

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi memiliki peranan yang penting yang dapat mengatur kehidupan manusia. Setiap hari dimulai dari bangun tidur di pagi hari hingga hendak tidur di malam hari manusia berkomunikasi dengan manusia lain yang ada disekitarnya seperti keluarga, teman-teman sepermainan, dan lain sebagainya. Proses komunikasi manusia dimulai dari lingkungan yang paling dekat dan intim, yaitu keluarga.

Keluarga sendiri merupakan kelompok sosial pertama yang menjadi pilar utama dari proses pembinaan anak oleh orang tua. Proses pembinaan tersebut dilakukan dengan membangun komunikasi yang baik dan efektif antara orang tua dan anak. Menurut Hasan Basri dalam (Effendi, 2012), komunikasi dalam keluarga juga memiliki fungsi sebagai sarana untuk mengungkapkan perasaan kasih sayang antara anggota keluarga, selain itu komunikasi dalam keluarga memiliki fungsi sebagai media untuk menyatakan penerimaan atau penolakan atas pendapat yang disampaikan.

Komunikasi keluarga juga memiliki fungsi sebagai sarana untuk menambah keakraban hubungan seluruh anggota keluarga, dan komunikasi keluarga dapat menjadi barometer bagi baik buruknya kegiatan komunikasi dalam sebuah keluarga. Pada saat masa pandemi *Covid-19* komunikasi keluarga antara orang tua dengan anak menjadi lebih *intens* dari biasanya karena hampir 24 jam orang tua maupun anak banyak menghabiskan waktu dirumah. Oleh karena itu, komunikasi dalam keluarga perlu dibina dan dijaga efektivitasnya dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

“Didalam suatu keluarga, komunikasi tidak hanya berupa proses penyampaian pesan atau informasi dalam lingkup keluarga tersebut, tetapi juga berupaya untuk menciptakan hubungan yang harmonis antar anggota keluarga demi terwujudnya keluarga yang bahagia, sehat jasmani, dan rohani.” (Rimporok,

2015). Komunikasi keluarga yang baik akan menghasilkan hubungan anggota keluarga yang akrab, Hal tersebut dikarenakan kegiatan komunikasi yang terjadi dalam keluarga dapat menambah keintiman hubungan, sehingga anak akan lebih terbuka kepada orang tua karena ia menilai orang tuanya dapat dijadikan sebagai teman bercerita dan orang tua pun akan lebih mendengarkan pendapat yang dikemukakan oleh anaknya karena sudah terbinanya hubungan kekeluargaan yang akrab.

Menurut Suryani (2015), berbicara hubungan orang tua dengan anak yang merupakan bentuk dari komunikasi interpersonal, proses komunikasi interpersonal yang terjadi dapat sangat beragam, seperti terdapat konflik karena perbedaan pandangan atau pendapat terhadap suatu hal. Terdapat pula komunikasi persuasif yang terjadi antara orang tua dengan anak, yang mana kedua belah pihak menyampaikan pesan yang berupaya untuk mengubah sikap ataupun perilaku. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa ajakan, bujukan, himbauan, atau rayuan yang dapat meyakinkan kesadaran pribadi.

“Komunikasi interpersonal sangat penting karena memungkinkan berlangsung secara dialogis dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi interpersonal dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan dan perilaku komunikan, maka bentuk komunikasi interpersonal acapkali digunakan untuk melancarkan komunikasi persuasif.” (Effendy, 2002). Berdasarkan pernyataan tersebut, dan pengalaman pribadi penulis, bila cara komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh orang tua pada anaknya sudah baik maka akan tercipta hubungan yang baik antara keduanya, dengan begitu akan lebih mudah bagi orang tua dalam melancarkan komunikasi persuasif dan memberikan referensinya.

Orang tua mempengaruhi anaknya untuk menjalankan perintah dari orangtua itu sendiri, atau agar anaknya bersikap dan memiliki pemikiran seperti yang diharapkan orang tua. Disisi lain anak pun akan berupaya untuk dapat mempersuasi orang tua nya agar bersikap dan berpandangan seperti yang

diharapkan, tetapi perbedaannya yaitu persuasi yang dilakukan anak kepada orang tuanya cenderung kepada nasehat-nasehat yang disampaikan secara halus dan kontinyu sehingga disertai rasa senang dan orang tua merasa tidak dipaksa untuk menjalankan pesan dari anaknya.

Pada kasus ini peneliti mengambil contoh ketika anak memilih bidang konsentrasi di SMA ataupun segala sesuatu yang berhubungan dengan akademik anak bahkan hingga bidang non akademik seperti merek barang. Berdasarkan pengalaman pribadi penulis, orang tua seringkali mempengaruhi sikap anaknya dalam memilih merek barang mulai dari pakaian, kebutuhan sehari-hari, hingga merek alat transportasi seperti sepeda motor. Hal tersebut biasanya dilakukan orang tua karena ingin anaknya dapat memilih merek yang berkualitas sehingga barang yang sudah dibeli tersebut dapat tahan lama.

