pesan yang dianggap dapat dipercaya dan berpengetahuan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk membujuk orang-orang (Cook, 2012). Dengan demikian orang tua yang mahir serta memiliki informasi dan wawasan yang lebih luas dalam menyampaikan pesan secara kredibel menjadi lebih persuasif juga penyampaiannya dibandingkan dengan non-ahli.

2) Pesan/ *message*

Isi dan struktur pesan juga penting. Penelitian menunjukkan bahwa pesan komunikasi dua sisi pribadi yakni pesan yang menggabungkan kedua belah pihak dalam argumen cenderung lebih efektif daripada pesan satu sisi. Dapat dinyatakan demikian,

karena mereka mengarahkan atau membujuk sudut pandang tertentu pada akhirnya (Cook, 2012). Seperti halnya dalam waktu dan urutan argumen yang terjadi di antara dua pribadi atau lebih, kehalusan penyampaian pesan oleh komunikator dapat membantu meningkatkan peluang mempersuasi perilaku komunikan.

### 3) Audiens / Komunikan

Dalam kasus ini, karakteristik anak termasuk sikap dan kecerdasan sebelumnya, memengaruhi seberapa persuasif sebuah pesan. Audiens lebih cerdas dapat merespons argumen yang masuk akal dengan lebih baik, sementara faktor budaya juga dapat memengaruhi penerimaan berbagai jenis pesan. Sehingga, dapat dikatakan bahwa, anak dengan kondisi pola berpikir cerdas, psikologi yang baik, dan dari kebiasaan atau budaya sehari-hari yang positif cenderung lebih baik serta mampu memahami pesan persuasif yang diberikan oleh orang tuanya.

### 4) Channel / Saluran Media

*Channel* atau saluran media dalam komunikasi persuasif merupakan salah satu unsur fundamental dalam prosesnya. Media disini mencakup alat atau saluran yang diimplementasikan oleh komunikator dalam penyampaian pesan kepada komunikan, baik secara langsung maupun melalui teknologi. Begitu juga menurut pandangan Hovland, pemilihan saluran media merupakan aspek pokok yang tidak dapat diabaikan.

Efektivitas penyampaian pesan sangat bergantung pada sejauh mana keselarasan antara isi pesan, media yang digunakan, serta karakteristik komunikan yang menjadi sasaran. Ketidaksesuaian antara ketiganya dapat mengurangi daya pengaruh komunikasi dan dapat menghambat tercapainya tujuan persuasi.

c. Metode Komunikasi Persuasif

Menurut Ainunnisa dalam penerapan komunikasi persuasif yang efektif terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam proses penyampaian pesan persuasif. Hal tersebut dilakukan tidak lain adalah untuk menyempurnakan penyampaian dan efek pesan persuasif yang disampaikan oleh komunikator (Ainunnisa & Hendriyani, 2020).

Beberapa metode tersebut, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Metode asosiasi menyajikan pesan komunikasi dengan, peluang komunikan mudah memahami dan menerima pesan persuasif cukup besar.
- 2) Metode integrasi melibatkan kemampuan komunikator untuk menyatukan diri dengan komunikan secara komunikatif sehingga tampak senasib sepenanggungan dengan komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam metode penerapan metode ini, komunikator pesan persuasif terlihat memiliki rasa empati yang tinggi terhadap komunikan.
- 3) Metode *Pay-Off* atau *Fear-Arousing* biasanya melibatkan kemampuan persuader untuk melibatkan kegiatan yang

memengaruhi komunikasi dengan menggambarkan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan atau memberikan harapan (iming-iming), atau dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menunjukkan suatu konsekuensi buruk atau tidak menyenangkan yang dapat terjadi. (Nida, 2014)

- 4) Metode *Icing*, yang berarti membuat sesuatu indah sehingga bagi siapa saja yang melihatnya menjadi tertarik. Metode ini juga dikenal sebagai metode memanis-maniskan mengibaratkan dengan sesuatu yang indah dalam kegiatan persuasi. Metode ini digunakan untuk menyusun pesan dengan langkah yang unik dan indah secara emosional, sehingga komunikasi menjadi lebih memberikan perhatiannya terhadap pesan komunikasi.

