

Komunikasi Persuasi Orang Tua dan Anak dalam Membentuk Perilaku Beribadah pada Anak

Fakhrizatul Ulum Syifaul Khoer, Erik Setiawan
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
fakhrizatul@gmail.com

Abstract—Consistent worship of children is one of the children's parental responsibilities. This can be done by the way parents direct their example of worship in front of their children as well as by an invitation to carry out such worship in the form of verbal and nonverbal. In the realm of communication science, invitations are called by persuasive communication. Communication aimed at changing the mind of the communion as the intended communicator would be. Persuasive communication belongs in one of the many types of interpersonal communication. The purpose of this study was to find out how parents convey the meaning of carrying out worship activities (prayer) using methods in persuasive communication and also find out how children interpret persuasive communication from their parents. This research uses qualitative research methods and a phenomenological approach. The findings in this study suggest that parents use several different persuasive communication methods for each child. Even children interpret persuasive communication from their parents according to what their parents want.

Keywords— *Persuasive Communication, Verbal and Non-Verbal Communication, Interpersonal Communication*

Abstrak— Kegiatan peribadatan yang konsisten pada anak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab kedua orang tua dari anak tersebut. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara orang tua mencontohkan secara langsung kegiatan peribadatan dihadapan anak dan juga berupa ajakan untuk melaksanakan kegiatan peribadatan tersebut dalam bentuk verbal dan non-verbal. Dalam ruang lingkup ilmu komunikasi, ajakan atau seruan disebut dengan komunikasi persuasif. Komunikasi yang bertujuan untuk mengubah pemikiran penerima pesan (komunikan) sebagaimana yang diinginkan oleh pemberi pesan (komunikator). Komunikasi persuasif termasuk dalam salah satu dari sekian jenis komunikasi interpersonal atau disebut juga komunikasi antar pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara orang tua menyampaikan makna dari melaksanakan kegiatan beribadah (Shalat) dengan menggunakan metode dalam komunikasi persuasif dan juga mencari tahu bagaimana anak memaknai komunikasi persuasif dari orang tua mereka tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Temuan pada penelitian ini mengemukakan bahwa orang tua menggunakan beberapa metode komunikasi persuasif yang berbeda pada tiap anaknya.

Kata Kunci— *Komunikasi Persuasif, Komunikasi Verbal dan Non-Verbal, Komunikasi Interpersonal*

I. PENDAHULUAN

Melaksanakan kegiatan peribadatan adalah sebuah keharusan bagi seorang umat beragama, tanpa memandang usia maupun status sosial. Dalam agama Islam, kegiatan beribadah bagi para pemeluknya sudah dicontohkan terlebih dahulu oleh baginda Nabi Muhammad Salallahu Alaihi Wassalam. Salah satu peribadatan yang paling utama dalam agama Islam adalah Shalat, khususnya Shalat Fardu atau Shalat Wajib. Karena kegiatan peribadatan tidak memandang usia, lantas bagaimana cara orang tua mengajarkan seorang anak agar mau melaksanakan ibadah? Mengingat kegiatan peribadatan yang dilakukan oleh seorang anak merupakan salah satu tanggung jawab bagi orang tua dari anak tersebut. Penyampaian teknik komunikasi yang tepat adalah salah satu cara yang bisa digunakan agar hal tersebut dapat tercapai.

Pada dasarnya komunikasi terbagi menjadi dua bentuk, yaitu komunikasi verbal yang lebih menekankan pada kata-kata atau lisan dan komunikasi non-verbal yang lebih bersifat mendukung komunikasi verbal seperti gestur tubuh dan mimik muka. Salah satu teknik komunikasi verbal yang menekankan tentang ajakan dan arahan untuk melaksanakan sesuatu sering disebut dengan teknik komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif termasuk kedalam salah satu jenis komunikasi interpersonal atau antar pribadi. Roekomy (1992) dalam Ike Junita Triwardhani "komunikasi persuasif pada pendidikan anak" mengatakan bahwa persuasif sendiri merupakan usaha perubahan sikap individu dengan memasukkan ide, pikiran, pendapat dan bahkan fakta baru lewat pesan-pesan komunikatif.

