

**POLA KOMUNIKASI PERSUASIF IBU TERHADAP BALITA  
DALAM MENONTON VIDEO COCOMELON  
YOUTUBE CHANNEL  
(Analisis Deskriptif Di Desa Bandar Setia Kecamatan  
Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**JIHAN HANDAYANI  
198530142**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
Medan  
2024**

**POLA KOMUNIKASI PERSUASIF IBU TERHADAP BALITA  
DALAM MENONTON VIDEO COCOMELON YOUTUBE  
CHANNEL**

**(Analisis Deskriptif Di Desa Bandar Setia Kecamatan  
Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area**

**OLEH :**

**JIHAN HANDAYANI  
198530142**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**Medan  
2024**



## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain dari berbagai sumber, telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika dalam penulisan karya ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 2023



JIHAN HANDAYANI

198530142

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jihan Handayani  
NPM : 198530142  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pola Komunikasi Persuasif Ibu Terhadap Balita Dalam Menonton Youtube Cocomelon Youtube Channel (Analisis Deskriptif Di Desa Bandar Setia Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan



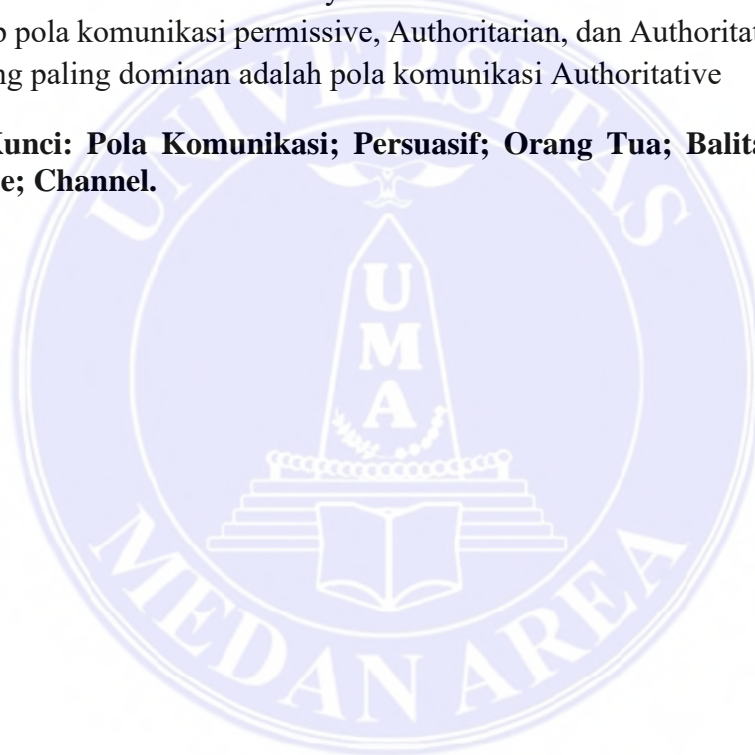
Jihan Handayani



## ABSTRAK

Adanya Teknologi yang berkembang pesat, salah satunya yaitu youtube kids yang menyediakan versi layanan berorientasi anak anak channel cocomelon menempati peringkat 1 pada kategori saluran Pendidikan youtube kids di dalamnya. Peran orang tua dalam memberikan konsumsi konten cocomelon terhadap anak terhadap anak sangat dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi persuasive itu terhadap balita dalam menonton youtube channel cocomelon di desa bandar setia. Teori yang digunakan terkait pola komunikasi orang tua dan anak yaitu teori Baumrind. Metode yang digunakan dalam penulisan ini yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian ini menyimpulkan pola komunikasi persuasive ibu terhadap balita dalam menonton channel youtube cocomelon di desa bandar setia adalah terhadap pola komunikasi permissive, Authoritarian, dan Authoritative. Sedangkan pola yang paling dominan adalah pola komunikasi Authoritative

**Kata Kunci: Pola Komunikasi; Persuasif; Orang Tua; Balita; Cocomelon; Youtube; Channel.**



## **ABSTRACT**

*The role of parents in providing children with cocomelon content is very necessary. This research aims to determine the persuasive communication patterns for toddlers when watching the Cocomelon YouTube channel in Bandar Setia village. The theory used regarding parent-child communication patterns is Baumrind's theory. The method used in this writing is descriptive qualitative. towards permissive, authoritarian and authoritative communication patterns. Meanwhile, the most dominant pattern is the Authoritative communication pattern*

**Keywords: Communication Patterns; Persuasive; Parent; Toddler; Cocomelon; YouTube; Channels.**



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Desa Bandar Setia Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Pada tanggal 10 Januari 2001 dari Bapak Sukisno dan ibu Sugiyanti Penulis merupakan putri ke 1 (satu) dari 2 (dua) bersaudara.

Tahun 2019 penulis lulus dari MAN 1 dan pada tahun 2019 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Saat berkuliah di Universitas Medan Area peneliti melaksanakan peraktek kerja lapangan (PKL) di Ninja Xpres (Exspedisi).





## KATA PENGANTAR

Segala puji hanya tercurahkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan begitu banyak limpahan nikmat penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini secara maksimal dan optimal. Sholawat dan salam semoga senantiasa tersampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah begitu banyak mengajarkan kebijakan dan menyebarkan ilmunya pada semua umatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Untuk itu sudah seleyaknya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, bapak Sukisno, dan Ibu Sugiyanti, yang selalu memberikan yang terbaik buat anak-anaknya dan mendidik, mendo'akan juga memberi nasehat serta bimbingannya untuk selalu semangat menjalani kehidupan yang dijalani sekarang maupun nanti kedepannya.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Wahid Mestafah Sembiring, S.Sos, M.IP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, Sos. MAP Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Social dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
5. Ibu Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar. M.Si selaku Dosen pembimbing I saya yang telah memberikan arahan, masukan dan memberikan waktu selama penyusunan skripsi ini.

6. Ibu An Nisa Dian Rahma, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing II saya, yang terus memberikan bimbingan, dan juga arahnya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Angga Tinova Yudha, S.I.Kom, M.I.Kom selaku sekretaris skripsi penulis yang telah banyak memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta staff Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
9. Sahabat saya, Yuli Agustina yang selalu membantu saya dalam proses penyelesaian Skripsi ini, serta Dhea Arwinda Effendi . Shinta Wulan Purnama, & Alia Tasya yang selalu memberikan dukungannya terhadap saya.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan Prodi Ilmu Komunikasi khususnya kelas Bilingual stambuk 2019.
11. Teman-teman dekat dan bahkan orang-orang terdekat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya, Teman-teman yang sudah memberikan semangat, waktunya serta doanya.

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	
I. PENDAHULUAN	
1.1 latar Belakang	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
1.2 Fokus Penelitian	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pola Komunikasi	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.2 Pola Komunikasi Orang Tua Dan Anak	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.3 Komunikasi Persuasif	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.3.1 Pengertian Komunikasi Persuasif	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.3.2 Tujuan Komunikasi Persuasif	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.3.3 Unsur Unsur Komunikasi Persuasif	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.3.4 Peroses Komunikasi Persuasif	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.3.5 Efektivitas Komunikadi Persuasif	
.....	<b>Erro</b>
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.3.6 Bentuk Komunikasi Persuasif Orang Tua Terhadap Anak.....	20

2.4 Youtube Channel Cocomelon .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.5 Anak Usia Dini .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.6 Penelitian Terdahulu .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
2.7 Kerangka Berfikir.....	30
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
3.2.2 Waktu Penelitian .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
3.3 Informan Penelitian .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
3.4 Sumber Data .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	Erro
<b>r! Bookmark not defined.</b>	
3.6 Teknik Analisis .....	37
3.7 Teknik Kebahasaan Data.....	38
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian .....	39
4.2 Letak Geografis dan Batas Administrasi .....	40
4.3 Keadaan Sosial Masyarakat .....	42
4.4 Hasil Penelitian .....	42
4.4.1 Hasil Wawancara Penilitan .....	43
4.4.2 Keabsahaan Data .....	44
4.4.3 Pembahasan.....	67
4.4.4 Faktor Pendukung dan Penghambat.....	77
V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan .....	80

5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	83





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Chanel Youtube Cococmelon- Nursery Rhymes **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 7 Kerangka Berfikir. Sumber :Peneliti,2023 ..... **Error! Bookmark not defined.**



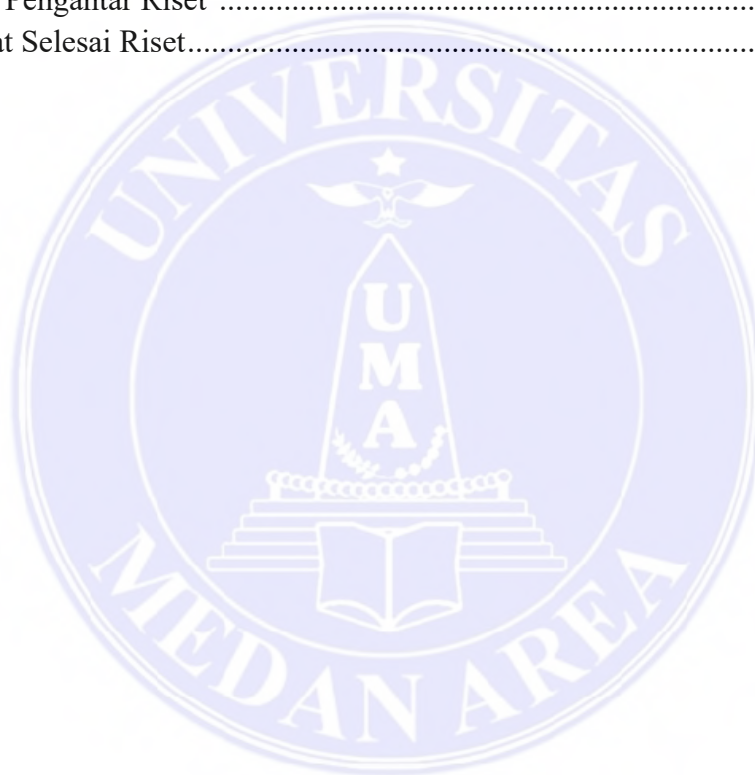
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.1.2 Waktu penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.2 Informan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3 Observasi.....	81



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Wawancara .....	86
2. Draft Observasi .....	87
3. Wawancara Bersama Ibu Nanda .....	88
4. Wawancara Bersama ibu Annur .....	88
5. Wawancara Bersama Ibu Aisyah .....	88
6. Wawancara Bersama ibu Nur Seriani .....	89
7. Wawancara Bersama Ibu Hazizah .....	89
8. Kegiatan Ibu Nanda Dengan Alifah .....	90
9. Surat Pengantar Riset .....	91
10. Surat Selesai Riset.....	92



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat dan semakin canggih telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan manusia. Berbagai kemudahan telah dirasakan seperti kemudahan dalam mencari informasi, berkomunikasi serta kemudahan dalam bertransaksi hingga perkembangan ini memicu cara baru dalam kehidupan masyarakat. Teknologi informasi sudah memasuki segala bidang kehidupan manusia hingga berbagai jenis lapisan masyarakat. Seiring dengan perkembangan waktu kemajuan teknologi saat ini melahirkan sebuah media yang banyak diminati oleh masyarakat yakni. media baru atau *new media* .