Sedangkan, menurut (Nida, 2014) berikut faktor-faktor penunjang keberhasilan ketercapaian pesan komunikasi persuasif, antara lain yaitu:

- 1) *Availability* dan *Relevance*

Ketersediaan informasi yang akurat dan relevan. Anak sebagai audiens/komunikasi membutuhkan informasi yang akurat dan relevan untuk membuat keputusan. Sikap anak dapat membentuk pola secara konsisten jika kedua hal tersebut sesuai dengan kebutuhan antara orang tua (komunikator) dan anak (audiens/komunikasi). Hasilnya, perilaku orang tua berubah sesuai dengan perubahan sikap anak. Kegagalan persuasi biasanya disebabkan oleh sikap yang ada saat itu dan tingkat

relevansi dalam konteks situasi. Salah satu tugas utama orang tua adalah menciptakan kondisi yang memungkinkan sikap yang ditawarkan melalui persuasi menjadi terpenuhi dan relevan.

2) Mengetahui naluri dan respon spontan komunikator

Pada umumnya, orang cenderung terpaku pada emosi yang dirasakannya dan mudah dipengaruhi. Pengalaman hidup masyarakat dan budaya telah menanamkan *cues*, yang secara tidak disadari telah diikuti dan dilakukan oleh orang-orang yang mengalami emosi. Komunikator pesan persuasif berusaha memahami kebutuhan audiens. Pesan persuasif berjalan secara komunikatif jika benefit yang ditawarkan komunikator sesuai dengan kebutuhan komunikan.

3) *Attribution* dan *sequential request*

*Attribution* adalah suatu teori yang diperlukan komunikator agar komunikan (persuadee) diberi tanggung jawab untuk melakukan sesuatu. Ada dua jenis *attribution* dalam hal ini, yaitu: eksternal, di mana ada hukuman atau ancaman, di mana ada janji hadiah untuk mendorong komunikan untuk setuju melakukan pesan yang disampaikan. Pada awal proses *attribution* eksternal ini, persuadee bertindak karena keterpaksaan. Namun, setelah internalisasi selesai, persuadee sebagai penerima pesan persuasif mulai menjadi terbiasa. Lalu, yang kedua adalah *attribution* internal, yang berarti perubahan perilaku yang disebabkan oleh kehendak dan tanggung jawab individu (komunikan) itu sendiri.

## 2. Komunikasi Keluarga

Komunikasi interpersonal (antar non-pribadi) dan kelompok dibangun dalam sebuah keluarga. Kerangka kerja yang dikenal sebagai model komunikasi keluarga Fitzpatrick diaplikasikan dengan tujuan mendapatkan informasi yang lebih baik tentang cara berinteraksi dan berkomunikasi antar masing-masing anggota keluarga. Komunikasi yang berlangsung secara intim tersebut memunculkan satu pola komunikasi keluarga. Dengan demikian, keberhasilan dalam komunikasi keluarga juga menjadi upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai keharmonisan dalam sebuah keluarga (Yulie Echa Savitri, 2020). Komunikasi keluarga sangat penting berpengaruh dalam keberhasilan komunikasi persuasif orang tua terhadap pemikiran, hingga perilaku anak.

Model ini dikenalkan pada tahun 1988 oleh Ellen Fitzpatrick dan F. Koerner yang mengidentifikasi dua orientasi utama. Dua orientasi komunikasi keluarga adalah orientasi dialog dan orientasi keseimbangan (konformitas). Lebih lanjut, Orientasi dialog atau percakapan adalah sebuah fenomena komunikasi dimana keluarga dengan orientasi ini mendorong semua anggota untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi dan pengambilan keputusan. Mereka menciptakan suasana di mana setiap orang merasa nyaman untuk mengekspresikan pendapat dan berbagi pengalaman mereka. Orientasi percakapan adalah upaya keluarga dapat menciptakan suasana yang positif dengan melibatkan anggota keluarga secara bebas dan berbicara tentang berbagai hal. Orientasi percakapan terdapat dua jenis, yaitu tinggi dan rendah (Putri Apsarini & Rina, 2022).

Sedangkan, keluarga dengan orientasi keseimbangan berfokus pada keseragaman nilai dan tingkah laku. Anak-anak diarahkan untuk mengikuti keputusan orang tua yang sering kali dibuat untuk dipatuhi seluruh anggota keluarga orientasi konformitas berpusat pada bagaimana anggota keluarga menerapkan perilaku, ideologi, serta perspektif yang sesuai dengan keyakinan mereka. Keluarga yang mengadopsi nilai konvensional biasanya sangat mempertahankan struktur hirarki keluarga (Anindita, 2019).