Komunikasi tidak selalu mengandung makna, namun makna sejatinya harus terkandung dalam sebuah proses komunikasi. Artinya, sebuah komunikasi yang baik harus memiliki makna yang terkandung didalamnya. Agar hal tersebut dapat dicapai, urgensi yang harus diperhatikan adalah siapa saja yang terlibat didalam sebuah proses komunikasi tersebut.

Sebuah komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh pemahaman dari masing-masing penerima pesan (komunikan). Oleh sebab itu, ada beberapa komponen yang kerap ditemukan dalam sebuah proses komunikasi persuasif. Komponen-komponen komunikasi persuasif tersebut diantaranya:

- **Kognitif** – tahapan dimana seorang individu

mencapai tingkat "tahu" pada objek yang diperkenalkan.

- **Afektif** - perilaku di mana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.
- **Konatif** - perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu tindakan terhadap objek.

Pemaknaan, pemikiran, pemahaman, dan interpretasi individu akan suatu hal dianggap dapat mempengaruhi individu tersebut dalam memutuskan sikap atau perilaku apa yang harus dilakukan. Mengubah kepercayaan, pemahaman dan interpretasi seseorang dianggap akan dapat mengubah pula respon serta tindakan orang tersebut.

Anak pada usia tumbuh kembang tertentu, sangat peka terhadap keadaan dimana lingkungan sekitar dimana dia berada. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan awal dimana anak bisa mengamati bagaimana keadaan disekitarnya. Peran orang tua dalam mencontohkan dan menyampaikan kegiatan-kegiatan yang dinilai baik sangat berperan besar dalam pemahaman dan pemaknaan yang didapatkan oleh anak. Karena anak merupakan seorang individu yang sangat cakap untuk meniru segala hal yang dia lihat dan dia dengar.

Pemilihan komunikasi yang tepat diharapkan dapat diserap dengan baik oleh seorang anak sehingga anak dapat dengan mudah memahami makna dari komunikasi tersebut, untuk kemudian memaknai komunikasi tersebut dengan sebuah perubahan sikap dan perilaku. Dalam konteks penelitian kali ini, pemaknaan dan perubahan sikap dan perilaku yang dimaksud adalah menjadi rajin melaksanakan kegiatan peribatan khususnya shalat.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti akan mengumpulkan informasi secara mendalam dengan bentuk sebuah karya tulis dengan judul: **KOMUNIKASI PERSUASI ORANG TUA DAN ANAK DALAM MEMBENTUK PERILAKU BERIBADAH PADA ANAK**

Tujuan penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui bagaimana makna komunikasi persuasif Orang Tua dan Anak didalam keluarga.
2. Untuk mengetahui bagaimana seorang anak memaknai kegiatan komunikasi persuasif dari Orang Tua mereka dalam membentuk perilaku beribadah.

II. METODOLOGI

A. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal kerap disebut juga dengan komunikasi antar pribadi. Komunikasi yang bertujuan untuk bertukar informasi antara beberapa orang demi mencapai kesepemahaman bersama. Menurut Joseph A. Devito, "komunikasi interpersonal adalah komunikasi verbal dan non-verbal antara dua orang (atau kadang-kadang lebih dari dua) orang yang tergantung satu sama lain". Komunikasi

yang efektif sejatinya memiliki elemen dasar yang harus ada didalam prosesnya. Elemen yang paling mendasar dalam komunikasi adalah sumber, pesan dan penerima. Selain itu ada beberapa aspek yang mempengaruhi proses komunikasi misal hambatan yang ada dalam diri pelaku komunikasi maupun hambatan yang berada diluar diri pelaku komunikasi. Begitupun dalam komunikasi interpersonal. Menurut Joseph A. Devito, elemen dan unsur yang ada dalam komunikasi interpersonal adalah:

1. **Sumber – Penerima (Source – Receiver):** Komunikasi interpersonal melibatkan paling tidak dua orang dimana masing-masing pihak dapat berperan sebagai sumber yang mengirimkan pesan dan pihak lain sebagai penerima pesan.
2. **Pesan (Message):** Merupakan sinyal yang dipandang sebagai stimuli atau rangsangan bagi penerima pesan dan diterima oleh salah satu indera manusia. Kita menegosiasikan makna yang kita peroleh dari komunikasi interpersonal melalui pengiriman dan penerimaan pesan verbal dan non-verbal.
3. **Encoding-Decoding:** *Encoding* adalah tindakan memproduksi pesan dan *Decoding* merupakan proses memahami pesan.
4. **Media (Channel):** Penggunaan media sebagai sarana penyampaian pesan.
5. **Gangguan (Noise):** Teknisnya, noise adalah segala sesuatu yang mendistorsi pesan. Disebut juga dengan hambatan komunikasi. Terdapat beberapa jenis gangguan diantaranya gangguan semantik, gangguan fisiologis, psikologis, intelektual dan juga gangguan lingkungan.
6. **Umpan Balik (Feedback):** Merupakan informasi yang kita terima sebagai bentuk respon terhadap pesan yang kita sampaikan sebelumnya. Umpan balik dapat berupa pesan verbal maupun non-verbal.
7. **Konteks (Context):** Merupakan kondisi lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi isi dari pesan yang akan disampaikan.
8. **Etika (Ethics):** Komunikasi selalu memiliki konsekuensi oleh karena itu dalam proses komunikasi selalu melibatkan etika komunikasi.

Menilik pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Ada beberapa elemen yang dapat mempengaruhi proses komunikasi interpersonal. Elemen-elemen tersebut bila diperhatikan dengan baik akan menimbulkan komunikasi yang baik

B. Komunikasi Verbal dan Non-Verbal

Komunikasi sejatinya tidak hanya berbentuk sebuah percakapan semata. Dalam ruang lingkup ilmu, komunikasi terbagi menjadi 2 jenis yaitu komunikasi *verbal* dan *non-verbal*. Komunikasi verbal erat kaitannya dengan penggunaan kata-kata ataupun lisan. Namun pada

kenyataannya, komunikasi verbal dapat juga berbentuk tulisan yang dilakukan secara langsung maupun tulisan yang menggunakan media sebagai perantara penyampaiannya seperti media sosial ataupun pesan elektronik. Komunikasi *non-verbal* dikenal dengan komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata atau lisan. Contoh kecilnya adalah penggunaan gestur tubuh dan senyum wajah.

Kedua bentuk komunikasi tersebut pada dasarnya saling berkaitan antara satu dan lainnya. Komunikasi verbal yang berupa kata-kata yang mengandung pesan, sering kali dibarengi oleh komunikasi non-verbal seperti gestur tangan dan intonasi suara yang terkadang secara otomatis terjadi dan tidak bisa dikontrol. Hal ini menjadi bukti bahwa sebenarnya kedua jenis komunikasi ini saling melengkapi.

Meski saling melengkapi, dua jenis komunikasi ini memiliki perbedaan. Komunikasi *verbal* terbagi menjadi dua jenis, diantaranya:

1. Berbicara dan menulis: kegiatan komunikasi *verbal* secara langsung dan komunikasi *verbal* non-vokal melalui media (menulis).
2. Mendengar dan membaca: kegiatan menerima pesan melalui komunikasi *verbal* secara langsung dan menerima pesan melalui membaca tulisan.

Komunikasi *non-verbal* terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya:

1. Sentuhan: komunikasi yang menggunakan kulit sebagai media pelaksanaannya. Salah satu contohnya adalah sentuhan antara ibu dan anak sebagai ungkapan kasih sayang.
2. Komunikasi Objek: komunikasi yang mengandalkan persepsi perorangan mengenai objek. Contohnya adalah penyampaian informasi melalui penggunaan seragam sebuah kesatuan atau instansi yang menunjukkan identitas dirinya kepada orang lain dengan cara menggunakan pakaian tersebut.
3. Kronemik: komunikasi yang menggunakan waktu sebagai cara penyampaiannya. Salah satu contohnya yaitu cara seseorang menggunakan waktu secara efektif terhadap suatu hal sebagai ungkapan bahwa orang tersebut menghargai atau menyukai hal tersebut.
4. Gerakan Tubuh: komunikasi yang kerap menjadi pelengkap sebuah komunikasi verbal. Contoh paling umum adalah gestur tangan dan sentuh wajah yang menjadi pelengkap bagi seseorang dalam melaksanakan sebuah interaksi komunikasi.
5. Proxemik: komunikasi yang menjadikan ruang atau jarak antara para pelaku komunikasi sebagai acuan sejauh mana keakraban yang ada diantara mereka.
6. Lingkungan: komunikasi yang disampaikan menggunakan penggunaan ruang, suhu dan cahaya sekitar.
7. Vokalik: komunikasi yang berbentuk nada bicara atau intonasi yang berbeda.

C. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan jenis komunikasi yang bertujuan untuk mengajak orang lain mengikuti apa yang kita arahkan, tanpa ada paksaan atau ancaman didalamnya. Jenis komunikasi yang cocok diterapkan dalam mengarahkan anak-anak untuk rajin melaksanakan ibadah. Dalam prosesnya, komunikator mencoba mengarahkan komunikasi untuk menyerap pesan yang ia sampaikan untuk kemudian merubah persepsi atau pemahaman komunikasi hingga komunikasi mau merubah sikap sesuai dengan yang komunikator inginkan dan harapkan. Dalam komunikasi persuasif tentunya takkan terlepas dari kehadiran hambatan yang kerap muncul didalamnya. Menurut Verderber dan Sellno, hambatan merupakan stimulus yang merintang proses dalam berbagi makna. Hambatan-hambatan yang dimaksud adalah:

1. Hambatan fisik. Yang termasuk dalam hambatan fisik adalah suara dan kondisi-kondisi lain dalam lingkungan yang menarik perhatian yang jauh dari makna yang dimaksudkan.
2. Hambatan psikologi. Yang termasuk dalam hambatan psikologi adalah semua hambatan yang berasal dari dalam (internal) yang didasarkan pada pemikiran, perasaan, atau reaksi emosional.
3. Hambatan semantik. Yang termasuk dalam hambatan semantik adalah bentuk hambatan yang mengacu pada simbol tertentu yang mengambil perhatian kita dari pesan utama yang disampaikan.

Hambatan-hambatan tersebut dapat secara tidak langsung mengubah hasil dari proses komunikasi persuasif.

Untuk mengatasi atau bahkan menghindari hambatan-hambatan tersebut, maka perlu dilakukan pemilihan metode penyampaian komunikasi yang tepat. Dalam komunikasi persuasif terdapat beberapa metode dalam penyampaiannya. Menurut Effendy (1999), metode-metode dalam komunikasi persuasif adalah:

1. **Asosiasi:** Merupakan penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.
2. **Integrasi:** Integrasi ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikasi. Ini berarti melalui kata-kata verbal atau non-verbal. Hal ini ditandai dengan cara komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dan karena itu menjadi satu dengan komunikasi.
3. **Ganjaran (*Pay-Off Idea*):** Merupakan kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan.
4. **Penataan (*Iching Device*):** Penataan adalah terjemahan dari *iching* (upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan

tersebut). Penataan atau *iching technique* dalam kegiatan persuasi ialah seni menata pesan dengan imbauan emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa, sehingga komunikasi menjadi tertarik perhatiannya. Dalam hal ini, komunikator mempertaruhkan kehormatannya sebagai pusat kepercayaan.

5. **Red Herring:** Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif, teknik *red herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini digunakan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Keluarga merupakan lingkungan awal dimana anak bisa melaksanakan kegiatan belajar. Dengan memerhatikan keadaan sekitarnya pun anak sudah bisa mendapatkan sebuah hal baru bagi dirinya. Komunikasi dari orang tua terhadap anaknya mengenai suatu hal merupakan salah satu cara anak mendapatkan sebuah pelajaran baru bagi kehidupannya. Begitupun dalam proses pembentukan pribadi anak yang rajin melaksanakan ibadah. Komunikasi persuasif dianggap jenis komunikasi yang tepat bila digunakan dalam pelaksanaan komunikasi kepada anak. Karena didalam prosesnya, komunikasi persuasif tidak menggunakan paksaan atau koersi. Selain itu, dalam komunikasi persuasif terdapat beberapa metode yang saling berbeda dalam pelaksanaan penyampaiannya. Penggunaan metode-metode tersebut seringkali tergantung pada keadaan sekitar maupun kepribadian dari tiap anak itu sendiri. Pemilihan metode komunikasi persuasif yang tepat diharapkan dapat membuat pesan yang ada pada proses komunikasi tersebut dapat tersampaikan dan diserap dengan baik oleh komunikan (anak).