Media baru adalah suatu media yang berbasis internet yang dapat digunakan dengan telepon genggam atau komputer yang memiliki koneksi internet. Dengan ketersediaanya yang luas sehingga memudahkan setiap individu untuk melakukan komunikasi dari jarak jauh. Media baru disebut juga dengan media digital yang memuat gabungan dari data, teks, suara dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital hingga dapat disebarluaskan melalui jaringan internet (Flew, 2008: 2-3).

Salah satu bentuk dari media baru adalah media sosial. Media sosial merupakan fitur berbasis website yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi melalui jaringan, manusia dapat melakukan pertukaran pesan, kolaborasi dan saling

berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* dan lainnya. (Puntoadi, 2011:1).

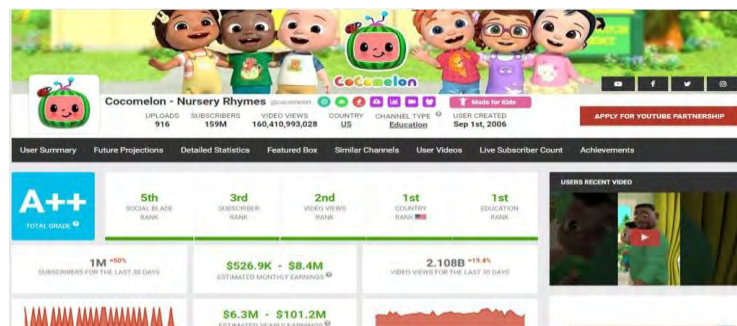
*Youtube* adalah salah satu bagian dari media sosial yang mampu memberikan dampak signifikan bagi manusia, Hal ini dapat dilihat dari hasil riset yang dilakukan oleh lembaga Google yang berkolaborasi dengan Kantor TNS yang menyatakan bahwa 92% pengguna Indonesia mengatakan YouTube merupakan pilihan pertama ketika hendak mencari informasi, edukasi, bahkan hiburan. Pengguna Youtube di Indonesia berpendapat bahwa media sosial ini dapat memudahkan seseorang dalam mencari berbagai konten yang menarik dengan berbagai ragam topik. ([www.tnsglobal.com](http://www.tnsglobal.com))

Teknologi yang berkembang pesat saat ini tidak hanya dipergunakan orang dewasa saja tetapi anak-anak usia dini yaitu periode *golden age* juga sudah di perkenalkan dengan berbagai teknologi, anak usia *golden age* atau tahap keemasan merupakan tahap perkembangan kognitif manusia paling awal dan memiliki potensi yang baik untuk menjadi awal perkembangan jika diberi stimulus yang baik. Anak periode *golden age* adalah anak-anak berumur 2-5 tahun dimana ada nya optimalisasi pertumbuhan dan perkembangan anak dimana masa keemasannya. Maka, dari itu *golden age* adalah masa terpenting bagi anak. Aplikasi baru khusus anak berupa *YouTube Kids* dengan konten video yang merupakan produk utamanya adalah suatu langkah yang tepat dalam pemberian stimulus pada anak usia dini. Mengonsumsi konten video yang sesuai dengan umurnya dan dengan durasi waktu yang ditentukan adalah kelebihan dari *Youtube Kids*.



Para orang tua memberikan konsumsi *YouTube Kids* untuk melibatkan anak-anak mereka dalam Program Kartun Animasi dan Lagu Anak untuk memberikan konten *edutainment (education and entertainment)* berkualitas baik kepada anak-anak mereka, dengan memberikan hiburan tayangan cocomelon bisa membantu metrik seorang anak balita banyaknya video edukasi yang bisa di pelajari. Saat ini, *Channel Youtube CoComelon* yang menempati peringkat satu pada kategori saluran pendidikan channel YouTube anak yang memiliki segmentasi penonton anak usia dini, dan memiliki jumlah subscriber tertinggi diantara saluran saluran pada satu kategori dengan Cocomelon. Youtube cocomelon memiliki 157 Juta subscribe dan memiliki 858 video yang setiap harinya bisa menembus 2 juta viwers tayangan video.

**Gambar 1 1 Chanel Youtube Cococomelon- Nursery Rhymes**



sumber : <https://www.youtube.com/CoComelon>

Chanel cocomelon memiliki video animasi yang bisa mempengaruhi anak baik pengaruh positif mau pun pengaruh negatif. Hal ini tentunya sangat mementingkan peran orang tua. Kurangnya pola komunikasi antara ibu dan anak akibat pemberian tontonan video cocomelon terhadap anak dan kurangnya bahasa intraksi yang baik akibat kebanyakan menonton tayangan video *yaotube cocomelon* dapat berpengaruh negatif terhadap anak.

Menonton *YouTube* pada masa sekarang ini lebih digemari dari pada menonton tayangan yang ada di televisi. Tayangan-tayangan yang terdapat dalam *YouTube* akan berpegaruhnya terhadap anak dalam berkomunikasi dilingkungan. Suatu hal yang tidak dapat dipungkiri adalah tayangan yang disuguhkan *YouTube* sangat mempengaruhi perkembangan pola pikir anak.

Komunikasi persuasif sangat penting untuk dijadikan sebagai wadah interaksi seorang ibu terhadap anak balita berumur 2-5 tahun, seperti bagaimana ibu membimbing anak balita dalam memberi tontonan video cocomelon dengan batasan waktu tertentu. Melalui Pola komunikasi persuasif ibu terhadap anak balita inilah kita dapat melihat bagaimana komunikasi yang terjalin antara ibu terhadap anak berumur 2-5 tahun dalam mencegah dampak yang terjadi dalam kecanduan menonton youtube cocomelon. Adapun tayangan cocomelon yang sering dilihat Anak Balita dalam menonton cocomelon seperti tayangan video *Wheel on the Bus* menggambarkan karakter yang sedang bernyayi di dalam Bus dengan Gerakan sebuah tubuh dan benda yang berkaitan dengan Bus. Dan juga tayangan *Peek A Boo* yang menggambarkan karakter ibu dan ayah yang sedang bermain Bersama anak balita. *Baby shark* dimana sebuah animasa ikan di dalam laut yang

mengenalkan dari bapak,ibu, sampai nenek, tayang ini merupakan tayangan yang di gemarin anak dan tertarik Ketika di putarkan tayangan *baby shark*.

Di Desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang banyak anak balita yang berumur 2-5 tahun di beri oarang tuanya *handphone* untuk menonton tayangan *youtube cocomelon* sebagai sarana pembelajaran dan dapat membantu orang tua dalam pekerjaan rumah dan bagaimana komunikasi ibu terhadap anak dalam membujuk atau menasehati bahkan mengajak berkomunikasi dengan mengalihkan kegiatan lain seperti mengajak melakukan aktifitas yang ada di dalam rumah maupun lingkungan luar rumah. Dan juga mengetahui bagaimana cara ibu dalam membujuk atau mengajak anak Ketika kecanduan. Dalam tayangan youtube juga dapat mempengaruhi anak balita dalam menonton cocomelon Ketika menonton youtube atau ingin melihat dengan kesepakatan komunikasi anatar ibu dan anak balita. Maka dari itu peneliti tertaik melakukan penelitian dengan judul, “POLA KOMUNIKASI PERSUASIF IBU TERHADAP BALITA DALAM MENONTON VIDEO COCOMELON YOUTUBE CHANEL “

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ini adalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan dan mendekati pada pokok fokus di teliti yang yang akan dibahas agar peneliti lebih terarah. Sehingga Tujuan Penelitian akan tercapai. Penelitian ini akan berfokus apa judul peneliti yang tertera sebagaimana berfokus pada Pola Komunikasi Ibu Terhadap Balita dalam Menonton Video *Cocomelon Youtube Chanel* di Desa Bandar Setia

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka ada beberapa rumusan masalah yang peneliti simpulkan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pola Komunikasi Persuasif Ibu Terhadap Balita Dalam Menonton Video Cocomelon Youtube Channel di Desa Bandar Setia
2. Bagaimanakah faktor Penghambat dan Pendukung Terhadap Balita dalam menonton video Cococmelon Youtube Channel di Desa Bandar Setia

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah yang tertera diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis Pola komunikasi persuasif Ibu Terhadap Balita Dalam Menonton Video cocomelon Youtube Chanel di desan Bandar Setia
2. Untuk mengetahui adakah hambatan dalam Pola komunikasi persuasif Pada Balita Dalam Menonton Video cocomelon Youtube Chanel Di Desa Bandar Setia

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis  
dari hasil penelitian ini, dapat memberikan informasi dan menambah wawasan bagi para pembacanya, agar mengetahui bagaimanan pola