Berdasarkan model komunikasi keluarga Fitzpatrick pada penelitian (Risnawati, 2024), terdapat juga klasifikasi tipe-tipe keluarga yang diambil dari kombinasi kedua orientasi di atas, diantaranya keluarga konsensual, pluralistik, protektif, serta keluarga laissez-faire. Komunikasi keluarga dapat memengaruhi perkembangan karakter anak. Misalnya, anak-anak yang berasal dari keluarga dengan komunikasi terbuka cenderung lebih percaya diri dan mampu berbicara dengan baik, sedangkan anak-anak dari keluarga yang lebih tertutup mungkin mengalami kesulitan dalam interaksi sosial (Yoanita, 2022).

Tujuan dari komunikasi keluarga dapat membantu lingkungan keluarga agar tercipta suasana positif, serta membantu anggota keluarga untuk dapat saling memahami diri sendiri dan orang lain, menciptakan interaksi yang efektif dan bermakna sehingga muncul sikap dan perilaku yang baik (Putri Apsarini & Rina, 2022). Dengan memahami model Fitzpatrick, peneliti dapat memperoleh wawasan dan informasi yang lebih bervariasi tentang dinamika komunikasi keluarga dan kronologi hal itu memengaruhi keberhasilan penyampaian proses komunikasi persuasif orang tua pada anak. Yang mana,

hal ini dapat peneliti dapatkan melalui perkembangan individu dan hubungan antar anggota keluarga (orang tua & anak).

Oleh karena itu, kedua orientasi komunikasi keluarga ini berkesinambungan dengan proses komunikasi persuasif pada fenomena studi yang akan dilakukan oleh peneliti. Dimana unsur orientasi dalam keluarga membentuk karakter emosional dan perilaku anak. Hal ini juga berpengaruh pada keberhasilan proses komunikasi persuasif orang tua dan anak.

### **3. Teori Komunikasi Persuasif Carl Hovland**

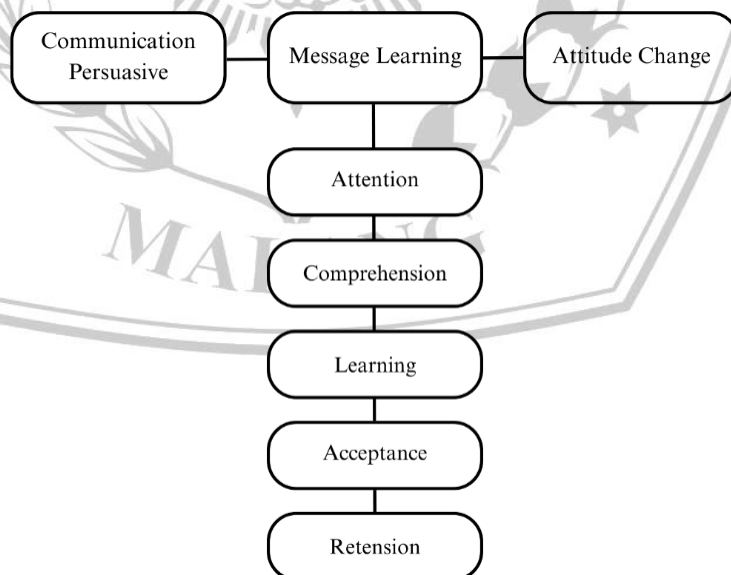
Carl Hovland adalah salah satu teoritis yang mengembangkan model komunikasi persuasif pertama. Carl Hovland menggambarkan komunikasi persuasif sebagai proses menggambarkan alur atau tahapan pesan persuasif yang dikirimkan oleh komunikator pesan persuasif (*persuader*), hingga komunikan pesan persuasif (*persuadee*) menerima, mengedit, dan memahaminya. Carl Hovland adalah seorang psikolog sosial pertama di Amerika Serikat yang sebagian besar berkontribusi pada studi tentang persuasi dan perubahan sikap. Penelitiannya berkonsentrasi pada bagaimana komunikasi memengaruhi perilaku dan keyakinan orang yang mengarah pada penciptaan Model Hovland-Yale. Dalam bidang komunikasi sosial, Carl Hovland sangat berpengaruh dalam ranah teori komunikasi dan praktiknya (Barzam, 2017).