Hal tersebut dilakukan oleh orang tua karena mereka menilai anaknya belum sepenuhnya dewasa sehingga belum bijaksana dalam memutuskan pilihannya dan masih perlu dibimbing dalam membuat suatu keputusan. Oleh karena itu penulis mengangkat topik tentang orang tua yang memberikan referensinya dalam pemilihan merek sepeda motor untuk anaknya, karena berdasarkan pengamatan penulis terdapat anak-anak yang meminta sepeda motor kepada orang tuanya tetapi tidak berdasarkan dengan kebutuhan, melainkan berdasarkan keinginan demi tercapainya *Prestige* mereka.

Permasalahannya yaitu orang tua memberikan penilaian pada anak dengan mengutarakan harapannya terkait pemberian referensi dalam memilih merek sepeda motor tertentu, ketika anak menerima pemberian referensi tersebut maka orang tua cenderung tidak memperhatikan dan tidak menilai perilaku anaknya tersebut karena harapan orang tua telah terpenuhi, tetapi ketika anak menolak harapan dari orang tuanya maka orang tua akan memperhatikan dan memberikan penilaian terhadap perilaku tersebut karena harapan orang tua telah dilanggar oleh anak.

Ketika orang tua memberikan referensinya dalam memilih merek sepeda motor tertentu pada anaknya orang tua akan memberikan penilaian pada perilaku anaknya. Pada penilaian tersebut terdapat pemenuhan harapan dan pelanggaran harapan orang tua, contohnya saat orang tua memberikan referensi merek sepeda motor Honda Beat tetapi anaknya justru menolak karena menginginkan sepeda motor bermerek Piaggio dengan tipe Vespa *matic*. Perilaku penolakan tersebut merupakan pelanggaran harapan orang tua oleh anak, lalu orang tua akan cenderung memperhatikan dan memberikan penilaian pada perilaku memilih tersebut karena pilihan anaknya tidak didasarkan dengan kebutuhan tetapi berdasarkan keinginan yang mana orang tua menilai hal tersebut tidak baik.

Mengutip penelitian yang dilakukan oleh Nancy Nurjanah, dkk yang berjudul Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Sepeda Motor dengan Metode *Weighted Product* dapat disimpulkan bahwa sistem pendukung keputusan pembelian sepeda motor dengan metode *Weighted Product* berdasarkan kriteria yaitu harga, teknologi, kapasitas mesin, dan model/design yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli sepeda motor

Dari latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik meneliti komunikasi persuasi orang tua dalam memberikan pengaruh referensinya terhadap sikap pemilihan merk sepeda motor untuk sang anak yang bersekolah di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kota Bogor. Penulis memilih Bogor sebagai lokasi penelitian karena Bogor merupakan kawasan Jabodetabek yang mana kehidupan sosial warganya sudah sangat berkembang. Bogor sendiri merupakan daerah yang memiliki jumlah penduduk yang cukup padat, dan banyak warganya menggunakan alat transportasi roda dua atau sepeda motor. Berdasarkan data dari BPS Jawa Barat jumlah sepeda motor di Bogor (Kota & Kabupaten) yaitu sebanyak 1.693.056 unit dan menjadi penyumbang sepeda motor terbanyak kedua di Provinsi Jawa Barat setelah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Hal tersebut lah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui seberapa banyak siswa MAN 2 Kota Bogor yang saat membeli sepeda motor terpengaruh oleh referensi orang tua nya..

Unit Pelayanan Pendapatan/ Unit Services of Revenues	Roda Empat/ Four Wheels		Sepeda Motor/ Motor Cycles	
	Bukan Umum/ Non Public	Umum/ Public	Bukan Umum/ Non Public	Umum/ Public
Kab. Bogor (Cibinong)	158400	14137	1332133	-
Kota Bogor	90 855	5 886	360 923	-
Kota Sukabumi	20 157	3 163	98 160	-
Kab. Sukabumi I Cbdk	31 343	3 560	311 850	-
Kab. Sukabumi II P.Ratu	13 522	801	153 240	-
Kab. Cianjur	40 507	5 543	376 440	-
Kab. Karawang	80 007	6 525	750 552	-
Kab. Purwakarta	27 621	3 050	270 139	-
Kab. Subang	26 647	2 556	413 232	-
Kota Cirebon	37 813	5 644	147 861	-
Kab. Cirebon I Sbr	41 802	4 162	409 253	-
Kab. Cirebon II Cldg	12 535	1 588	201 721	-

Gambar 1 Data Jumlah kendaraan bermotor di Jawa Barat

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Barat

Alasan penulis memilih responden siswa Bogor karena Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat, jumlah siswa di Bogor yaitu sebanyak 73.330 siswa (Kabupaten) dan 19.658 siswa (Kotamadya) per tahun 2020 yang mana jumlah tersebut sangat banyak, dan MAN 2 Kota Bogor yang memiliki siswa sebesar 1.145 siswa yang heterogen dari berbagai wilayah baik Kota Bogor maupun Kabupaten Bogor.

