

PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF ORANGTUA TERHADAP KEBIASAAN ANAK BERMAIN *PLAY STATIONS* (PS)
(Studi Pada Anak – Anak LK 01 Kel Labuhanratu, Kec Kedaton Bandar Lampung)

Oleh

ENY INTI SURYANI

Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Lampung
Email : enyintisuryani@gmail.com

ABSTRAK

Berhasil atau tidaknya komunikasi tergantung dari peran dari orangtua di dalam mempengaruhi anak untuk menjalankan perintah dari orangtua itu sendiri. Kebiasaan anak yang pada masa peralihan tersebut biasanya susah untuk diatur dan sering melakukan hal-hal yang dilarang oleh kedua orang tuanya. Kebiasaan anak bermain *Play Stations* terutama sampai mengganggu aktivitas sekolah sangat disesalkan oleh orangtua Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh komunikasi persuasif orangtua terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* di Rt 01 Rw 01 Kel Labuhanratu Kec Kedaton Bandar Lampung.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*.serta sampel berjumlah 68 anak.Komunikasi persuasif orang tua berpengaruh terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* pada anak-anak LK 01 Kel Labuhanratu Kec Kedaton Bandar Lampung, hal ini dibuktikan dengan nilai $r_{th} > r_{t}$ $0,311 > 0,306 > 0,235$, baik pada taraf signifikan 1 % maupun pada taraf signifikan 5 %. Koefisien Penentu (KP) = 9,6 % mengandung makna bahwa kontribusi dari komunikasi persuasif orangtua terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* sebesar 9,6 %. Sedangkan sisanya 90,4 % disebabkan oleh faktor – faktor lainnya, seperti komunikasi teman, komunikasi guru dan lain-lain.

Kata Kunci : Komunikasi persuasif dan Play stations.

PENDAHULUAN

Komunikasi mempunyai peranan yang penting sekali yang dapat mengatur kehidupan manusia. Dalam kehidupan Indonesia yang modern sekarang ini, kita menyaksikan bahwa komunikasi yang bersifat persuasif yang kita terima setiap hari, dari media massa yang digunakan untuk iklan-iklan itu bertujuan untuk mengatur pola komunikasi kita. Komunikasi persuasif itu sendiri dapat diartikan sebagai penyampaian pesan yang mengandung upaya yang dilakukan oleh komunikator dengan sadar untuk mengubah sikap dan perilaku orang lain.

Pesan yang disampaikan harus mengandung ajakan, bujukan himbauan, atau rayuan yang dapat membangkitkan dan meyakinkan kesadaran pribadi disertai dengan rasa senang, sehingga bentuk perubahan sikap, pendapat, dan perilaku sesuai dengan nilai-nilai sosial dan komunikasi merasa tidak dipaksa untuk menjalankan pesan dari komunikator. Jadi suatu komunikasi yang berhasil apabila komunikannya menjalankan perintah dari komunikator (penyampai pesan).

Komunikator pada komunikasi persuasif disini adalah orang tua sebagai penyampai pesan kepada komunikasi atau anak.

Berhasil atau tidaknya komunikasi tergantung dari peran dari orangtua di dalam mempengaruhi anak untuk menjalankan perintah dari orangtua itu sendiri. Kebiasaan anak yang pada masa peralihan tersebut biasanya susah untuk diatur dan sering melakukan hal-hal yang dilarang oleh kedua orang tuanya. Kebiasaan anak bermain *Play Stations* terutama sampai mengganggu aktivitas sekolah sangat disesalkan oleh orangtua. Bermain yang diharapkan oleh orangtua biasanya adalah setelah anak menyelesaikan kewajibannya belajar setelah berada di rumah, baru kemudian diberikan waktu untuk bermain.

Tampaknya tidak ada anak di wilayah tertentu di Lampung yang tidak mengetahui apa itu *Play Stations*. Ini implikasi dari meluasnya pengaruh *Play Stations* di Indonesia dan juga di seluruh dunia.