Menurut Hovland, komunikasi persuasif sebagai proses komunikator berusaha menyampaikan pesan kepada komunikan, baik melalui *channel* (media) ataupun tidak. Kemudian, Komunikan mempelajari pesan tersebut

dan mendapatkan persetujuan (penerimaan/pengakuan), yang menghasilkan perubahan sikap atau perilaku pada dirinya. Komunikator melakukan aktivitas, seperti memberikan perhatian, memahami, belajar, menerima, dan menyimpan pesan komunikasi persuasif tersebut (Mirawati, 2021).

Dalam model ini juga perubahan sikap yang dilakukan anak (komunikator) dianggap sebagai respons terhadap komunikasi persuasif sebelumnya yang disampaikan oleh orang tua (sebagai komunikator). Sehingga, akhir dari proses ini mendapatkan hasil, yaitu perubahan sikap anak sebagai tanggapan atas komunikasi persuasif yang telah dilakukan sebelumnya. Carl Hovland mengemukakan teori komunikasi persuasif yang menjelaskan bahwa komunikasi memiliki kemampuan untuk mengubah sikap seseorang dengan cara mempengaruhi perilakunya melalui proses penyampaian pesan (Panggo et al., 2023).

Model komunikasi persuasif Hovland-Yale:



Sumber: (Firmansyah, 2020)

Pada tabel bagan di atas terdapat beberapa uraian penjelasan, yaitu bahwa, komunikasi persuasif terdapat tahap dimana persuade (komunikasikan) terlebih dahulu mempelajari pesan persuasif yang disampaikan persuader (komunikator). Sedangkan, di dalam proses tersebut ada beberapa tahapan, yaitu: Pertama dimulai dengan *attention* (perhatian), *comprehension* (pemahaman) dimana anak sebagai audiens/komunikasikan mencoba memahami makna pesan. Kemudian, proses *learning* (mempelajari), dimana anak berusaha mempelajari lebih dalam mengenai pesan persuasif. Selanjutnya, *acceptance* (penerimaan) dimana setelah memahami makna pesan, selanjutnya anak menerima isi pesan tersebut. Lalu, tahapan terakhir yaitu, *retention* (penyimpanan) pada tahap ini anak menyimpan pesan persuasif dari orang tua. Model tahapan yang diungkapkan oleh Hovland ini menggambarkan proses sebelum persuadee (komunikasikan) hingga akhirnya mengambil keputusan untuk merubah sikap, setelah terpapar informasi atau argumen dari persuader (komunikator persuasif).

Menurut Hovland, proses pesan persuasif hingga tersampaikan pada komunikasikan melalui beberapa tahapan yang dapat berpengaruh pada kesuksesan pesan persuasif sebagaimana bagan tabel sebelumnya. *Message learning* atau proses mengolah dan mempelajari pesan persuasif yang dilakukan oleh komunikasikan terhadap pesan persuasif. Dalam proses ini, Hovland mengategorikan faktor dependen secara psikologis dan kognitif yang dilalui ada saat proses penerimaan pesan komunikasikan. Di antara *attention* (perhatian), *comprehension* (pemahaman), *learning* (mempelajari), *acceptance* (penerimaan), dan *retention* (penyimpanan).

*Attention* (perhatian) merupakan salah satu faktor psikologis yang terlibat dalam pemrosesan informasi manusia. *Attention* terdiri dari banyak cabang sensasi yang jauh lebih banyak daripada jumlah sensasi yang dapat diolah oleh pancaindra (kognitif) dan otak seseorang. Manusia cenderung lebih selektif dalam mengolah informasi yang dianggap penting diketahui dan mengabaikan informasi yang tidak diperlukan (Hafifah, 2023). Pesan yang dianggap penting dan memiliki pengaruh terhadap kehidupannya baik, berupa hal yang menguntungkan atau merugikan dirinya.

Sehingga, dalam proses pesan komunikasi persuasif, *attention* atau perhatian adalah proses awal dimana terjadi pemusatan tenaga psikis komunikan (anak) untuk fokus tertuju pada suatu informan. Dengan kata lain proses pemusatan pikiran anak terhadap sejumlah objek pesan persuasif yang disampaikan oleh komunikator (orang tua) sebagai subjek utama dalam penelitian. Kondisi psikis anak yang sehat pada saat penerimaan pesan persuasif memengaruhi proses perhatian dan interaksi anak. Anak-anak yang mengalami gangguan pemusatan perhatian dan hiperaktif pasti mengalami kesulitan dalam interaksi sosial (Gunawan, 2021).