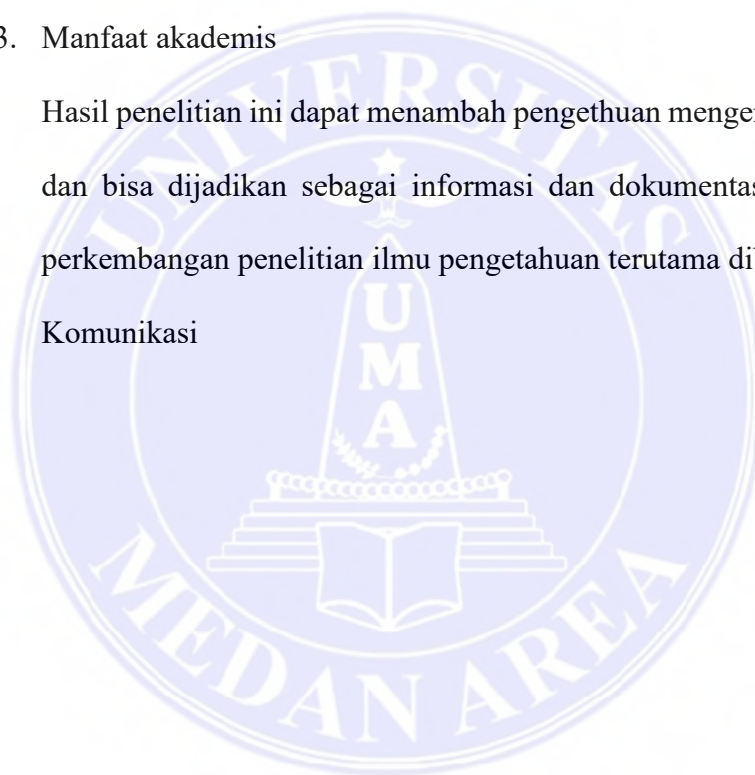
komunikasi persuasif yang efektif, khususnya dalam mencegah pada balita menonton video youtube chanel

2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman atau edukasi kepada orang tua dan anak usia dini di masyarakat masyarakat lain tentang dampak positif dan negatif mengenai bahaya dari kecanduan menonton video youtube chanel

3. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai peran media dan bisa dijadikan sebagai informasi dan dokumentasi ilmiah untuk perkembangan penelitian ilmu pengetahuan terutama dibidang Komunikasi





## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pola Komunikasi**

Menurut Djamarah dalam Sentosa (2015;497) pola komunikasi didefinisikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi adalah sebuah alur yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan yang bertujuan mengubah pendapat, keyakinan dan perilaku.

Pola komunikasi menurut (U.Effendi, 2008:33) merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan sebuah pesan sehingga memperoleh feedback dari penerima pesan, pada proses komunikasi akan timbul pola atau model dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan dengan proses komunikasi.

Menurut (Djamarah, 2004:1) pola komunikasi adalah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sedangkan pola komunikasi dalam KBBI (kamus besar bahasa Indonesia) adalah model, sistem, cara kerja dan sebagainya. Dalam menyampaikan pesan komunikator dan komunikan dapat dilakukan secara langsung ataupun menggunakan media tertentu seperti telepon seluler atau media informasi lainnya.

Menurut Tubbs dan Moss dalam Sentosa (2015 : 497) pola komunikasi dapat dicirikan oleh komplementaris atau simetris. Dalam hubungan komplementer satu bentuk perilaku dominan dari satu partisipan mendatangkan perilaku tunduk

dan lainnya sedangkan dalam simetris tingkatan seseorang dalam berinteraksi didasarkan pada kesamaan.

Komunikator harus memiliki kredibilitas. Kredibilitas akan memengaruhi kepercayaan dan mendorong terjadinya internalisasi dalam diri komunikan. Internalisasi terjadi bila orang yang menerima pengaruh melakukan sesuatu yang dianjurkan karena sesuai dengan sistem nilai yang dimilikinya, atau dipandang berguna bagi kehidupannya.

Ada tiga faktor pembentukan pola komunikasi seseorang yaitu :

1. Proses sejarah atau pengalaman masa lalu yang kemudian membentuk kebiasaan-kebiasaan yang menjadi bagian dari kepribadian
2. Kapasitas diri seseorang sebagai akibat dari faktor pendidikan, pelatihan serta pengalaman hidup diri seseorang dalam menempuh kehidupan; dan
3. Maksud dan tujuan dari aktivitas komunikasi

kepada penyesuaian pesan, metode, dan media yang digunakan. Berdasar pada penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa pola komunikasi merupakan bentuk dan model komunikasi yang menekankan adanya timbal balik pesan antara komunikator dan komunikan sehingga diperoleh pemahaman yang sama..

## **2.2 Pola Komunikasi Orang Tua Dan Anak**

Pola komunikasi di sini juga dimaknai sebagai pola asuh orang tua terhadap anaknya. Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah pola asuh atau parental control terhadap penggunaan gawai, khususnya penggunaan youtube. Parental control meliputi bagaimana orangtua mengontrol, membimbing serta memberikan pendampingan pada anak anaknya selama masa perkembangan anak. Komunikasi

yang tidak efektif dalam keluarga akan menimbulkan permasalahan dan kerugian dari kedua pihak, baik orang tua maupun anak.

Terdapat tiga pola komunikasi di dalam hubungan orang tua dan anak (Baumrind, 2003) yaitu :

*a. Permissive*

Pola komunikasi orang tua dengan tipe permissive memiliki acceptance yang tinggi namun kontrol rendah terhadap anaknya. Orang tua memberikan kebebasan pada anak dan banyak berdiskusi untuk mendapat kesepakatan bersama mengenai aturan-aturan dalam keluarga. Anak memiliki ruang untuk menyampaikan keinginan dan pendapatnya.

*b. Authoritarian*

Tipe authoritarian atau disebut juga sebagai tipe otoriter, yaitu tipe orang tua yang berupaya untuk membentuk, mengendalikan, dan mengevaluasi perilaku anak sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh orang tua. Orang tua dengan tipe otoriter memiliki acceptance yang rendah, namun memiliki kontrol tinggi dan cenderung memberikan hukuman fisik atau tindakan yang tegas.

*c. Authoritative*

Pola komunikasi orang tua dengan tipe authoritative mengarahkan anak dalam untuk berpikir dan bertindak rasional. Orang tua memiliki acceptance dan kontrol yang tinggi. Memiliki aturan yang disepakati dengan menyesuaikan pada minat dan kebutuhan anaknya.

## 2.3 Komunikasi Persuasif

### 2.3.1 Pengertian Komunikasi Persuasif

Secara etimologis, istilah persuasi (*persuasion*) bersumber dari perkataan latin, *peruasio*, yang kata kerjanya adalah *persuader*, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu (Soemirat, 2017).

Secara terminologis, Larson (1973) menyatakan *persuasion defined as the cocreation of a state of identification or alignment between as source and a receiver that results from the use of symbols* (persuasi sebagai penciptaan bersama dari suatu pernyataan identifikasi atau kerja sama di antara sumber pesan dengan penerima pesan yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol).

Beberapa ahli lainnya telah mengemukakan definisi persuasi, namun kita dapat mengambil makna dari persuasi, yaitu melakukan upaya untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawidan halus, dengan akibatnya munculnya kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai dengan yang dikatakan *persuader/komunikator* (Soemirat, 2017).

Dari definisi tersebut dapat dikatakannya bahwa hal utama dari komunikasi persuasi adalah mempengaruhi pendapat dan sikap penerima pesan. Dalam prosesnya, persuasi dapat dilakukan baik secara rasional maupun emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seorang dapat dipengaruhi.

Aspek-aspek yang dipengaruhi dapat berupa ide ataupun konsep, sehingga pada orang tadi terbentuk keyakinan (Mar'at, 1982).

De Vito yang dikutip oleh Deddy Mulyana menjelaskan bahwa pembicaraan persuasif mempertengahan pembicaraan yang sifatnya memperkuat,

memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasive.

Menurut K.Andeerson, yang dikutip oleh deddy mulyana komunikasi persuasif didefinisikan sebagai akhlak perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Yang dikehendaki dalam komunikasi persuasif adalah perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikan sendiri. Komunikasi persuasif menggunakan informasi tentang situasi psikologis dan sosiologis serta kebudayaan dari komunikan untuk mempengaruhinya dan mencapai perwujudan dari yang diinginkan oleh message. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi kita menjadi persuasif atau bisa mempengaruhi orang lain, yaitu:

Komunikator agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator menjadi persuasif, maka komunikator harus mempunyai kredibilitas yang tinggi. Yang dimaksud dengan kredibilitas disini adalah komunikator yang mempunyai pengetahuan, terutama tentang apa yang disampaikan.

- a. Pesan, merupakan hal-hal yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, yang bertujuan agar komunikan melakukan hal-hal yang disampaikan dalam pesan tersebut.
- b. Saluran, media atau sarana yang digunakan supaya pesan dapat disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Supaya komunikasi



bisa persuasif, maka media atau saluran yang digunakan harus tepat. Saluran atau media harus dipertimbangkan karakteristik kelompok sasaran, baik budaya bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain.

- c. Penerima, yaitu orang-orang yang menerima pesan dari komunikator, yang biasa disebut dengan komunikan. Dalam berkomunikasi, khalayak sasaran komunikan juga perlu menjadi perhatian. Bagaimana karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain, sangat dibutuhkan dalam memformulasikan pesan yang akan disampaikan.

komunikasi persuasif sangat banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Seperti iklan, ceramah, himbuan dan sebagainya. Dalam konteks komunikasi antar pribadi (interpersonal communication) komunikasi persuasif juga banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Ada tiga variabel utama yang biasa digunakan untuk melakukan komunikasi persuasif yaitu: sikap (*attitudes*), kepercayaan (*beliefs*), dan perilaku (*behaviors*), yang memiliki tujuan untuk memberikan pengaruh kepada komunikan dari komunikator terhadap kepercayaan sikap hingga perilaku komunikan. Dimana komunikasi ini akan memberikan dampak yang membuat komunikan bertindak sesuai dengan apa yang diminta oleh komunikator.

Sebuah proses komunikasi, berkomunikasi kepada manusia dengan pendekatan persuasif, dengan begitu dapat diiringi etika yang baik serta dengan penerapan teknik dan teknologi, dalam pelaksanaan pembangunan merupakan rangsangan yang kuat bagi kesadaran bermasyarakat sehingga diharapkan menjadi



acuan bagi masyarakat dalam berperilaku pembangunan yang etis. Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diutarakan maka dapat dipahami bahwa komunikasi persuasif adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk mengubah kepercayaan sikap dan perilaku dengan mempengaruhi aspek-aspek psikologis komunikan.