Permainan *Play Stations* ini merupakan permainan berbasis program komputer yang memberikan jenis permainan baru yang sangat disukai anak-anak. Permainan ini disukai karena banyak menawarkan beraneka ragam tema, gambar serta efek suara yang menarik. Anak dapat memainkan permainan sepak bola, balap mobil, balap motor, permainan detektif, penelusuran hutan rimba, dan beragam tema lainnya. Selain itu anak juga dapat memilih tokoh dalam cerita tersebut yang diimajinasikannya sebagai dirinya, misalnya anak memilih dirinya sebagai "Rambo" yang mempunyai senjata yang canggih untuk menumpas penjahat, atau anak dapat memilih jenis mobil yang paling cepat agar dapat memenangkan permainan balap mobil dalam permainan *Play Stations* balap, dan lain-lain (Ferdi, , 2010 : 9). Selain itu, *Play Stations* juga mempunyai keunggulan mudah dioperasikan.

Komunikasi Persuasif

Dalam kehidupan sehari-hari seseorang membutuhkan kemampuan berkomunikasi untuk mentransfer ide-ide diantara individu. Setiap individu yang melakukan komunikasi akan menginginkan adanya efek tertentu, sebab dalam komunikasi ada yang menyampaikan pesan dan ada yang menerima pesan. Dalam studi ilmu komunikasi obyek kajiannya bukan hanya menyampaikan informasi semata, tetapi juga adanya pembentukan sikap dan perilaku pendengarannya. Dengan kata lain bahwa apabila seseorang melakukan komunikasi, orang tadi bukan hanya memberitahu, namun mengandung tujuan agar orang yang dihadapinya melakukan sesuatu tindakan yang diinginkannya, maka pangkat yang diberikan komunikasi semacam ini menjadi komunikasi persuasif.

Secara jelas definisi persuasif telah diungkapkan dalam buku *Persuasion Reception and Responsibility* bahwa persuasif adalah "sebagai usaha dengan sadar dalam rangka untuk mengidentifikasi pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif manusia terhadap tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya" (Larson, dalam Rakhmat, 2000 : 45). Gambaran definisi di atas dapat kita lihat adanya penggunaan logika terhadap motif-motif internal dari audience untuk tujuan tertentu yaitu mempengaruhi perubahan. Dengan metode ini pesan-pesan sering didengar, yang menyebabkan perubahan dalam sikap atau perilaku sipenerima pesan.

Komponen dalam Proses Komunikasi

Berbicara tentang komunikasi sebagai suatu system, berarti membicarakan unsur-unsur yang terkait dalam proses dimana komunikasi berlangsung. Achmad (dalam Mulyana, 2001 : 21) menyatakan bahwa unsur-unsur pokok komunikasi meliputi pengirim, penerima, bidang pengalaman, pesan-pesan, saluran, gangguan, tanggapan balik, efek dan

konteks. Jika dicermati proses berlangsungnya komunikasi seperti yang dikemukakan di atas, maka tersirat beberapa komponen. Menurut Cangara (dalam Mulyana, 2001 : 21), dikatakan komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Artinya, komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek.

Kebiasaan

Kebiasaan adalah titik temu dari pengetahuan – keterampilan – dan keinginan.

Kebiasaan adalah hal-hal yang kita lakukan berulang-ulang. Kebiasaan seperti berjalan sendiri, bahkan kadangkala kita tidak menyadarinya apakah kebiasaan itu bisa membawa kita kepada kesuksesan atau sebaliknya.

Bermain

Bermain sebagai bentuk kegiatan yang melibatkan anak secara aktif, bebas memilih, dilakukan atas motivasi sendiri, dan menyerupai kegiatan dalam kehidupan nyata sesuai dengan khayalan anak, menyenangkan, adanya interaksi dengan orang lain atau obyek manipulatif sesuai dengan pilihannya, tanpa paksaan dari orang dewasa, dan berorientasi tujuan (Slentz dan Krogh, dalam Rakhmat, 2000 : 22).