*Comprehension* (pemahaman) merupakan proses kedua komunikan setelah memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator. Pada proses ini kognitif anak sebagai komunikan berupaya lebih dalam memaknai, menafsirkan, serta mengartikan pesan persuasif orang tua. Pemahaman juga dapat dikategorikan menjadi tiga komponen, yaitu kognitif (pengetahuan dan keyakinan anak) terhadap objek pesan, afektif (posisi perasaan positif atau

negatif) terhadap pesan, serta komponen konatif yang berupa respon tindakan (Ainunnisa & Hendriyani, 2020).

Pada proses pemahaman, anak sebagai komunikan pesan persuasif mulai masuk pada tahapan mencerna dan memahami makna yang dimaksudkan pada pesan tersebut. Sehingga, kemampuan kognitif anak juga berpengaruh dalam tahapan proses pengolahan pesan persuasif oleh orang tua. Selain itu, pada tahapan ini anak mencoba untuk memposisikan dirinya terhadap pesan tersebut secara positif atau negatif. Kemudian, anak mulai memberikan respon berupa tindakan terhadap pilihan posisi dirinya, menyukai (positif) atau menolak (negatif).

*Learning* (mempelajari) adalah proses komunikan mempelajari makna pesan yang disampaikan. Proses ini setelah komunikan fokus perhatiannya terhadap pesan, kemudian mencoba memahami atau menafsirkan pesan, selanjutnya mencoba menelaah tujuan pesan tersebut. Setelah itu, barulah komunikan sampai pada proses *acceptance* (penerimaan), dimana dalam proses ini komunikan (anak) telah memutuskan untuk menerima penyampaian pesan komunikator. Sehingga, proses akhir dari pengolahan pesan adalah *Retention* (penyimpanan) pada tahap ini komunikan menyimpan dan menentukan perilaku terhadap pesan persuasif yang disampaikan komunikator.

Proses ini juga, dipandu oleh beberapa teori yang memberikan kerangka kerja untuk mengetahui serta memahami 'bagaimana' komunikasi persuasi berfungsi dalam konteks pribadi dan sosial. Sehingga, dari uraian tersebut

dapat disimpulkan bahwa, persuasif merupakan suatu proses yang tujuannya memengaruhi sikap, opini/pendapat, serta perilaku secara perlahan (halus), hingga *outputnya* timbul kesadaran untuk mengikuti komunikasi verbal, maupun nonverbal yang dikomunikasikan oleh persuader (komunikator).

Sikap melekat dalam diri masing-masing individu. Selain itu, sikap juga refleksi dari tingkah laku manusia dalam berkehidupan. Berdasarkan beberapa literatur disebutkan bahwa, sikap bukan hanya sebuah terma tunggal, melainkan konsepsi multitafsir. Menurut Sarwono & Meinarno *attitude* atau sikap adalah yang digunakan untuk menggambarkan perasaan seseorang terhadap sesuatu. Biasanya dapat berupa perasaan suka, tidak suka, atau biasa saja (netral). Perasaan senang disebut sikap positif, sedangkan perasaan tidak senang atau tidak suka disebut sikap negatif (Syafrikurniasari & Widiani, 2020). Perubahan sikap berupa perasaan senang atau tidak senang serta kecenderungan tingkah laku anak ketika mendapat pesan komunikasi persuasif orang tuanya mengenai keinginan untuk menikah kembali.

Mar'at, 1982 & Azwar, 1995 mengungkapkan bahwa, pada umumnya, mayoritas penelitian komunikasi persuasif condong pada tiga komponen sikap, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Maknanya, komponen kognitif menjawab pertanyaan mengenai persepsi dan pikiran komunikan terhadap objek (pesan persuasif). Kemudian, komponen afektif erat kaitannya dengan emosional dan perasaan suka atau tidak suka komunikan. Sedangkan komponen konatif berkenaan dengan kecenderungan komunikan bertingkah laku, bertindak, serta merespon objek dengan cara-cara tertentu (Hendri, 2019).