Pendekatan harapan -nilai memiliki dua komponen utama , yakni kognisi dan afeksi ( kepala dan hati ). Menurut (Perloff,2003), Jika sikap dianggap sebagai fungsi dari nilai-nilai yang diharapkan terhadap objek sikap, harapan yang berhubungan dengan atribut adalah kemungkinan subjektif dari atribut yang ada pada objek sikap . Nilai dari objek sikap tertentu adalah evaluasi terhadap objek sikap tersebut. Nilai harapan model ini merupakan salah satu komponen dari teori tindakan yang digambarkan secara kognitif memberi dampak pada metode dalam mempengaruhi sikap dan keyakinan individu. komunikasi persuasi kognisi adalah proses pendekatan ideologi yang mengungkapkan data atau fakta sebagai bukti argumentasi yang berkesan lebih kuat untuk sebuah ajakan .dalam komunikasi persuasif kognitif atau pun afeksi seseorang akan menerima atau menolak pesan yang dikirim tergantung pada and pengirim pesan, reaksi lingkungan , atau dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar argumentasi. Sedangkan komunikasi persuasi afeksi diharapkan dapat mentransmisi emosi dari pembujuk ke membujuk sebab proses ini hal baik dengan perasaan emosional

### **2.3.2 Tujuan Komunikasi Persuasif**

Pengertian lain menurut Soemirat (2017), yakni tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku audiens. Mengubah pendapat, berkaitan dengan aspek kognitif, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan

aspek-aspek kepercayaan (*belief*), ide dan konsep. Dalam proses ini, terjadinya perubahan pada diri audiens berkaitan dengan pikirannya. Ia menjadi tahu bahwa pendapatnya keliru, dan perlu diperbaiki. Jadi dalam hal ini, intelektualnya menjadi meningkat.

Sedangkan mengubah sikap, berkaitan dengan aspek afektif. Dalam aspek ini, tercakup kehidupan emosional audiens. Jadi, tujuan komunikasi persuasive dalam konteks ini adalah menggerakkan hati, menimbulkan perasaan tertentu, menyenangkan. Dan menyetujui terhadap ide yang dikemukakan.

Dilansir dari buku Komunikasi Antarpersonal (2015) karya Alo Liliweri, tujuan utama komunikasi persuasif adalah memengaruhi orang lain. Menurut Simons (1976) tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi sikap, nilai-nilai, pendapat, dan perilaku seseorang. Dengan demikian, kunci utama dari komunikasi persuasif adalah mempengaruhi seseorang sesuai dengan tujuan dari komunikator atau persuader.

### **2.3.3 Unsur Unsur Komunikasi Persuasif**

Persuasif adalah bagian yang tidak dapat dihindari dalam setiap proses komunikasi antar individu. Persuasif adalah sebuah proses komunikasi yang bertujuan untuk mengubah pendapat, sikap dan perilaku individu secara personal maupun kelompok. Dalam melihat suatu proses komunikasi persuasif, terdapat enam unsur penting yang tidak dapat dihilangkan, karena keenam unsur tersebut berhubungan satu sama lain.

Dalam unsur tersebut dijelaskan dalam (Soemirat, 2017) yakni anatar lain:

- a. Persuader Persuader adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam hal ini, persuader adalah pengirim pesan.
- b. Persuadee Persuadee adalah orang atau kelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan atau disalurkan oleh *persuader* baik secara verbal maupun nonverbal. Dengan demikian, persuadee adalah penerima pesan
- c. Pesan Menurut Simons (1976), pesan (*message*) adalah apa yang diucapkan oleh komunikator melalui kata-kata, gerak tubuh, dan nada suara. Pesan yang disampaikan kepada komunikan atau *persuadee* dapat berupa pesan verbal maupun nonverbal.
- d. Saluran Saluran merupakan perantara atau media yang digunakan oleh persuader untuk menyampaikan pesan kepada *persuadee*. Saluran dipergunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun nonformal, secara tatap muka ataupun bermedia. .
- e. Umpan Balik Umpan balik merupakan bentuk reaksi atau respon yang datang dari persuadee setelah menerima pesan dari persuader. Dalam komunikasi persuasif, umpan balik berperan penting sebagai evaluasi
- f. bagi persuader dan untuk mengukur apakah pesan yang disampaikan dapat diterima atau tidak. Efek Komunikasi Persuasif Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri persuadee sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang

terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku (Ahmad, 2013).

Unsur-unsur tersebut tercantum dalam model komunikasi persuasif yang dibuat oleh Ronald L. Applebaum dan Karl W.E Anatol dalam bukunya *Strategies for Persuasive Communication*. Dalam model tersebut kita dapat mengilustrasikan unsur-unsur diatas untuk melihat kejadian atau peristiwa persuasi. (Soemirat, 2017)

### 2.3.4 Proses Komunikasi Persuasif

Untuk memahami proses komunikasi persuasif secara sederhana, dimulai dengan bagaimana sumber memahami pesan dan menggambarkan laju internal dalam tahap paralel secara kasar untuk A dan B, sebagai berikut (Soemirat, 2017):

1. Tahap Pemahaman

sebagai pengirim pesan, menyeleksi berbagai alternatif pilihan dari pikiran dan perasaannya untuk disampaikan.

2. Tahap *Encoding*

Dalam tahap ini pesan dibentuk secara linguistik lalu dipindahkan ke dalam stimulus fisik yang dapat berjalan melalui ruang.

3. Tahap *Decoding*

sebagai penerima pesan, memindahkan kembali stimulus fisik ke dalam bentuk-bentuk yang disepakati secara semantik.

4. Tahap *Evaluasi*

sebagai penerima pesan, memperoleh beberapa ketidakcocokan antara pesan yang ia terima dengan apa yang ia pikirkan dan rasakan.

### 2.3.5 Efektivitas Komunikadi Persuasif

Suatu pesan dikatakan efektif jika makna pesan yang dikirim persuader berkaitan erat dengan makna pesan yang diterima atau ditangkap serta dipahami oleh sasaran (Soemirat 2017). Menurut Nothstine dalam (Soemirat, 2017), pesan persuasif yang efektif dapat diwujudkan dengan menerapkan 9 hal berikut:

1. Analisis sasaran. Sebelum pesan persuasif disampaikan, persuader harus terlebih dahulu memahami siapa sasarannya (*persuadee*), bagaimana latar belakangnya, posisinya, dan kondisinya. Dengan demikian, pesan yang disampaikan persuader akan mudah diterima oleh sasaran.
2. Pesan yang disampaikan persuader harus jelas dan yang terpenting tetap menghormati perbedaan-perbedaan yang ada. Persuader harus memahami terlebih dahulu budayanya bagaimana dan konteks komunikasi seperti apa yang sesuai. Hal ini untuk menghindari adanya konflik dalam proses komunikasi.
3. Menjaga dan meningkatkan motivasi sasaran. *Persuadee* yang setuju maupun *persuadee* yang tidak setuju perlu diberikan motivasi. Perlu adanya penegasan agar tumbuh rasa antusiasme dan semangat dari sasaran.
4. Tujuan yang realistis. Sasaran atau *persuadee* adalah manusia atau individu yang memiliki sikap, nilai, kepercayaan yang sudah lama terbentuk dalam dirinya. Sehingga tidak mudah untuk merubah aspek-aspek tersebut. Dengan itu, diperlukan adanya pemahaman antara kedua belah pihak yakni antara persuader dan *persuadee*. Proses komunikasi



persuasif akan berjalan efektif apabila kedua pihak tersebut sama-sama berusaha untuk menerima dan mengerti.

5. Pemahaman atas perbedaan individu. Dalam menilai individu harus didasari kesadaran bahwa setiap manusia memang berbeda-beda dan unik. Satu pesan persuasif tidak bisa digunakan kepada semua sasaran.
6. Pemahaman informasi, maksudnya sasaran akan memahami pesan yang disampaikan oleh persuader dengan berbeda-beda pemahaman. Karena tingkat pemahaman dan pengalaman sasaran pasti berbeda-beda. Oleh karena itu, persuader tidak cukup melakukan komunikasi persuasif hanya dengan sedikit data dan fakta.
7. Pemahaman atas kerumitan sasaran dalam menanggapi pesan, maksudnya sasaran adalah individu yang kompleks, tidak semerta-merta dapat menanggapi pesan sekaligus. Dalam menanggapi pesan, sasaran akan melibatkan perasaan, selera, sikap, dan nilai-nilai yang dianutnya. Maka dari itu, persuader harus mampu memahami kondisi sasaran dan memberikan pemahaman sesuai kondisi sasaran.
8. Pemahaman atas fakta hanyalah dasar bagi berpikir, merasa, dan berbuat. Maksudnya, dalam komunikasi persuasif, sasaran tidak cukup dibujuk hanya dengan fakta saja, tetapi harus benar-benar mengenai dirinya secara keseluruhan, yaitu fakta yang didukung dengan faktor-faktor norma, budaya, kepribadian, dan faktor-faktor lainnya.
9. Pemahaman atas makna fakta, bahwa fakta tidak hanya sekedar fakta. Dalam hal ini, persuader harus menyadari bahwa sasaran juga



### 2.3.6 Bentuk Komunikasi Persuasif Orang Tua Terhadap Anak

#### 1. Bentuk Komunikasi Dalam Keluarga Komunikasi

orang tua merupakan pembentuk sikap dari perilaku anak yang berpengaruh pada perkembangan anak dan disinilah unsur Pendidikan terhadap anak dibentuk. Salah satu cara adalah dengan berkomunikasi untuk menanamkan suatu nilai. Penanaman ini dapat disampaikan melalui dua bentuk komunikasi, yakni secara verbal maupun nonverbal:

##### a) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal menempati frekuensi terbanyak dalam keluarga. Setiap orang tua selalu ingin berbincang-bincang kepada anaknya. Canda dan tawa menyertai dialog antara orang tua dan anak. Perintahnya sering dipergunakan oleh orang tua atau anak dalam kegiatan komunikasi keluarga. Bahasa merupakan unsur terpenting dalam komunikasi verbal. Kemampuan diri seseorang dalam menggunakan bahasa didukung oleh pengalaman serta lingkungan tempat seseorang tumbuh dan berkembang. Situasi paling mendasar tempat berlangsungnya komunikasi verbal adalah komunikasi tatap muka (face-to-face communication). Hal ini sering diistilahkan sebagai komunikasi diadik (dyadic communication) dalam kajian komunikasi.