No. KABUPATEN/KOTA	SD/MI			SMP/MTs			SMA/MA			SMK			TOTAL
	N	S	JML	N	S	JML	N	S	JML	N	S	JML	
Total	3,925,451	512,546	4,437,997	1,102,250	659,557	1,761,807	453,943	255,354	709,297	296,072	797,111	1,093,183	8,002,284
1 KAB. BOGOR	451,619	71,711	523,330	83,227	125,079	208,306	41,300	32,030	73,330	10,737	118,339	129,076	934,042
2 KAB. SUKABUMI	219,731	10,402	230,133	54,115	31,318	85,431	21,902	13,851	35,753	9,391	36,348	45,739	397,056
3 KAB. CIANJUR	231,427	6,340	237,767	63,296	32,469	95,765	14,054	19,139	33,193	21,698	39,261	60,959	427,684
4 KAB. BANDUNG	336,471	26,060	362,531	71,228	64,571	135,799	22,452	31,252	53,704	11,063	47,253	58,316	610,350
19 KOTA BANDUNG	164,191	55,537	219,728	49,806	50,418	100,224	29,206	29,990	59,196	24,221	38,769	62,990	442,138
20 KOTA BOGOR	83,522	21,298	104,820	17,461	25,863	43,324	9,632	10,026	19,658	6,314	31,189	37,503	205,305
21 KOTA SUKABUMI	27,392	5,279	32,671	12,483	3,244	15,727	5,969	1,649	7,618	5,704	6,417	12,121	68,137
22 KOTA CIREBON	27,024	7,782	34,806	14,838	3,549	18,387	9,400	2,371	11,771	3,667	7,919	11,586	76,550

Gambar 2 Data Jumlah Siswa di Jawa Barat

Sumber : Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI



Gambar 3 MAN 2 KOTA BOGOR.

Sumber : man2kotabogor.sch.id

Mengutip dari penelitian yang dilakukan oleh Setyowati,dkk. 2018, dapat disimpulkan bahwa alasan siswa Sekolah Menengah Atas menggunakan sepeda motor ke sekolah dikarenakan tidak ada yang mengantar sebesar 39,4%, dan jarak rumah dan sekolah yang jauh sebesar 11,7%, agar cepat sampai sekolah 18,4%, dan tidak ada angkutan umum dari rumah ke sekolah sebesar 9,8%.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh dari referensi orangtua terhadap sikap pemilihan merk sepeda motor siswa MAN 2 Kota Bogor?
2. Seberapa besar pengaruh referensi orangtua dalam penentuan sikap pemilihan merk sepeda motor siswa MAN 2 Kota Bogor?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh referensi orangtua terhadap sikap pemilihan merk sepeda motor siswa MAN 2 Kota Bogor
2. Untuk mengetahui besaran pengaruh dari referensi orangtua terhadap sikap pemilihan merk sepeda motor siswa MAN 2 Kota Bogor.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan dalam penelitian bidang komunikasi yang berfokus pada komunikasi persuasif dengan mengkaji lebih lanjut mengenai teori hubungan interpersonal, yaitu menguji teori Pelanggaran Harapan dengan menggunakan objek penelitian siswa MAN 2 Kota Bogor.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan serta sebagai sumber informasi bagi masyarakat dan bagi *dealer-dealer* sepeda motor agar dapat mengkomunikasikan dan menginformasikan tentang produk-produk terbarunya kepada orang tua, sehingga orang tua memiliki gambaran tentang manfaat, varian terbaru, dan keunggulan dari sepeda motor yang mereka jual tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 berisi tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan dari penelitian, Manfaat dari Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 membahas tentang kajian teori yang relevan dengan penelitian yaitu Penelitian Terdahulu, Komunikasi Persuasif, Referensi atau rujukan, Orangtua, Sikap, Merek, Teori Pelanggaran Harapan, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab 3 membahas mengenai Metodologi Penelitian yang digunakan, Operasionalisasi Variabel, Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel, Metode Analisis Data, Uji Hipotesis, serta Waktu Penelitian.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab 4 Berisikan mengenai analisa hasil – hasil dari penelitian untuk memberikan jawaban terhadap masalah penelitian serta menganalisa data secara statistik.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab 5 memuat tentang pemahaman peneliti terhadap masalah yang telah diteliti yang berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Berisi mengenai data pendukung untuk penelitian.