Sementara itu, Hovland mengklasifikasikan teori perubahan sikap sebagai dua variabel. Variabel independen sebagai faktor sumber, pesan, penerima, dan saluran (*channel*). Sedangkan, sebagai ukuran variabel dependen diantaranya adalah perhatian, pemahaman, dan retensi, dan pendekatan (Petty, 1970). Sikap seseorang bersifat dinamis tidak selamanya tetap, tetapi bisa saja berubah akibat suatu peristiwa atau keadaan sosial, paparan informasi, serta sikap orang lain (M. A. C. Putri, 2021). Untuk itu, orang tua berperan sebagai komunikator harus terlebih dahulu meyakinkan dirinya, memahami tentang diri anak (komunikasikan pesan persuasif), menyesuaikan bentuk penyampaian pesan, serta memilih dengan media pesan yang ingin disampaikan.

Berdasarkan semua faktor di atas adalah sebagai beberapa pilihan pertimbangan yang harus diketahui oleh komunikator sebelum melakukan komunikasi persuasif. Dengan demikian, diharapkan orang tua mampu menyesuaikan pesan komunikasi dengan kebutuhan dan keadaan anak, sehingga proses persuasi searah dan sesuai dengan pesan yang orang tua inginkan, yakni keinginan menikah kembali.

#### **4. Fenomena Menikah Kembali Janda/Duda**

Fenomena menikah kembali (*remarriage*) adalah suatu proses pernikahan oleh seseorang yang sudah pernah menjalani rumah tangga sebelumnya. Sehingga, keduanya harus mampu mengubah atau beradaptasi dengan pandangan, serta langkah hidup pasangannya. Ada beberapa faktor yang mendorong seseorang hingga termotivasi untuk menikah kembali usai

bercerai hidup/mati, yaitu: Faktor biologis, faktor etika, moralitas, dan nilai-nilai norma sosial yang dijaga. Kemudian, karena faktor status sosial, serta dari faktor pemeliharaan dan pendidikan anak (Yoanita, 2022). Fenomena menikah kembali dilakukan oleh para orang tua tunggal (janda/duda) salah satu faktor kuatnya adalah karena faktor tuntutan sosial-ekonomi yang kuat. Oleh karenanya, beberapa kita dapat orang yang menjanda sering menikah kembali (Permatasari, 2019).

Pada umumnya, seseorang lebih memiliki kematangan terutama secara kesiapan mental pada pernikahan kedua atau selebihnya. Hal itu terjadi, karena mereka menganggapnya sebagai hubungan yang membutuhkan persiapan yang lebih besar dari calon pasangan, tetapi juga dari diri mereka sendiri dan keluarga. Seperti matang dalam berpikir, menerima calon pasangan sebagai anggota keluarga, siap untuk menghadapi konsekuensi dari kembali menikah, dan beradaptasi (PUTRI, 2018).

Oleh karena itu, orang tua tunggal lebih banyak melakukan pertimbangan terhadap pernikahan kembali setelah bercerai. Sebagaimana diantaranya, aspek keluarga terutama pendapat serta persetujuan sang anak yang akan menjalani hidup dalam keluarga baru. Faktor perubahan tersebut dapat memengaruhi segi emosi dan psikis anak. Sehingga, komunikasi persuasif dapat dilakukan orang tua dalam proses penyampaian keinginan tersebut (menikah kembali).

## B. Penelitian Terdahulu

| No | Nama Penulis, Tahun         | Judul Penelitian Bidang Studi                                                                                                                                                                             | Metode Penelitian                                                                                                                                                   | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                           |
|----|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Yeshinta Seli Oktavia, 2024 | “Proses Komunikasi Persuasif Orang Tua kepada Anak dalam Pengambilan Keputusan terkait Pernikahan Dini (Studi kasus pada Masyarakat desa Gaji Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban)”<br><br><i>Komunikasi_</i> | <b>Jenis Pendekatan:</b><br>kualitatif deskriptif<br><br><b>Metode Penelitian:</b><br>studi kasus<br><br><b>Paradigma:</b><br>paradigma naturalistic fenomenologi s | Dapat disimpulkan data yang diperoleh didasari karena ketakutan yang berlebihan orangtua terhadap pergaulan bebas. Dalam pengiriman pesan cara yang dilakukan adalah menanamkan pandangan bahwa pernikahan dini sebagai sesuatu yang baik. |