Bermain bermakna sebagai *play* bisa menjadi aktivitas yang dilakukan seseorang tanpa melibatkan orang lain, sehingga kesenangan dan kepuasan itu datang dari diri sendiri. Bermain bermakna sebagai *games*, kesenangan, kepuasan yang diperoleh seseorang harus melibatkan kehadiran orang lain. Tanpa kehadiran orang lain (pihak kedua sebagai lawan) maka *games* tidak dapat terjadi. Bermain sebagai *games* merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang dalam rangka

memperoleh kesenangan dan kepuasan setelah mengungguli kemampuan lawan mainnya.

Tedjasaputra (dalam Rakhmat, 2000 : 97) menyebutkan beberapa ciri kegiatan bermain, antara lain: 1) Dilakukan berdasarkan motivasi intrinsik, maksudnya muncul atas keinginan sendiri serta untuk kepentingan sendiri. 2) Perasaan dari orang yang terlibat dalam kegiatan bermain diwarnai oleh emosi-emosi yang positif. Walaupun emosi yang positif tidak tampil, setidaknya kegiatan bermain memiliki nilai (*value*) bagi anak., 3) Fleksibilitas yang ditandai mudahnya kegiatan beralih dari satu aktivitas ke aktivitas lainnya. 4) Lebih menekankan pada proses yang berlangsung dibandingkan pada hasil akhir. Saat bermain perhatian anak lebih berpusat pada kegiatan yang berlangsung dibandingkan tujuan yang ingin dicapai. 5) Bebas memilih, ciri ini merupakan elemen yang sangat penting bagi konsep bermain pada anak-anak. 6) Mempunyai kualitas pura-pura. Kegiatan bermain mempunyai kerangka tertentu dan memisahkannya dari kehidupan nyata sehari-hari. 7) Bebas dari aturan-aturan yang ditetapkan dari luar. 8) Keterlibatan aktif dari pemain.

METODE PENELITIAN

Pengambilan data melalui penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan bersifat tertutup yang alternatif jawabannya telah disediakan. Ketentuan jawaban disediakan sebanyak 3 (tiga) alternatif jawaban. Jawaban dari masing-masing pertanyaan akan diberikan skor antara 1-3 dengan perincian untuk jawaban A diberi skor 3, jawaban B diberi skor 2 dan untuk jawaban C diberi skor 1. Rumus statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus korelasi *Product Moment*.

Dalam penelitian ini Variabel bebas (X) yaitu komunikasi persuasif orang tua ini

dengan indikator: a) Kemampuan orangtua mengarahkan anak b) Kemampuan orangtua sebagai teladan dan c) Kemampuan orangtua dalam menjaga harmonisasi dalam keluarga dan Variabel terikat (Variabel Y), yaitu kebiasaan anak bermain *Play Stations*. dengan indikator sebagai berikut :a) Rental *Play Station* buka non stop b) Rental *Play Station* berdekatan dengan sekolahan c) Rental *Play Station* menawarkan berbagai macam *game*.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 68 anak-anak laki-laki yang memenuhi syarat untuk dijadikan populasi penelitian, karena populasi kurang dari 100 maka sampel diambil dari seluruh populasi.

Analisis data kuantitatif untuk mengetahui pengaruh variabel X dengan menggunakan angka-angka dan perhitungan dan rumus statistik. Rumus statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus korelasi *Product Moment*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : Hubungan antara variabel x dan y
 - n : Jumlah anggota sampel
 - Σ : Jumlah
 - x : Skor angket variabel bebas
 - y : Skor angket variabel terikat
 - x^2 : Kwadrat angket variabel bebas
 - y^2 : Kwadrat angket terikat
 - xy : Hasil perkalian angket variabel bebas dan variabel terikat
- (Arikunto, 1997 : 225)

Ketentuan Hipotesis :

H_0 ditolak jika nilai r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} (H_a diterima) dan H_0 diterima jika nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} (H_a ditolak).

