

Strategi Persuasif Orang Tua dalam Membujuk Anak-Anak di Acara Televisi Old Enough Season 1: Identifikasi Efektivitas Persuasif Orangtua Berdasarkan Perbedaan Usia Anak = Parental Persuasive Strategies in Convincing Children on the Television Show Old Enough Season 1: Identifying the Effectiveness of Parental Persuasion Based on Children's Age Differences

Miyazaki, Yuka Hidayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920566290&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi persuasif orang tua dalam membujuk anak. Data diambil dari acara televisi Jepang Old Enough season 1. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengacu pada teori Hafied Cagara mengenai teknik appeal atau daya dalam komunikasi persuasif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi dan keefektifan teknik persuasif yang dilakukan oleh orang tua dalam membujuk anak-anak berdasarkan variasi usia anak. Peneliti menemukan sebanyak 16 tuturan persuasif yang dibagi menjadi 4 jenis daya yang terdiri dari 8 daya emosional, 6 daya motivasi, 1 dorongan ancaman, dan 1 dorongan dengan imbalan. Jenis daya yang paling dominan ditemukan pada data ini adalah daya emosional. Analisis dilakukan terhadap tiga data utama. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengelompokkan strategi persuasif berdasarkan rentang usia, sehingga menghasilkan dua pengelompokan utama, yaitu (i) Strategi Persuasif pada Anak Usia 1-3 Tahun (Batita) dan (ii) Strategi Persuasif pada Anak Usia 3-5 Tahun (Prasekolah). Hasil analisis menunjukkan bahwa anak usia 1-3 tahun (batita) cenderung lebih responsif terhadap daya emosional. Di sisi lain, anak usia prasekolah (3-5 tahun) lebih merespons terhadap daya motivasi. Fleksibilitas dalam memilih strategi persuasif berdasarkan usia dan kepribadian adalah kunci keberhasilan komunikasi orang tua dalam membujuk anak.

..... This study examines parental persuasive strategies in influencing children. Data were collected from the Japanese television show Old Enough, season 1. Using a qualitative approach, this research refers to Hafied Cagara's theory on appeal techniques in persuasive communication. The aim of this study is to analyze the strategies and effectiveness of persuasive techniques employed by parents in influencing children based on the age variations of the children. The researcher identified 16 persuasive utterances, which were categorized into 4 types of appeals: 8 emotional appeals, 6 motivational appeals, 1 fear appeal, and 1 reward appeal. The most dominant type of appeal found in the data was emotional appeal. The analysis is based on three main data points. Conclusions are drawn by grouping persuasive strategies based on the age range, resulting in two main groups: (i) Persuasive Strategies for Children Aged 1-3 Years (Toddlers), and (ii) Persuasive Strategies for Children Aged 3-5 Years (Preschoolers). The analysis shows that children aged 1-3 years (toddlers) tend to be more responsive to emotional appeals, while preschool-aged children (3-5 years) are more responsive to motivational appeals. Flexibility in choosing persuasive strategies based on age and personality is key to the success of parental communication in persuading their children.