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | <p><b>Teknik penentuan informan:</b> sampling purposive, atau sampling non random, untuk memastikan pengutipan ilustrasi melalui teknik identifikasi karakteristik unik yang terkait dengan tujuan penelitian</p> <p><b>Teknik pengumpulan data:</b> Observasi,</p> | <p>Selanjutnya komunikasi mempelajari pesan sehingga dalam perubahan sikap yang awalnya anak merasa ragu. Akhirnya dengan keterlibatan keluarga yang lain membalikan keraguan menjadi kemauan. Proses komunikasi persuasif dengan penggunaan pesan afirmatif menjadi cara yang dipilih oleh para komunikator pesan dengan tujuan agar anak bisa menerima</p> |
|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                        |                                 |
|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
|  |  |  | <p>wawancara, dan dokumentasi.</p> <p><b>Analisis data</b></p> <p>memeriksa data yang ada dari berbagai sumber wawancara dan pengamatan yang telah dicatat</p> <p><b>Keabsahan data:</b></p> <p>Triangulasi sumber</p> | <p>prinsip pernikahan dini.</p> |
|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|

Studi yang dilakukan oleh Yeshinta Seli Oktavia, 2024 menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dimana jenis tersebut juga digunakan dalam penelitian ini. Menggunakan teknik penentuan informan berupa *purposive*

|   |                                                |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Wanda<br>Wulandari,<br>Syahrul<br>Abidin, 2023 | Komunikasi<br>Persuasif Orang<br>Tua Dengan Anak<br>Dalam Membentuk<br>Perilaku Taat<br>Beribadah Di Desa<br>Jati Kesuma<br><br><i>Komunikasi_</i> | <b>Jenis</b><br><br><b>penelitian:</b><br>Penelitian<br>kualitatif<br>lapangan<br>deskripsi<br><br><b>Analisis</b><br><b>data:</b><br>Analisis data<br>kualitatif<br>Induktif<br><br><b>Teknik</b><br><b>pengambilan</b><br><b>data:</b><br>Observasi,<br>wawancara,<br>dan<br>dokumentasi. | Jenis komunikasi<br>persuasif yang<br>digunakan orang<br>tua untuk<br>mendorong<br>ibadah anak<br>termasuk<br>mengawasi anak,<br>mengikuti<br>keinginan anak,<br>dan memuji<br>mereka. Di desa<br>Jati Kesuma,<br>orang tua<br>menghadapi<br>sejumlah<br>tantangan dalam<br>menerapkan<br>komunikasi<br>persuasif pada<br>anak-anak<br>mereka. Salah<br>satunya adalah<br>bahwa anak-anak |
|---|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|   |                    |                                                                          |                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---|--------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                    |                                                                          |                                                                  | <p>tidak memiliki keinginan untuk beribadah sendiri dan hanya akan melakukannya ketika mereka diberi hadiah.</p> <p>Selain itu, anak-anak menghabiskan terlalu banyak waktu bermain ponsel. Terakhir, ada orang tua yang tidak peduli dan membiarkan anak-anak mereka bermain apa saja.</p> |
| 3 | Eki Darmawan, 2024 | Komunikasi Persuasif Orang Tua dan Anak dalam Menanggulangi Permasalahan | <b>Jenis Penelitian:</b> kualitatif dengan <i>field research</i> | <p>Hasil penelitian mengungkapkan setiap orang tua menggunakan tiga metode persuasif. Metode</p>                                                                                                                                                                                            |

|  |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Remaja di<br/>Kelurahan Kuripan<br/>Teluk Betung Barat<br/>Bandar Lampung</p> <p><b>Komunikasi_</b></p> | <p>yang bersifat<br/>deskriptif,</p> <p><b>Teknik<br/>penentuan<br/>sampel:</b></p> <p><i>Purposive<br/>sampling,</i><br/>sampel yang<br/>diperoleh<br/>berjumlah 5<br/>(lima) orang<br/>dengan<br/>kriteria orang<br/>tua yang<br/>memiliki<br/>anak umur<br/>14-18 tahun<br/>dan orang tua<br/>yang benar-<br/>benar<br/>memperhatik<br/>an anaknya.</p> | <p>Keteladanan,<br/>Metode<br/>Pembiasaan, dan<br/>Metode Nasihat.<br/>Ada lima tahapan<br/>dalam komunikasi<br/>persuasif orang<br/>tua dan anak<br/>dalam menangani<br/>masalah. Pertama,<br/>mereka memberi<br/>perhatian,<br/>menumbuhkan<br/>minat;<br/>menumbuhkan<br/>keinginan; dan<br/>keempat, mereka<br/>membuat<br/>keputusan dan<br/>melakukan<br/>sesuatu. Proses<br/>komunikasi<br/>persuasif tersebut<br/>membuat remaja</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|   |                           |                                                                                             |                                                                                                                                                                            |                                                                                                                        |
|---|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                           |                                                                                             | <p><b>Teknik pengumpulan data:</b></p> <p>observasi, wawancara, dan dokumentasi.</p> <p><b>Teknik analisa data:</b></p> <p>Reduksi data, display data, dan verifikasi.</p> | <p>menjadi orang yang paham akan masalah remaja sehingga mereka dapat menghindari masalah yang akan mereka hadapi.</p> |
| 4 | Alda Olivia Jayanti, 2022 | Strategi Komunikasi Persuasif Antara Petugas Lapas Anak Dengan Warga Binaan Anak Di Lembaga | <p><b>Jenis penelitian:</b></p> <p>Kualitatif deskriptif</p> <p><b>Teknik Pengumpulan</b></p>                                                                              | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa petugas melakukan komunikasi persuasif dengan binaan anak</p>                    |