A. Makna Komunikasi Persuasif Orang Tua dan Anak yang Terjadi Didalam Keluarga

Penggunaan komunikasi persuasif pada keluarga yang penulis teliti ternyata cukup beragam. Komunikasi persuasif berupa ajakan tidak melulu orang tua pergungan dalam pelaksanaan komunikasi pada anaknya. Pertumbuhan umur anak berbanding lurus dengan penyampaian komunikasi dari orang tua pada anaknya. Dengan maksud, pada umur anak yang terbilang masih relatif muda (1-6 tahun) orang tua mempergunakan jenis komunikasi persuasif ganjaran (*pay-off idea*) yang menyertakan iming-iming hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan. Orang tua menjelaskan bahwa apabila anak melaksanakan ibadah Shalat 5 waktu, anak akan mendapatkan pahala dan kemudian mereka akan masuk surga. Dengan pemahaman yang anak miliki, anak kemudian memaknai bahwa kegiatan beribadah khususnya Shalat 5 waktu merupakan sebuah

kegiatan yang bagus dan baik untuk dilakukan.

Umur anak yang relatif lebih muda pada umumnya memiliki persepsi dan pemaknaan pribadi yang masih suci. Maksudnya, apa yang disampaikan orang tua biasanya mereka iya kan. Saat orang tua menyampaikan ajakan untuk melaksanakan Shalat, maka merekapun akan senantiasa melaksanakan apa yang orang tua mereka sampaikan. Menurut penulis, penggunaan metode komunikasi persuasif apapun akan lebih mudah dipergunakan pada anak yang umurnya masih relatif muda. Anak yang lebih muda umurnya biasanya masih memiliki persepsi yang masih murni mengenai apa yang disampaikan oleh orang tuanya. Sehingga, ketika orang tua menganjurkan atau mengajak mengenai suatu hal, anak akan senantiasa mengikuti apa kata orang tua mereka tersebut.

Penulis pun sedikit menarik garis besar mengenai cara Orang Tua memperlakukan anak-anaknya dalam upaya membentuk pribadi yang rajin melaksanakan ibadah. Salah satunya yaitu dengan cara menanamkan pemahaman dan makna mengenai apa itu kegiatan beribadah (Shalat) sedari anak masih berusia dini, dengan asumsi dan harapan, anak akan merasa tidak terbebani dengan kegiatan Shalat tersebut karena sudah dibiasakan sejak kecil.

Menilik kembali pernyataan Alvonco yang menyebutkan tahapan komunikasi persuasif yang pernah penulis sertakan sebelumnya, dimana tahapan komunikasi persuasif menurut Alvonco ini meliputi: menginformasikan, menjelaskan, meyakinkan, membujuk hingga akhirnya mendapatkan persetujuan/komitmen. Jika dikaitkan dengan tahapan-tahapan tersebut, salah satu tahapan komunikasi persuasif yaitu pemberian informasi mengenai apa itu ibadah Shalat wajib 5 waktu telah disampaikan oleh orang tua kepada anaknya. Kemudian tahapan lainnya mengikuti tahapan awal tersebut.

Selain menggunakan komunikasi yang bersifat verbal, ayah dan ibu dalam penelitian inipun secara tidak sadar menggunakan komunikasi non-verbal dalam upaya mereka membentuk pribadi anak yang rajin melaksanakan ibadah. Komunikasi verbal dan non-verbal dalam penerapannya pada kegiatan sehari-hari kerap saling melengkapi satu sama lain. Komunikasi non-verbal biasanya dijadikan penguat dari sebuah komunikasi verbal.