##### b) Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan bahasa atau kata-kata. Komunikasi nonverbal menjadi penting, sebab apa yang sering kita lakukan mempunyai makna yang jauh lebih penting daripada apa yang

kita katakan. Di dalam keluarga komunikasi tidak hanya berlangsung secara verbal, tetapi juga dalam bentuk nonverbal. Proses komunikasi nonverbal dapat menggantikan komunikasi verbal atau menegaskan komunikasi verbal yang berlangsung. Ekspresi, gerakan, dan nada suara seseorang dapat menegaskan sebuah kata. Orang tua menyampaikan suatu pesan kepada anak sering tanpa berkata sepatah kata pun. Di dalam konteks sikap dan perilaku orang tua, pesan nonverbal dapat menerjemahkan gagasan, keinginan, atau maksud yang terkandung dalam hati.

## 2. Komunikasi Orang Tua Terhadap Anak

Keluarga merupakan unit sosial terkecil yang memiliki peranan penting dan menjadi dasar bagi perkembangan psikologi anak dalam konteks sosial yang lebih luas. Keluarga merupakan titik awal yang sangat berperan penting bagi perkembangan anak, di mana orang tua menjadi faktor penentu keberhasilan hubungan sosial anak. Orang tua dan anak harus saling memupuk keterbukaan, sehingga hubungan di antara mereka dapat berkembang dengan baik dan melalui keterbukaan tersebut, orang tua dan anak akan saling memahami kebutuhan dan perasaan masing-masing, sekaligus kebutuhan dan perasaan orang lain.

Dari beberapa penjelasan di atas mengenai komunikasi persuasif adapun terdapat penjelasan tentang komunikasi persuasif orang tua terhadap anak, yaitu komunikasi yang bersifat membujuk yang dilakukan orang tua kepada anaknya guna memberikan arahan yang lebih baik kepada anak terhadap suatu hal tertentu agar dapat mengetahui baik buruknya, komunikasi

persuasif orang tua terhadap anakpun baiknya dapat memberikan edukasi- edukasi yang bermanfaat kepada anak, selain itu dapat memberikan anak ilmu-ilmu yang bermanfaat. Komunikasi orang tua kepada anak memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari guna untuk perkembangan si anak, dengan komunikasi yang baik diharapkan terjalinnya keterbukaan antara orang tua dan anak sehingga dapat memenuhi kebutuhan masing-masing serta memahami satu sama lain. komunikasi orang tua dan anak yang baik akan memberikan kesan hangat sehingga menimbulkan efek yang baik ketika komunikasi berlangsung.

#### 2.4 Youtube Channel Cocomelon

YouTube merupakan anak dari perusahaan internet Google yang diciptakan oleh mantan karyawan *PalPay* yang juga merupakan salah satu website online komersial yakni *Chad Hurley*, *Steve Chen*, dan *Jawed* tepatnya pada bulan Februari 2005. Perusahaan ini berpusat di San Bruno, California. YouTube berawal dari sebuah perusahaan teknologi rintisyang hanya di danai oleh investasi senilai \$11, 5 juta dari Sequoia Capital

Sejak bulan November 2005 hingga April 2002, semula bernama domain *www.youtube.com* yang mulai aktif pada 14 Februari 2005 kemudiandikembangkan pada bulan-bulan berikutnya hingga pada tahun 2006 *YouTube* resmi dibeli dan pindah alih ketangan *Google* senilai US\$1,65miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan *Google*. Video yang pertama kali diunggah ke *YouTube* adalah video yang menampilkan *Jeed Karim* dan *Diego Zoo* yang berjudul *Me at the zoo*, diunggah pada 23 April 2005. Konten Yang diunggah di *YouTube* adalah material dari perusahaan media seperti CBS, BBC

dan organisasi lainnya namun tidak dapat dipungkiri kebanyakan konten di unggah oleh individu. Pertumbuhan situs ini mulai meningkat dan banyak dikenal masyarakat pada bulan Juli 2006 hingga mencapai 100 juta viewers perharinya.

*YouTube* telah memberikan kemudahan bagi miliaran manusia di muka bumi untuk terus dapat menemukan informasi-informasi menarik yang dibutuhkan, menonton tayangan yang menghibur serta membagikan beragam video kepada publik. *YouTube* memberikan wadah untuk dapat saling berhubungan satu sama lain sejauh apapun jaraknya, memberikan informasi yang mengedukasi, dan menginspirasi orang banyak serta berperan sebagai salah satu ruang bagi publik yang ingin menciptakan konten atau video milik pribadi hingga membagikannya kepada media.

*YouTube* merupakan salah satu bentuk media baru yang menyediakan berbagai informasi dan berbasis video sharing hingga menduduki peringkat pertama situs video sharing terbaik pada tahun 2011. Putri Silalahi salah satu *Head of communications Consumer Youtube* Indonesia menyatakan bahwa jumlah penonton dan content creator video online di youtube meningkat drastis dari tahun ketahun. Bahkan jumlah dan durasi penonton bertambah 130% dari tahun 2014 hingga 2015.

*Cocomelon* merupakan kanal *YouTube* asal Amerika Serikat yang kontennya didominasi oleh lagu anak-anak, yang dikemas dalam bentuk video animasi 3D. dan didalamnya terdapat bahasa inggris yang sangat banyak digunakan. *Cocomelon* adalah saluran *YouTube* Amerika dan acara media streaming yang

diakuisisi oleh perusahaan Inggris *Moonbug Entertainment* dan dikelola oleh perusahaan Amerika *Treasure Studio*. *Cocomelon* berspesialisasi dalam video animasi 3D dari lagu anak-anak tradisional dan lagu anak-anak asli mereka sendiri.

*Cocomelon* memiliki perolehan langganan saluran *YouTube* terbesar kedua pada tahun 2019 dengan peningkatan lebih dari 36 juta, mengakhiri tahun dengan 67,4 juta langganan saluran. Pada tahun 2018, algoritme *YouTube* merekomendasikan video *Cocomelon "Bath Song + More Nursery Rhymes & Kids Songs"* sebanyak 650 kali "di antara 696.468 saran yang dilacak oleh *Pew Research Center*" menjadikannya video yang paling direkomendasikan di *YouTube*. Pada September 2020, video tersebut telah ditonton lebih dari 3,2 miliar kali di *YouTube*, menjadikannya video ke-19 yang paling banyak ditonton di situs ini. Selain itu, video terpopuler kedua mereka, "*Yes Yes Vegetables Song*", telah ditonton lebih dari 2,5 miliar kali, menjadikannya video ke-36 yang paling banyak ditonton di situs ini.

*Channel Cocomelon* merupakan salah satu jaringan youtube anak yang berisi video edukasi animasi untuk anak-anak. *Channel* yang dibuat sejak September 2006 ini memiliki karakter utama yaitu bayi laki-laki yang menggemaskan. *Channel* ini direkomendasikan untuk anak-anak usia disini. Manfaat yang bisa didapatkan anak-anak dengan menonton video ini adalah anak-anak lebih mudah mengingat huruf, nama anggota tubuh, dan juga mengenai hewan.



## 2.5 Anak Usia Dini

(dalam Desmita: 2013) menjelaskan bahwa masa anak-anak dimulai setelah melewati masa bayi yang penuh ketergantungan, yakni kira-kira usia 2 tahun sampai saat anak matang secara seksual, yakni kira-kira usia 13 taun untuk wanita dan 14 tahun untuk pria. Selama periode ini terjadi sejumlah perubahan yang signifikan, baik secara fisik maupun psikologis. Sejumlah ahli membagi masa anak-anak menjadi dua, yaitu masa anak-anak awal dan masa anak-anak akhir. Masa anak-anak awal berlangsung dari umur 2 tahun sampai 6 tahun, dan masa anak-anak akhir dari usia 6 tahun sampai saat anak matang secara seksual.

Bowlby (dalam Anita Yus: 2011) mengategorikan anak usia dini setelah kelahiran hingga masa preschool and kindergarten (6 tahun) mempunyai ciri-ciri sebagai berikut,

- a. Perkembangan fisik dan motorik : mulai tumbuh gigi, waktu tidur lebih banyak, motorik kasar berupa menggerakkan dan mengangkat kepala, tengkurap, melompat dan berlari meskipun kaku. Sementara motorik halus berupa mengambil benda-benda kecil dalam otak dan menggunakan tangan untuk membuka lembar buku.
- b. Perkembangan sosial : menjalin hubungan yang kuat dengan orang terdekatnya, mengembangkan kepercayaan dasar dan mencari kedekatan dengan figur lekatnya secara aktif.
- c. Perkembangan Kognitif : dari segi bahasa mengerti dan mengulangi sajak yang berulang, memberi label benda sesuai imajinasinya, mulai mengerti penggunaan kata atau pola kata dan mulai dapat bermain peran dalam interaksinya.



Seiring dengan meningkatnya kemampuan anak untuk mengeksplorasi lingkungan, karena bertambah besarnya koordinasi dan pengendalian motorik yang disertai dengan meningkatnya kemampuan untuk bertanya dengan menggunakan kata-kata yang dapat dimengerti orang lain, maka dunia kognitif anak berkembang pesat, makin kreatif, bebas, dan imajinatif.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu adalah penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti lainnya. Oleh karena itu. Penelitian terdahulu ini mempunyai peranan sebagai referensi dari penelitian yang dilakukan oleh penulis

**Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu**

No	Nama & Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Kiftiyah, Iva Nur, Sagita, Sellya, Ashar, Achmad Baharudin (2017)	Peran media youtube sebagai sarana optimal perkembangan kognitif pada anak usia dini	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mengembangkan kognitif anak usia dini menggunakan media youtube dengan kunci pendamping dan proporsi yang tepat oleh orang tua	penelitian ivanur membahas peran media youtube sebagai sarana optimal perkembangan kognitif pada anak usia dini sedangkan dalam penelitian ini ingin membahas bagaimana pola komunikasi persuasif Ibu Terhadap balita dalam menonton video cocomelon youtube chanel
2	Siti, irfai, Deka, (2021)	Analisis faktor penyebab kecanduan menonton youtube pada anak usia dini	Metode pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif	Bahwa hasil penelitian ini menunjukan kecanduan menonton youtube dapat dilihat dari intensitas waktu menonton anak. Menonton youtube akan bermanfaat jika diimbangi	Penelitian siti, irfai, deka membahas analisis faktor penyebab kecanduan menonton youtube pada anak usia dini sedangkan dalam

				pengawasan dari orang tua kecanduan menonton youtube akan cenderung mengabaikan lingkungan disekitarnya mereka menganggap lingkungan sekitar	penelitian ini ingin membahas bagaimana pola komunikasi persuasif Ibu terhadap balita dalam menonton video cocomelon youtube chanel
3	Novita Sari, (2021)	Komunikasi persuasive dalam membimbing akhlak anak	Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan jenis pendekatan penelitian lapangan	Hasil penelitian bahwa komunikasi persuasive orang tua pada anak bertujuan untuk membujuk dan mempengaruhi anaknya agar berubah menjadi lebih baik dalam tingkah laku, sikap dan etika segingga memiliki akhlak dan budi pekerti yang baik serta kesadaran dalam ibadah yang tinggi.	Penelitian novita sara membahas bagaimana komunikasi persuasive dalam membimbing akhlak anak sedangkan dalam penelitian ini ingin membahas bagaimana pola komunikasi persuasif ibu terhadap balita dalam menonton video cocomelon youtube chanel
4	Deka sartini, gede agus jaya (2021)	Pola komunikasi orang tua dalam membimbing anak menonton tayangan youtube	Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	orang tua dalam membimbing anak menonton tayangan televisi yaitu dengan cara ikut mendampingi anak ketika menonton televisi dan menerapkan pola komunikasi demokratis.	Penelitian deka sartini dan gede agus jaya. Membahas bagaimana membimbing anak menonton tayangan youtube sedangkan dalam penelitian ini ingin membahas bagaimana pola komunikasi persuasif ibu terhadap balita dalam menonton video cocomelon youtube chanel
5	Kartika sari yuda ninggar, (2020)	Pola komunikasi orang tua dan anak dalam penggunaan aplikasi youtube	Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Keluarga, sebagai kelompok terkecil dalam masyarakat, memiliki aturan dan	Penelitian Kartika sari yuda ninggar membahas pola komunikasi orang tua dan

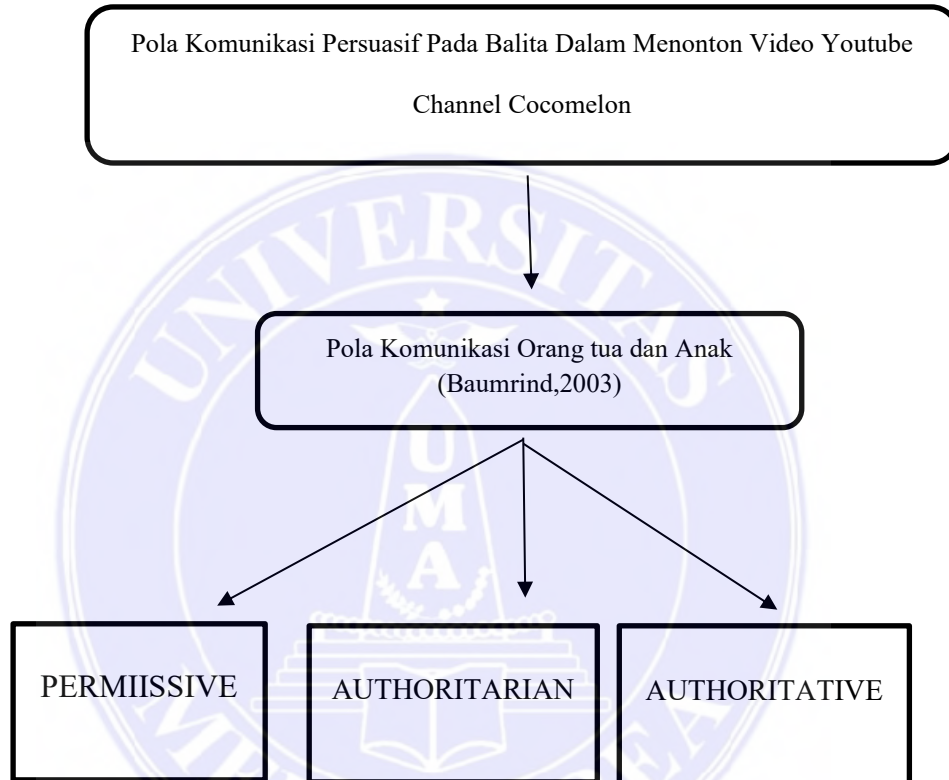
				<p>budaya masing-masing. Termasuk mengenai aturan screen time, khususnya untuk penggunaan aplikasi Youtube. Keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam penggunaan dan akses internet sehari-hari pada anak-anak.</p>	<p>anak dalam penggunaan aplikasi youtube sedangkan dalam penelitian ini ingin membahas bagaimana pola komunikasi persuasif ibu terhadap balita dalam menonton video cococomelon youtube chanel</p>
6	<p>Refika mastanora. (2020)</p>	<p>Dampak tontonan youtube pada perkembangan kreatifitas anak usia dini</p>	<p>Metode pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif</p>	<p>Keberhasilan dalam mengembangkan kreativitas anak di tentukan keterampilan berfikir dan bekerja kreatif, dan motivasi instrinsik, untuk itu suasana yang kondusif dan semangat dari orangtua bisa menjadi motivasi bagi anak usia dini.</p>	<p>Penelitian refika mastanora membahas dampak tontonan youtube pada perkembangan kreatifitas anak usia dini sedangkan dalam penelitian ini ingin membahas pola komunikasi persuasif ibu terhadap balita dalam menonton video cococomelon youtube chanel</p>
7	<p>Nadya Zahra amada, arif hakim, (2022)</p>	<p>Analisis penggunaan youtube sebagai media ajar Pendidikan anak usia dini di era digital</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus</p>	<p>Perlu kesadaran guru atas pentingnya keterlibatan orang tua dalam proses pembelajaran anak, persepsi yang positif orang tua harus di bangun oleh guru</p>	<p>Penelitian Nadya zahraamada, dan arif hakim membahas analisis penggunaan yaoutube sebagai media ajar Pendidikan dalam penelitian ini ingin membahas pola komunikasi persuasif ibu</p>

					terhadap balita dalam menonton video cocomelon youtube chanel
8	Trias pyrenia Iskandar, rubby aryza, (2021)	Fenomena penggunaan youtube chanel pada anak usia dini di masa pandemic covid 19	Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif	anak-anak diberikan akses untuk menggunakan YouTube oleh orang tua mereka sebagai media pembelajaran dan hiburan juga karena dorongan atas rasa penasaran mereka melihat orang disekitarnya menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial youtube pada anak usia dini ini akan menimbulkan sisi positif dan negatifnya, tapi dampak tersebut sangat bergantung pada bagaimana cara orang tua menyikapi dan menyampaikan penjelasan kepada anaknya.	Penelitian trias pyrenia Iskandar dan rubby aryza membahas bagaimana fenomena penggunaan youtube chanel pada anak usia dini di masa pandemic covid 19. Sedangkan peneliti ingin membahas pola komunikasi persuasive anak usia dini dalam menonton video cocomelon youtube chanel

Penelitian terdahulu. Sumber : Dikelola oleh peneliti 2023

## 2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir ini dilihat dari latar Belakang masalah, kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah. Dan dikaji berdasarkan teori dalam tinjauan Pustaka. Adapun kerangka berpikir penelitian ini, sebagai berikut.



*Gambar 2.7 Kerangka Berpikir. Sumber :Peneliti,2023*



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu suatu jenis penelitian dimana data yang disajikan sebagai kumpulan kata kata, gambar dan bukan angka. Data yang dimaksud bisa berasal dari hasil, wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, atau memo dan dokumentasi lainnya (Moleong:2005:4)

Menurut koentjaraningrat (1993:89) penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian untuk memberi informasi yang jelas dan ringkas tentang individu ataupun kelompok mengenai keadaan dan gejala yang terjadi jenis penelitian deskriptif yang paling umum adalah mengevaluasi pentingnya informasi atau temuan lain tentang seseorang, organisasi, situasi atau proses. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk deskripsi secara akurat, tepat dan sistematis tentang fakta dan sifat populasi atau suatu objek lain yang relevan. Ciri utama penelitian kualitatif bahwa temuan tersebut merupakan ringkasan data yang berkesinambungan. Data yang di peroleh dalam penelitian ini di gunakan untuk mendeskripsikan situasi atau informasi yang telah di terima, baik secara langsung maupun narasumber, dokumen pribadi dan hasil ringkasan wawancara (Moleong, 2016 : 6-8).

Alasan penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif adalah untuk menganalisis lebih mendalam mengenai komunikasi persuasive orang tua terhadap anak usia dini dalam mencegah depedensi menonton video youtube cocomelon Di



desa Bandar Setia. Penelitian kualitatif merupakan data deskriptif yang dimana data tersebut merupakan hasil penelitian tertulis berisi kutipan kutipan dari data yang di kumpulkan transkrip wawancara, catatan lapangan, fotografi, serta dokumen pribadi (Moleong, 2016: 157-158)

### 3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti ini dilakukan di Desa Bandar Setia kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deliserdang.

#### 3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan sekitar bulan maret sampai Setelah pelaksanaan seminar perposal

**Tabel 3.1 Waktu penelitian**

NO.	Kegiatan	2023								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Penyusunan dan bimbingan proposal	■								
2.	Seminar proposal		■							
3.	Penelitian			■	■					
4.	Penulisan dan bimbingan skripsi					■	■			
5.	Seminar Hasil							■		
6.	Sidang meja hijau									■

### 3.3 Informan Penelitian

Informan penelitian ialah orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan juga kondisi lapangan. Dengan penggunaan teknik purposive sampling yang dimana teknik ini mengambil sampel berupa sumber data yang dimaksud adalah informan/orang tersebut dianggap paling tahu mengenai apa yang kita harapkan atau sebagai pimpinan/penguasa sehingga dapat memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti (Sugiyono, 2016: 300).