Dari hasil perhitungan di atas, dikonsultasi pada skala interpretasi nilai "r" agar dapat diketahui tingkat keeratan hubungan variabel X dan variabel Y. Menurut Arikunto skala interpretasi nilai "r" sebagai berikut :

- Skala interpretasi nilai "r" :
- 0,801 – 1,000 = Sangat tinggi
 - 0,601 – 0,800 = Tinggi
 - 0,401 – 0,600 = Sedang
 - 0,201 – 0,400 = Rendah
 - 0,001 – 0,200 = Sangat rendah
- (Arikunto, 1997 : 260)

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari komunikasi persuasif orang tua terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* pada anak-anak LK 01 Kel Labuhanratu Kec Kedaton Bandar Lampung digunakan rumus Koefisien Penentu (KP) :

$$KP = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

- KP : Koefisien penentu
 - r : Koefisien korelasi product moment
- (Arikunto, 1997 : 260)

HASIL KAJIAN

Setelah kuisisioner disebarkan kepada anggota sampel dan kemudian diteliti yang ternyata terjawab seluruhnya maka selanjutnya diberi skor masing-masing jawaban itu dengan patokan skor sebagai berikut :1) a. diberi skor 3, 2) b. diberi skor 2, 3) c. diberi skor 1.

Sebelum dibahas dalam rumus korelasi *product moment* berikut akan dianalisis menggunakan tabel tunggal yang berdasarkan jawaban dari responden pada sampel 68 Anak-anak LK 01 Kel Labuhanratu Kec Kedaton Bandar Lampung

Tabel 1. Distribusi responden berdasarkan uang saku anak

No	Jumlah Uang Saku	Frek.	(%)
1	≤ 5.000,-	0	-
2	5.000,- – 10.000,-	48	70,59
3	≥ 10.000,-	20	29,41
	Jumlah	68	100

Data diolah, 2014

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat interpretasikan bahwa jumlah uang saku anak kurang dari atau sama dengan Rp.

5.000,- tidak ada, sedangkan anak yang diberi uang saku Rp. 5.000,- – Rp. 10.000,- sangat mendominasi yaitu ada 48 (70,59%) anak, serta ada 20 (29,41%) anak yang mendapatkan uang saku dari orangtuanya di atas atau sama dengan Rp. 10.000,-

Tabel 2 Distribusi responden berdasarkan keamatan hubungan anak dengan orangtua

No	Kategori	Frekuensi	(%)
1	Sangat erat	60	88,24
2	Sedang	8	11,76
3	Kurang	0	0
	Jumlah	68	100

Data diolah, 2014

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat interpretasikan berdasarkan keamatan hubungan anak dengan orangtua bahwa anak yang menjawab sangat erat dengan orangtuanya berjumlah 60 (88,24%) anak, dan ada 8 (11,76%) anak yang menjawab keeratannya dalam kategori sedang, sedangkan tidak ada anak yang menjawab dalam kategori kurang.

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan kebiasaan anak bermain *Play Stations*

No	Kategori	Frekuensi	(%)
1	Sering	57	83,82
2	Jarang	11	16,18
3	Tidak pernah	0	0
	Jumlah	68	100

Data diolah, 2014

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat interpretasikan berdasarkan kebiasaan anak bermain *Play Stations* yaitu anak yang menjawab dalam kategori sering berjumlah 57 (83,82%) anak, dan ada 11 (16,18%) anak yang menjawab jarang bermain *Play Stations*, sedangkan tidak ada anak yang menjawab tidak pernah bermain *Play Stations*.