Ketika umur anak kian bertambah, persepsi anak mengenai suatu hal semakin berkembang. Dengan bertambahnya persepsi mengenai suatu hal, penulis pikir anak akan mulai bisa memilih dan memilah sikap seperti apa yang perlu mereka gunakan untuk menanggapi apa yang mereka terima. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman awal mereka mengenai kegiatan beribadahpun kian berubah apabila umur mereka kian bertambah. Menurut pengakuan kedua orang tua, semakin anak mengenal dunia luar, anak akan semakin sulit untuk diarahkan.

Cara mendidik anak sebetulnya sudah tersedia dalam kitab suci Al-Qur'an, khususnya dalam surat Luqman. Luqman bukanlah seorang Nabi, namun cara bijaksana beliau dalam mendidik anak-anaknya menjadikan beliau diangkat menjadi salah satu Surat di dalam Al-Qur'an.

Salah satu ayat dalam Surat Luqman berbunyi:

يُنَبِّئُ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَآمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَٰلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ (Q.S Luqman, Ayat 17)

Artinya:

Wahai anakku! Laksanakanlah salat dan suruhlah (manusia) berbuat yang makruf dan cegahlah (mereka) dari yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpamu, sesungguhnya yang demikian itu termasuk perkara yang penting.

Menekankan betapa pentingnya bagi seorang umat yang memeluk agama Islam untuk senantiasa berbuat baik dan melaksanakan Shalat.

Makna komunikasi persuasif dari orang tua kepada anaknya dalam upaya membentuk pribadi anak yang rajin dalam melaksanakan ibadah khususnya Shalat 5 waktu dapat tergambar dari cara penyampaian komunikasi yang dilakukan orang tua terhadap anaknya. Bagaimana orang tua menyesuaikan cara penyampaian informasi mengenai mengapa tiap umat Islam diharuskan untuk melaksanakan Shalat kepada anak-anak mereka yang memiliki pemahaman dan kepribadian yang berbeda-beda antara satu dan lainnya menjadi sebuah tantangan dan juga ilmu baru bagi orang tua.

Komunikasi yang dilakukan oleh orang tua kepada anaknya sangat tergantung kepada karakter setiap anak. Karena teknik komunikasi yang dianggap berhasil dan cocok diberikan kepada salah satu anak, belum tentu berhasil apabila diaplikasikan kepada anak yang lain. Pemaknaan setiap anak yang berbeda pada sesuatu yang anak dapatkan menjadikan keefektifitasan sebuah komunikasi menjadi beragam. Penggunaan komunikasi persuasif nampaknya tidak melulu diperlukan dalam membentuk suatu pribadi anak, khususnya dalam upaya pembentukan karakter anak yang rajin beribadah. Kalaupun dirasa perlu menggunakan komunikasi persuasif kepada anak mereka, orang tua harus mampu memilih dan memilah metode atau jenis komunikasi persuasif mana yang sekiranya cocok untuk digunakan (*Asosiasi, Integrasi, Pay Off Idea, Penataan dan atau Red Herring*).

B. Bagaimana Anak Memaknai Komunikasi Persuasif dari Orang Tua Mereka

Kepribadian setiap anak yang berbeda-beda, menjadi tantangan tersendiri bagi orang tua dalam upaya pembentukan perilaku beribadah pada anak-anaknya. Pemilihan komunikasi yang tepat bergantung pada karakter dan kondisi anak menjadi sebuah pertimbangan tersendiri dalam upaya keefektifitasan komunikasi persuasif yang terjadi.

Komunikasi persuasif dari orang tua yang diikuti dengan tahapan-tahapan yang baik dalam penyampaiannya dinilai mampu mengubah persepsi anak-anak mengenai kegiatan peribadatan khususnya Shalat wajib 5 waktu. Anak yang pada awalnya memiliki persepsi sendiri dalam memaknai kegiatan peribadatan, dapat perlahan terarahkan persepinya apabila orang tua menemukan metode

penyampaian yang tepat dalam komunikasi persuasif yang ditujukan kepada anaknya. Perbedaan kepribadian ini bila dikaitkan dengan hambatan komunikasi persuasif menurut Verderber dan Selno merupakan jenis hambatan psikologis. Hambatan psikologis adalah hambatan yang berasal dari dalam (*internal*) diri komunikan.