|  |  |                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | Pembinaan Khusus<br>Anak Kelas 1<br>Palembang<br><br><i>Komunikasi_</i> | <b>n data:</b><br>Observasi<br>dan<br>wawancara<br><br><b>Keabsahan</b><br><b>data:</b><br>Triangulasi<br>sumber<br><br><b>Teknik</b><br><b>analisis data:</b><br>Miles,<br>Huberman,<br>dan Saldana.<br>Analisis data<br>dalam<br>penelitian<br>kualitatif<br>didapatkan<br>secara<br>interaktif | dengan tujuan<br>meningkatkan<br>sikap mereka.<br>Banyak hambatan<br>persuasif yang<br>muncul baik dari<br>petugas maupun<br>dari anak didik<br>pemasyarakatan<br>sendiri. Untuk<br>mencapai tujuan<br>mengubah sikap<br>andikpas dalam<br>situasi yang<br>mereka hadapi,<br>pemerintah,<br>petugas, dan anak<br>didik<br>pemasyarakatan<br>sendiri harus<br>berpartisipasi. |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |  |  |                   |  |
|--|--|--|-------------------|--|
|  |  |  | sampai<br>tuntas. |  |
|--|--|--|-------------------|--|

*sampling* untuk menjamin pengutipan ilustrasi melalui metode untuk mengidentifikasi fitur khusus yang terkait dengan tujuan penelitian. Untuk membantu anak menerima prinsip pernikahan dini, komunikator pesan memilih untuk berkomunikasi persuasif dengan menggunakan pesan afirmatif.

Sedangkan studi yang dilakukan oleh Wanda Wulandari, Syahrul Abidin, 2023 mendeskripsikan beberapa variasi komunikasi orang tua terhadap perilaku ibadah anak di Desa Jati Kesuma. Selanjutnya, data yang diperoleh dari penelitian dapat dikelompokkan menjadi beberapa variasi bentuk atau kategori sesuai dengan langkah-langkah penerapan komunikasi persuasif orang tua dalam membina ibadah anak. Dengan cara memaksa, mengawasi, mengikuti keinginan mereka, dan memberikan pujian adalah beberapa cara untuk mendorong motivasi anak.

Lebih lanjut, studi Eki Darmawan, 2024 mengenai komunikasi persuasif orang tua dan anak. Bedanya, studi ini dilakukan dalam konteks menanggulangi permasalahan remaja di Kelurahan Kuripan Teluk Betung Barat Bandar Lampung. Hasil studi yang didapatkan menunjukkan bahwa, terdapat tiga jenis/metode komunikasi persuasif yang dilakukan orang tua kepada anak remaja, yaitu melalui metode keteladanan, pembiasaan, dan nasihat. Sehingga, dari kelima tahapan komunikasi persuasif tersebut membuat remaja menjadi orang yang memahami masalah mereka, sehingga dapat mencegah masalah yang dapat mereka hadapi.

Sementara itu, hasil studi Alda Olivia Jayanti, 2022 mendapatkan bahwa, strategi komunikasi persuasif petugas lapas anak terhadap perilaku lebih baik

binaan anak mengalami beberapa hambatan. Hambatan dan kendala yang ditemui berasal baik dari petugas, maupun dari kemauan atau perilaku dari anak binaan itu sendiri. Sehingga, studi menyimpulkan perlu adanya sinergi baik antara pemerintah, petugas lapas, dan anak binaan untuk dapat merubah perilaku anak binaan menjadi lebih baik.