Karena penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif maka peneliti menggunakan informan dalam penentuan subjek penelitian. Adapun karakteristik atas dasar penentuan sumber informan penelitian diantara lain, yaitu:

1. Orang tua yang memiliki balita usia maksimal 5 tahun yang bertepatan di desa bandar setia kabupaten deli Serdang
2. Ibu dan anak yang bersedia di wawancarai. Perihal yang diberikan kepada anaknya untuk menonton tayangan cocomelon
3. Anak balita yang menonton video youtube chanel yang di dampingin orang tua
4. Ada Batasan tontona Cocomelon yang di Beri Orang Tua

**Tabel 3.3 Informan Penelitian**

no	Orang Tua	Anak	Umur anak
1	Ibu Nanda	Alifah Ananda	4 Tahun
2	Ibu Annur	Azka Arsyah	2 Tahun
3	Ibu Aisyah	Rafiq	3 Tahun
4	Ibu Hazizah	Abizar Al fatih	2 Tahun
5	Ibu Nur	Zahra	3 Tahun

*Sumber data hasil wawancara ibu di desa bandar setia, di olah peneliti 2023*

Penelitian ini memilih anak dengan usia periode golden age atau usia 2-5 tahun dikarenakan jumlah anak pada usia 2-5 tahun kian bertambah dan hal tersebut menjadi tugas besar bagi para orang tua, tenaga pengajar, juga *content creator* YouTube yang pada hal ini bertujuan untuk menuntun anak-anak, serta mengajarkan hal-hal yang bermanfaat dan tepat guna memaksimalkan periode emas atau golden age yang dimana adanya penyerapan kemampuan kognitif dimulai pada otak anak usia 2-5 tahun.

### 3.4 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang di gunakan ada dua yakni:

#### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan. (Kriyantono, 2008: 41). Data primer yang dimaksud adalah data yang diperoleh secara langsung dari beberapa informan di lapangan tentang permasalahan yang diteliti yaitu, komunikasi persuasif

#### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang telah dilengkapi dengan data primer yang diambil dari berbagai literatur seperti buku, dokumen, atau referensi yang berkaitan dengan topik kajian. Data sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini antara lain buku dengan komunikasi persuasif, sekripsi terdahulu mengenai komunikasi persuasif. Serta internet yang berhubungan dengan komunikasi Persuasif.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada tiga teknik pengumpulan data yang akan diambil:

#### 1. Observasi

Observasi adalah pelacakan terhadap setiap objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mendapatkan data yang perlu dianalisis. Satu-satunya hal yang dapat dilakukan adalah terjun ke lapangan terlibat seluruh pancaindra. Secara tidak langsung observasi dilakukan melalui media visual atau audiovisual, seperti teleskop, camcorder, dan lain lain. Namun Langkah selanjutnya dalam penelitian kualitatif berfungsi sebagai alat bantu karena yang sesungguhnya observasi adalah pengamatan langsung pada “*natural setting*” bukan setting yang sudah direkayasa. Dengan demikian, observasi penelitian kualitatif adalah pengamatan langsung terhadap objek untuk memahami karakteristik, konteks dan maknanya dalam upaya untuk mengumpulkan data penelitian (Aan, 2009:105)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan dan sistematis. Peneliti menggunakan observasi. Penelitian menggunakan observasi non partisipan karena peneliti tidak berpartisipasi dalam semua jenis kegiatan yang dilakukan oleh observasi. Penggunaan observasi sistematis bertujuan untuk memastikan bahwa observasi peneliti terstruktur dan tidak menyimpang dari alur penelitian.

## 2. Wawancara

Dalam bentuk yang paling komperhensif wawancara terdiri dari sejumlah pertanyaan diajukan oleh partisipan kepada individu tertentu tentang subjek penelitian secara tatap muka, dan partisipan kemudian menawarkan jawaban mereka sendiri. Wawancara dapat diartikan sebagai interaksi yang berlangsung antara individu dengan individu lainnya dalam situasi saling berhadapan dan salah seorang yaitu yang melakukan wawancara meminta informasi kepada orang yang diwawancarai seputar yang dikaji mengenai pendapat dan keyakinannya. (Emzir, 2010: 37).

Wawancara merupakan sebuah teknik/metode yang digunakan untuk menerima tanggapan dari informan berupa tanya jawab. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur bermanfaat sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti sudah memahami secara akurat informasi apa yang akan diperoleh. Maka dari itu, untuk melakukan wawancara, pengumpul data peneliti menyiapkan alat survei berupa pertanyaan tertulis dengan alternatif jawaban yang disediakan.

Dalam pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang bertema “pola komunikasi persuasif Ibu terhadap balita dalam menonton video cocomelon youtube channel“Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan wawancara bertahap dengan narasumber/informan, dengan mempersiapkan pertanyaan pertanyaan pokok, sesuai dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan topik permasalahan.



### 3. Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi ini merupakan informasi yang berupa file atau data seperti foto maupun catatan yang digunakan untuk menunjang maupun menggali informasi yang akan diteliti. Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2016: 329). Metode ini akan menghasilkan foto-foto yang berupa proses komunikasi yang sedang berjalan dari kader posyandu kepada orang tua anak.

#### 3.6 Teknik Analisis

Dalam penelitian ini, maka peneliti mengikuti langkah-langkah seperti yang dianjurkan oleh Miles dan Huberman, berpendapat bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh (Emzir, 2014: 135).

Berikut ini adalah analisis data :

a. Pengumpulan Data (*Data Coleection*)

Dengan memanfaatkan hasil wawancara, observasi, dokumentasi dan dokumen yang mendukung, serta nantinya berguna sebagai alat untuk mencari informasi lebih lanjut dan sebagai sumber data diakhir.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Yaitu sebagai alat pengurangan atau pemotongan, yang tujuannya untuk mengambil bagian-bagian pentingnya saja, yang berarti hanya bagian pokoknya saja yang dianggap perlu sebagai jawaban yang penting bagi si peneliti, karena pada bagian ini adalah data yang paling banyak memiliki

jumlah hasil dari lapangan, karena itu pada bagian ini hanya bagian intinya saja yang diperlukan.

### **3.7 Teknik Keabsahan Data**

Menurut Zuldafrial (2012:89) “keabsahan data merupakan padanan dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (realibilitas) menurut versi penelitian kuantitatif dan disesuaikan dengan tuntunan pengetahuan, kreteria, dan paradigma sendiri”. Keabsahan data merupakan tingkat kepercayaan atau kebenaran dalam hasil penelitian. Keabsahan data dapat ditentukan dengan menerapkan teknik triangulasi data pada saat prosedur pengumpulan data.

Wiliam Wiersma mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2007:273). Triangulasi sumber adalah proses menemukan data dari sumber yang berbeda yang masih terhubung satu sama lain. Berbagai metode digunakan dalam triangulasi teknis untuk mengekspos data ke sumber data. Triangulasi waktu dilakukan dengan mengumpulkan data berkali-kali pada berbagai waktu yang berbeda. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini disebut triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek ulang informasi/data yang diperoleh melalui wawancara informan. Kemudian data tersebut ditanyakan kepada informan lain yang masih terkait satu sama lain.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang rangkum oleh peneliti, dan data observasi dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola komunikasi yang digunakan pola komunikasi permissive, Authoritarian, Authoritative. Yang berkaitan dengan pola komunikasi ibu terhadap balita dalam menonton video *youtube cocomelon*. Pola komunikasi yang digunakan komunikasi ibu dan anak berdasarkan analisis penelitian sikap orang tua yang digambarkan adalah sikap ibu ketika menanggapi anaknya menonton *cocomelon*, dan ibu mengajak atau membujuk dan menasehati anaknya, pola komunikasi yang sering digunakan adalah pola komunikasi Authoritative. Sedangkan pola komunikasi permissive dan Authoritarian kurang di terapkan oleh ibu terhadap anak balita. Dengan pola komunikasi Authoritative ibu yang memeberikan tayangan *cocomelon* dapat membujuk untuk mengajak melakukan kegiatan lain dan arahan apa yang di inginkan anak. memberikan penegasan terhadap anak hanya boleh menonton *Wheel on the Bus* dan *Peek A Boo, baby Shark*. Dan juga terdapat komunikasi

verbal. Ibu yang memberikan tayangan *cocomelon* begitu saja tanpa ada arahan pengawasan dan penegasan. dan komunikasi nonverbal dalam ajakan untuk mengalihkan kegiatan lain secara menasehati dengan baik. Dan juga menyuruh ikutin Gerakan atau nyanyian yang dilihat.

ibu membatasi menonton video *cocomelon*. Komunikasi yang harus diterapkan, memberikan toleransi pada anak dalam mengemukakan pendapat, memberikan penjelasan, perhatian, dan nasehat pada anak agar anak dapat menerima. Komunikasi yang terjalan baik dengan anak meminta menonton dan ibu yang memberi kesepakatan.

2. Hambatan dalam komunikasi orangtua dan anak berasal dari faktor keinginan anak untuk terus melihat video *cocomelo*. begitupun dengan komunikasi ibu terhadap anak yang terbatas akibat ibu yang sibuk bekerja, khususnya dalam memberikan sebuah nasehat atau mengubah pola pikir anak, terkadang penyampaian pesan yang sulit diterima oleh anak merupakan salah satu faktor penghambat dalam komunikasi ibu terhadap anak dikarenakan ibu juga harus tegas dengan mengajarkan atau membantu motorik anak dengan secara langsung. Dan faktor pendukung adalah kelebihan *cocomelon* merupakan jalan yang baik bagi ibu untuk belajar virtual bagi anak usia dini. Juga membantu ibu dalam hal pekerjaan

## 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di atas, maka peneliti mencoba memberikan saran sebagai berikut:

1. Ibu sebaiknya menerapkan pola komunikasi yang efektif dengan anak. agar segala pesan, nasehat, dan bimbingan yang diberikan ibu terhadap anak dapat sampai dengan baik dan menimbulkan efek yang positif sesuai dengan ibu harapkan. Perbanyak komunikasi dengan anak sehingga anak mudah mengerti apa yang ibu nasehatin dan katakana.
2. Ibu tidak boleh acuh tak acuh dalam kegiatan dan aktivitas anak. sebaiknya ibu ikut aktif berperan dan mengarahkan setiap aktivitas yang dilakukan anak. Ibu juga hendaknya melakukan pemantau terhadap perkembangan anak. selalu memberikan penjelasa penjelasan dan pengertian agar anak dapat menerima peringatan, nasehat atau pesan yang diberikan ibu



## DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta.
- Ahmad Maulana Izzudin, M. d. 2013. *Efektivitas Penggunaan Media Pembelajaran Video Interaktif untuk Meningkatkan Hasil Belajar Praktik Service Engine dan Komponen-komponennya*. *Automotive Science and Education Journal*
- Anita Yus, 2011. *Model Pendidikan Anak Usia Dini*. Jakarta: Kencana
- Bambang Riyanto. 2010. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, ed. 4, BPFYOGYAKARTA.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Dasar-dasar Pembelanjaan*, Edisi 4, Yogyakarta: BPFE
- Baumrind, D. 2003. *Effects of Authoritative Parental Control on Child Behavior*. EBSCO Publishing.
- Berk, E.L. 2012. *Development Through The Lifespan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Burroughs, B. (2017). YouTube kids: The app economy and mobile parenting. *Social Media+ Society*, 3(2), 2056305117707189.
- Djamarah, Syaiful Bahri. (2004). *Pola Komunikasi Orangtua & Anak Dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta,
- Desmita, 2005. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Cet. 4. Jakarta: Rajawali Pers
- Gordon, Thomas. (1999). *Menjadi Orangtua Efektif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Hassing-Das, B., & Dore, R. (2020). *Kids as young as 3 years old think YouTube is better for learning than other types of video*.
- Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, Bandung:

PT Remaja Rosdakarya.

Hurlock, E.B. (2008). *Psikologi Perkembangan : Suatu pengantar sepanjang rentang kehidupan* (edisi v). Jakarta: Erlangga.

Indriyani, Maulita. 2018. *Persepsi Orang Tua Terhadap Penggunaan Gadget Pada Anak Usia 5-6 Tahun*. Lampung: Universitas Lampung

Irawan dan Armayati, Leni. 2013. *Pengaruh Kegunaan Gadget Terhadap Kemampuan Bersosialisasi*. Riau: Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

Kurnia, N. d. (2019). *Literasi Digital Keluarga: Teori dan Praktik Pendampingan Orangtua terhadap Anak dalam Berinternet*. Yogyakarta: Gadjah mada University Pers

Koentjaraningrat. 1993. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat Edisi Ketiga*. Jakarta: Gramedia.

Kriyantono, Rachmat. 2008. *PR Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*, Jakarta: Kencana

Nina. (2013). Persepsi Orang Tua terhadap Pentingnya Pendidikan bagi Anak. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 1(1), 11–27.

Mar'at. 1982. *Sikap Manusia : Perubahan serta Pengukurannya*. Jakarta. Ghalia Indonesia.

Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

\_\_\_\_\_. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: Referensi GP Press Group

Partini. 2010. *Pengantar Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta: Grafindo Litera Media.

Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). *Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Anak*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2).

Simons, H. W. 1976. *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis*. New York: Random House

Suharda, Idad. 2016. *Psikologi Perkembangan Anak Usia Dini*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Yusuf, Syamsu L. N., M. Pd. (2001). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Zuldafrial, Muhammad, Lahir. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Yuma Pustaka.

### **Sumber Internet**

<https://en.wikipedia.org/wiki/Cocomelon>

<https://id.youtubers.me/abckidtv-nursery-rhymes/youtube-taksiran-penghasilan>

Ruli, Efrianus. Tugas Dan Peran Orang Tua Dalam Mendidik Anak, diakses melalui <file:///C:/Users/User/Downloads/428-Article%20Text-893-110-20200426.pdf>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Bandar\\_Setia,\\_Percut\\_Sei\\_Tuan,\\_Deli\\_Serdang](https://id.wikipedia.org/wiki/Bandar_Setia,_Percut_Sei_Tuan,_Deli_Serdang)

### Lampiran Wawancara

1. Menurut ibu apakah Youtube dapat membantu dari segihal menambah komunikasi bagi anak dan kecerdasan?
2. Mengapa ibu memilih tayangan youtube cocomelon wheel on the Bus dan Peek A Boo untuk memberi edukasi kepada anak ?
3. Apakah anak diberikan Batasan waktu untuk menonton tayangan youtube cocomelon ?
4. Apakah anak mengalami amarah jika tidak di berikan tontonan youtube cocomelon ?
5. Bagaimana cara ibu membujuk anak agar tidak menonton youtube cocomelon terlalu lama ?
6. Adakah faktor yang membuat ibu sulit dalam berintraksi dan menjaga pengawasan kepada anak balita sehingga diberikanya video cocomelon?
7. Jika anak menonton tayangan youtube cocomelon apakah ibu memberikan pengawan terhadap anak ?

## Observasi

No	Hari. Tanggal	Kegiatan Observasi
1	Sabtu. 8 Juli 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya melihat kegiatan ibu Nanda dalam mengatasi anaknya tantrum Ketika ingin terus menerus melihat youtube cocomelon.</li> <li>• Ibu Nanda menesehatin anaknya Ketika nangis terus menerus saat anaknya di berhentikan menonton coocmelon</li> <li>• Ibu Nanda mendampingi Alifa dalam menonton vidoe <i>youtube cocomelon</i> dan mengajak berkomunikasi</li> </ul>
2	Senin,10 Juli 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibu Annur Setia mendampingi anak menonton youtub</li> <li>• Ibuk Annur Setia mengajak Azka berbicara dan mengenal huruf dan warna di dalam video <i>cocomelon</i></li> </ul>
3	Rabu, 5 Juli 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibu Siti Aisyah menemani Rafiq yang lagi menonton youtube cocomelon dan mengajak berbicara dengan menayakan apa yang di lihat di dalam video cocomelon</li> <li>• Dengan melatih Rafiq berbicara yang lambat berbicara dengan tontonan cocomelon</li> </ul>
4	Selasa,11Juli 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melihat ibu Nur Menemani Zahra menonton youtube cocomelon</li> <li>• Mengajarkan Zahra untuk meniru gaya Gerakan yang seperti di video.</li> <li>• Membujuk Zahra untuk berhenti menonton dengan membicarakan pelan pelan</li> </ul>
5	Selasa,11Juli 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibu Hazizah memberikan tontonan cocomelon kepada Abizar agar mau makan</li> <li>• Ibu Hazizah memberi janji kepada anaknya hanya boleh menonton beberapa video cocomelon saja. Dan akan di berikan menonton</li> </ul>



## Lampiran Dokumentasi



Wawancara dengan informan ibu Nanda Ariansyah selaku ibu dari alifa yang menonton video youtube cocomelon. Wawancara pada hari Sabtu, 8 juli 2023



Wawancara Bersama informan ibu Annur Setia ibu dari Azka yang menonton video cocomelon, wawancara pada hari senin, 10 juli 2023



Wawancara dengan informan ibu Siti Aisyah ibu dari Rafiq yang melihat video youtube cocomelon. Wawancara pada hari rabu 5 juli 2023



Wawancara dengan informan ibu Nur Sriani ibu dari Zahra anak yang menonton video youtube cocomelon. Wawancara pada hari selasa 11 juli 2023



Wawancara Bersama informan ibu Hazizah Hikmayana ibu dari abizar anak yang menonton youtube cocomelon. Wawancara pada hari selasa 11 juli 2023



Gambar dimana alifa yang makan harus menonton video cocomelon



Ibu nanda ikut mengawasi anak dalam menonton cocomelon



Ibu nanda menasehatin anak yang tantrum tidak mau berhenti menonton youtube cocomelon

## lampiran Surat Pengantar Riset



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, (061) 8201994, Fax (061) 8226331 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

Nomor : 1012 /FIS.3/01.10/VI/2023  
Lamp : -  
Hal : Pengambilan Data/Riset

23 Juni 2023

Kepada Yth,  
**Kepala Desa Bandar Setia**  
Di  
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Jihan Handayani  
N P M : 198530142  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke **Kepala Desa Bandar Setia**, dengan judul Skripsi **Pola Komunikasi Persuasif Ibu Terhadap Balita Dalam Menonton Video COCOMELON YouTube Channel (Analisi Deskriptif di Desa Bandar Setia Kec. Percut Sei Tuan)**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,



Prof. Dr. H. Juliana Hasibuan, M.Si

Tembusan  
- Mahasiswa Ybs  
- Arsip



## Lampiran. Surat Keterangan Riset



**PEMERINTAHAN KABUPATEN DELI SERDANG  
KECAMATAN PERCUT SEI TUAN  
DESA BANDAR SETIA**

Alamat : Jl Terusan No. 07 Dusun V Bandar Setia Telp. (061) 300 39522 Kode Pos 20371

Bandar Setia, 04 Agustus 2023

Nomor : 936 / 2368  
Lampiran : -  
Perihal : Selesai Riset

Kepada Yth,  
Bapak Dekan  
Universitas Medan Area  
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Dengan ini kami sampaikan kepada Bapak Dekan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Berdasarkan Surat Permohonan Izin Riset Nomor :1012/FIS.3/01.10/VI/2023, Dari Pemerintahan Desa Bandar Setia Kecamatan Percut Sei Tuan Kab.Deli Serdang.Dengan ini Menerangkan Telah Selesai Melaksanakan Riset Kepada Mahasiswa :

Nama : Jihan Handayani  
N P M : 198530142  
Progam Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pola Komunikasi Persuasif Ibu Terhadap Balita Dalam Menonton Video

Cocomelon YouTube Channel (Analisi Deskriptif di Desa Bandar Setia Kec. Percut Sei Tuan).

Demikian surat keterangan ini kami beri atas perhatian kami ucapkan terima kasih

= SUGIATO =