Hal tersebut dapat dikuatkan pada temuan penulis mengenai penelitian ini kala penulis menemukan bahwa metode komunikasi persuasif yang tepat pada satu anak belum tentu akan efektif pula apabila digunakan pada anak yang lain. Karakteristik, pemaknaan, maupun kepribadian anak yang berbeda meski berasal dari rahim yang sama merupakan sebuah keunikan tersendiri bagi keberlangsungan sebuah komunikasi persuasif. Orang Tua sebagai komunikator perlu menyesuaikan diri dengan keunikan tersebut agar pesan yang akan disampaikan melalui komunikasi persuasif akan tepat sasaran.

Sebagai guru pertama bagi seorang anak, segala sesuatu yang Orang Tua sampaikan kepada anak akan anak jadikan sebuah opsi atau pilihan untuk menanggapi suatu hal. Begitupun dalam urusan kegiatan peribadatan. Komunikasi persuasif yang Orang Tua sampaikan mengenai kenapa anak harus melaksanakan ibadah pun akan anak jadikan sebuah pilihan pemikiran bagi dirinya.

Pilihan atau opsi-opsi ini kian bertambah seiring dengan bertambahnya umur anak. Semakin luas dunia luar yang mereka ketahui, semakin menambah referensi atau sudut pandang bagi anak mengenai suatu hal. Dalam hal ini, peran Orang Tua kembali diuji. Bagaimana cara Orang Tua untuk mempertahankan pribadi anak tetap pada jalurnya sesuai dengan yang Orang Tua inginkan (dalam hal ini yaitu pribadi yang rajin beribadah-red). Melalui penggunaan metode komunikasi persuasif yang tepat, usaha mempertahankan pribadi anak yang rajin melaksanakan ibadah tersebut dapat tercapai.

IV. KESIMPULAN

Setelah melaksanakan penelitian yang didasarkan pada metode komunikasi persuasif menurut Effendy dan hambatan komunikasi persuasif menurut Verderber dan Selno. Juga dikaitkan dengan berbagai aspek komunikasi lainnya. Penulis dapat menarik beberapa kesimpulan mengenai penelitian ini:

1. Penggunaan komunikasi persuasif dalam upaya membentuk pribadi anak yang rajin melaksanakan kegiatan peribadatan dirasa cukup efektif. Orang Tua berupaya membentuk pribadi anaknya agar rajin melaksanakan ibadah khususnya Shalat dengan cara yang luwes dan halus, tanpa menggunakan paksaan. Orang Tua mencoba mengarahkan anaknya agar tetap berada di jalur yang benar dengan menggunakan metode komunikasi yang humanis dan family friendly.
2. Anak memaknai komunikasi persuasif dari orang tua mereka sebagai opsi atau pilihan dalam

menentukan pandangan mengenai suatu hal. Sebelum seiring berjalannya waktu dan umur mereka kian bertambah hingga akhirnya mereka mendapat lebih banyak opsi, pilihan atau pandangan mengenai suatu hal ketika mereka sudah semakin mengenal dunia luar nantinya. Orang Tua berupaya memberikan bekal mengenai makna sejati dari kegiatan beribadah sedari dini agar anak akan lebih mudah untuk diarahkan dikemudian hari. Karena anak sudah terbiasa melaksanakan ibadah sedari mereka kecil.

ACKNOWLEDGE

Dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini, penulis dibantu oleh beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih pada beberapa pihak yang ikut andil bagian dalam proses penulisan karya tulis ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Devito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antar Manusia. Tangerang: Karisma Publishing.
- [2] Effendy. 1999. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- [3] Kurniati, Desak Putu Yuli. 2016. Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal. Bali: Fakultas Kedokteran Universitas Udayana.
- [4] Triwardhani, Ike Junita. 2006. Komunikasi Persuasif Pada Pendidikan Anak. Bandung: Mediator Vol 1
- [5] Harvianti, Rahmadhani Ayu , Kurniadi, Oji. (2021). *Kampanye Komunikasi Ecotransport dalam Mengurangi Transportasi Pribadi*. Jurnal Riset Public Relation, 1(1). 8-14