Berdasarkan tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas anak yang mendapatkan uang saku digunakan untuk bermain *Play Stations*, dan mereka juga mengakui bahwa orangtua mereka sering memberikan nasehat ataupun teguran untuk tidak selalu bermain *Play Station* tetapi mereka masih bermain, serta dari 68 responden atau anak yang dijadikan sampel, maka mayoritas dari mereka sering bermain *Play Stations*.

Data yang sudah diolah, dimasukkan ke dalam rumus *product moment* untuk mengetahui keamatan dari pengaruh komunikasi persuasif orangtua terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* (PS). Adapun rumusnya sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

$$\begin{aligned} n &= 68 \\ \sum X &= 1855 \\ \sum Y &= 1680 \\ \sum X^2 &= 50837 \\ \sum Y^2 &= 41674 \\ \sum X.Y &= 45891 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{68(45891) - (1855)(1680)}{\sqrt{68 \times 50837 - (1855)^2} \cdot \sqrt{68 \times 41674 - (1680)^2}} \\ &= \frac{3120588 - 3116400}{\sqrt{3456916 - 3441025} \cdot \sqrt{2833832 - 2822400}} \\ &= \frac{4188}{\sqrt{15891} \cdot \sqrt{11432}} \\ &= \frac{4188}{126,05 \cdot 106,92} \\ &= \frac{4188}{13477,26} = 0,311 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh $r_{xy} = 0,311$. Apabila dikonsultasikan dengan nilai r pada tabel produk moment $n = 68$, baik pada taraf signifikan 1 % = 0,306 maupun pada taraf signifikan 5 % = 0,235 (*tabel terlampir*),

ternyata r hitung lebih besar dari r tabel atau $0,311 > 0,306 > 0,235$.

Dari data-data di atas dapat digambarkan sebagai berikut :

Ha : Ada pengaruh komunikasi persuasif orangtua terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* (PS) anak-anak Rt 01 Rw 01 Kel Labuhanratu Kec Kedaton Bandar Lampung , di terima.

Berdasarkan data di atas juga menunjukkan bahwa pengaruh komunikasi persuasif orang tua terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* (PS) pada anak-anak LK 01 Kel Labuhanratu Kec Kedaton Bandar Lampung.

Setelah dianalisa data korelasi r produk moment, maka selanjutnya akan disubstitusikan ke dalam Koefesien Penentu untuk mengetahui angka penentu antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KP &= r^2 \times 100 \% \\ &= 0,311^2 \times 100 \% \\ &= 0,096 \times 100 \% \\ &= 9,6 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut di atas diperoleh Koefesien Penentu $KP = 9,6 \%$ mengandung makna bahwa kontribusi dari komunikasi persuasif orang tua pengaruhnya sebesar $9,6 \%$. Sedangkan sisanya $90,4 \%$ disebabkan oleh faktor – faktor lainnya, seperti komunikasi teman, komunikasi guru dan lain – lain.

SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisa kuantitatif ternyata komunikasi persuasif orang tua berpengaruh terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* pada anak-anak LK 01 Kel Labuhanratu Kec Kedaton Bandar Lampung

Hal ini dibuktikan dengan nilai r tabel $r_h > r_t$ $0,311 > 0,306 > 0,235$, baik pada taraf signifikan 1% maupun pada taraf signifikan 5%.

2. Dari perhitungan tersebut di atas diperoleh Koefesien Penentu (KP) = $9,6 \%$ mengandung makna bahwa kontribusi dari komunikasi persuasif orangtua terhadap kebiasaan anak bermain *Play Stations* sebesar $9,6 \%$. Sedangkan sisanya $90,4 \%$ disebabkan oleh faktor – faktor lainnya, seperti komunikasi teman, komunikasi guru dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Mudjito, 2006. *Teknik Komunikasi*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Psikologi Komunikasi*, Bhinneka Cipta, Jakarta.
- Uchjana Effendy, Onong. 2006. *Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung.