



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 8622-8628

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Komunikasi Persuasif Ibu terhadap Penanaman Nilai-Nilai Akhlak Anak dalam Menggunakan Media Sosial di Kampung Tanjung Ciparay

Aldi Fitara Aldiansyah Noor, Dian Andrea, Ike Junita Triwardhani

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung

nta53506@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk komunikasi persuasif yang diterapkan oleh ibu dalam menanamkan nilai-nilai akhlak kepada anak pada penggunaan media sosial di Kampung Tanjung Ciparay. Perkembangan media sosial yang semakin pesat telah memberikan berbagai peluang sekaligus tantangan bagi proses pembentukan karakter anak. Di satu sisi, media sosial dapat menjadi sarana memperoleh informasi, memperluas wawasan, dan membangun interaksi sosial. Namun, di sisi lain, penggunaan yang tidak terkontrol berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti menurunnya kontrol diri, penggunaan bahasa yang tidak santun, penyebaran informasi yang tidak tepat, serta paparan terhadap perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moral. Oleh karena itu, peran ibu sebagai figur yang memiliki kedekatan emosional dengan anak menjadi sangat penting dalam memberikan pendampingan dan pengawasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposive, yaitu ibu yang memiliki anak usia 10–15 tahun dan aktif menggunakan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dilakukan melalui pola dialogis, pemberian nasihat, diskusi dua arah, pengawasan, dan keteladanan. Teknik asosiasi digunakan dengan menghubungkan pesan moral pada pengalaman sehari-hari anak, sedangkan teknik fear arousing diterapkan untuk meningkatkan kesadaran terhadap risiko cyberbullying, penyalahgunaan informasi, dan kecanduan media sosial. Penelitian ini juga menemukan hambatan komunikasi yang meliputi faktor sosiologis, psikologis, dan semantik. Temuan tersebut menegaskan bahwa kemampuan ibu dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital menjadi faktor penting dalam keberhasilan penanaman nilai-nilai akhlak sehingga anak mampu menggunakan media sosial secara bijak, bertanggung jawab, dan sesuai dengan norma sosial maupun agama.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Peran Ibu, Akhlak Anak, Media Sosial, Teknik Persuasi.

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat, termasuk pada anak-anak. Media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku penggunanya. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan terciptanya dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna (user-generated content), sehingga memiliki pengaruh besar terhadap cara individu berinteraksi dan berperilaku. Namun, penggunaan media sosial yang tidak terkontrol dapat berdampak negatif terhadap perkembangan moral anak, seperti penggunaan bahasa yang tidak santun, rendahnya kontrol diri, serta kecenderungan meniru perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai akhlak (Kuss & Griffiths, 2017).

Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Anak-anak dan remaja menjadi kelompok pengguna yang paling aktif karena kemudahan akses internet melalui telepon pintar. Berbagai platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan WhatsApp telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Kehadiran media sosial memberikan berbagai manfaat, seperti kemudahan memperoleh informasi, memperluas jaringan pertemanan, serta mendukung proses pembelajaran. Akan tetapi, tanpa pendampingan yang tepat, anak dapat terpapar berbagai konten yang tidak sesuai dengan usia maupun nilai-nilai moral yang berlaku dalam masyarakat.

Media sosial juga menghadirkan tantangan baru dalam proses pendidikan karakter anak. Arus informasi yang begitu cepat membuat anak lebih mudah menerima berbagai nilai dan budaya dari luar lingkungan keluarga. Tidak

semua informasi yang diterima melalui media sosial memiliki dampak positif. Fenomena seperti cyberbullying, ujaran kebencian, penyebaran berita bohong (hoaks), perilaku konsumtif, hingga kecanduan media sosial menjadi masalah yang semakin sering ditemukan pada kalangan anak dan remaja. UNICEF (2021) menyebutkan bahwa lingkungan digital memberikan peluang sekaligus risiko yang dapat memengaruhi perkembangan sosial, emosional, dan moral anak apabila tidak diimbangi dengan pengawasan yang memadai dari orang tua.

Selain itu, masa anak-anak dan remaja merupakan periode penting dalam pembentukan identitas diri dan karakter. Pada tahap perkembangan ini, anak cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi serta mudah meniru perilaku yang dianggap menarik atau populer. Teori pembelajaran sosial yang dikemukakan oleh Bandura (1986) menjelaskan bahwa individu dapat mempelajari perilaku melalui proses pengamatan dan peniruan terhadap model yang dilihatnya. Dalam konteks media sosial, berbagai konten yang dikonsumsi anak berpotensi menjadi model perilaku yang memengaruhi cara berpikir dan bertindak mereka. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang berkesinambungan untuk memastikan bahwa nilai-nilai positif tetap tertanam dalam diri anak meskipun mereka hidup di tengah lingkungan digital yang sangat dinamis.

Dalam pembentukan akhlak anak, keluarga memiliki peran yang sangat fundamental sebagai lingkungan pendidikan pertama dan utama. Menurut Lickona (2012), keluarga merupakan tempat utama dalam pembentukan karakter anak karena melalui interaksi sehari-hari nilai-nilai moral ditanamkan secara berkelanjutan. Komunikasi yang terjalin antara orang tua dan anak menjadi faktor penting dalam membentuk kepribadian dan perilaku anak. Dalam hal ini, ibu memiliki peran strategis karena kedekatan emosional yang lebih intens dengan anak, sehingga lebih efektif dalam menyampaikan nilai-nilai akhlak (Santrock, 2011).

Peran ibu dalam era digital tidak hanya sebatas memberikan perhatian dan kasih sayang, tetapi juga berfungsi sebagai pendamping, pengawas, serta pemberi arahan dalam penggunaan media sosial. Ibu dituntut untuk memahami perkembangan teknologi agar mampu menjembatani perbedaan generasi yang sering kali menjadi hambatan komunikasi dengan anak. Kemampuan ibu dalam membangun komunikasi yang terbuka dan penuh empati menjadi salah satu faktor penting dalam mencegah berbagai dampak negatif media sosial. Melalui komunikasi yang baik, anak akan merasa lebih nyaman untuk berdiskusi mengenai pengalaman mereka di dunia digital sehingga orang tua dapat memberikan arahan yang sesuai.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam proses tersebut adalah komunikasi persuasif. Menurut Effendy (2003), komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang halus tanpa paksaan. Teknik-teknik dalam komunikasi persuasif, seperti asosiasi dan fear arousing, dapat digunakan untuk membantu anak memahami konsekuensi dari perilaku yang dilakukan serta mendorong perubahan sikap ke arah yang lebih positif. Dengan demikian, komunikasi persuasif menjadi strategi penting bagi ibu dalam membimbing anak agar mampu menggunakan media sosial secara bijak dan sesuai dengan nilai-nilai akhlak.

Namun demikian, dalam praktiknya komunikasi antara ibu dan anak tidak selalu berjalan efektif. Terdapat berbagai hambatan yang dapat memengaruhi keberhasilan komunikasi, seperti perbedaan latar belakang sosial, kondisi psikologis anak, serta perbedaan pemahaman bahasa, terutama dalam konteks digital. Menurut DeVito (2016), hambatan komunikasi dapat berupa hambatan psikologis, sosiologis, dan semantik yang dapat mengganggu proses penyampaian dan penerimaan pesan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai komunikasi persuasif ibu dalam penanaman nilai-nilai akhlak anak pada penggunaan media sosial menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bentuk komunikasi persuasif yang diterapkan oleh ibu, teknik komunikasi yang digunakan, serta hambatan yang dihadapi dalam proses penanaman nilai-nilai akhlak. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi orang tua, pendidik, dan masyarakat dalam mengembangkan strategi pendampingan anak yang lebih efektif di era digital.

2. Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk mengkaji komunikasi persuasif ibu dalam menanamkan nilai-nilai akhlak anak dalam penggunaan media sosial di Kampung Tanjung Ciparay (Creswell, 2014).

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling (Patton, 2015), dengan kriteria:

- 1) Ibu Kandung yang tinggal serumah dengan anak
- 2) Memiliki anak usia 10–15 tahun.
- 3) Anak aktif menggunakan media sosial minimal 2 jam per hari.
- 4) Ibu terlibat langsung dalam pengawasan dan komunikasi terkait penggunaan media sosial.
- 5) Bersedia menjadi narasumber.

Jumlah informan sebanyak 5–8 orang atau hingga mencapai kejenuhan data. Untuk memperkuat data, ditambahkan informan pendukung yaitu 2–3 anak dari ibu yang menjadi informan utama.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi (Moleong, 2018). Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014).

Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan metode (Lincoln & Guba, 1985), sehingga hasil penelitian memiliki validitas dan kredibilitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Hasil

3.1.1 Bentuk Komunikasi Persuasif Ibu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ibu menerapkan komunikasi persuasif secara interpersonal dalam menanamkan nilai-nilai akhlak anak dalam penggunaan media sosial. Pola komunikasi yang digunakan bersifat dialogis, melalui nasihat, teguran, dan diskusi dua arah, sehingga anak lebih terbuka dalam menerima pesan.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan informan:

"Biasanya saya tidak langsung memarahi, tetapi mengajak anak berdiskusi agar ia memahami maksud saya" (Informan 1).

Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikatif yang tidak otoriter cenderung lebih efektif dalam membangun kesadaran anak.

3.1.2 Teknik Komunikasi Persuasif yang Digunakan

a. Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi diterapkan dengan cara mengaitkan pesan moral dengan pengalaman konkret dan situasi yang sudah dikenal anak dalam konteks penggunaan media sosial sehari-hari. Tujuannya adalah menciptakan pemahaman kontekstual yang memudahkan anak menginternalisasi nilai-nilai akhlak tanpa merasa digurui. Teknik ini paling sering muncul dalam percakapan ibu-anak terkait etika berbahasa di media sosial.

"Saya selalu mengingatkan bahwa berbicara di media sosial harus sama sopannya seperti berbicara langsung—bahkan lebih sopan, karena tulisan itu bisa dibaca banyak orang dan bisa disalahartikan." (Informan 2)

"Waktu anak saya dapat komentar kasar dari temannya di media sosial dan dia sedih, saya memanfaatkan momen itu untuk mengajarkan bahwa kita tidak boleh melakukan hal yang sama kepada orang lain." (Informan 5)

Temuan ini menunjukkan bahwa teknik asosiasi menjadi salah satu strategi komunikasi persuasif yang efektif dalam proses internalisasi nilai-nilai akhlak. Anak cenderung lebih mudah menerima pesan ketika materi yang disampaikan berkaitan dengan pengalaman dan kondisi yang mereka alami sendiri. Selain meningkatkan

pemahaman, teknik ini juga mendorong terbentuknya kesadaran diri sehingga anak dapat mengontrol perilakunya secara mandiri saat menggunakan media sosial.

Dari perspektif teori komunikasi persuasif, teknik asosiasi bekerja dengan memanfaatkan skema kognitif yang sudah dimiliki anak untuk mempermudah penerimaan pesan baru (Effendy, 2003). Pendekatan ini efektif karena tidak memaksa anak menerima konsep abstrak, melainkan menghubungkan nilai-nilai akhlak dengan pengalaman emosional yang sudah dirasakan anak secara langsung. Perloff (2021) menyebut mekanisme ini sebagai *experiential anchoring*—penekanan pesan persuasif pada pengalaman konkret yang memiliki resonansi emosional tinggi bagi komunikan.

b. Teknik *Fear Arousing*

Teknik *fear arousing* diterapkan dengan cara menyampaikan dampak-dampak negatif konkret dari penggunaan media sosial yang tidak bijak, dengan tujuan membangkitkan kesadaran dan kewaspadaan anak. Para ibu menggunakan teknik ini terutama ketika menghadapi situasi di mana anak menunjukkan perilaku berisiko di media sosial atau terpapar konten yang tidak sesuai.

Melalui komunikasi yang dilakukan secara berulang dan disertai contoh-contoh nyata yang dekat dengan kehidupan anak, ibu berusaha menanamkan sikap hati-hati dalam menggunakan media sosial. Anak diarahkan untuk mempertimbangkan dampak dari setiap unggahan, komentar, maupun informasi yang dibagikan. Dengan adanya pemahaman mengenai kemungkinan risiko tersebut, anak menjadi lebih selektif dan bertanggung jawab dalam berinteraksi di lingkungan digital.

"Saya ceritakan kasus nyata tentang anak yang kehidupannya hancur gara-gara satu postingan yang tidak bertanggung jawab—itu biasanya lebih masuk ke pikiran anak daripada sekadar nasihat." (Informan 4)

"Saya sering mengingatkan bahwa kesalahan di media sosial bisa berdampak serius—bisa merusak nama baik keluarga, bisa berhadapan dengan hukum. Bukan untuk menakut-nakuti, tapi supaya anak sadar ini serius." (Informan 6)

Temuan ini juga menunjukkan bahwa peran ibu sebagai komunikator memiliki kontribusi penting dalam membentuk persepsi anak terhadap risiko penggunaan media sosial. Penyampaian pesan yang dilakukan secara persuasif dan disertai penjelasan yang rasional memungkinkan anak memahami bahwa peringatan yang diberikan bukan sekadar larangan, melainkan bentuk perlindungan dan bimbingan agar mereka dapat menggunakan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai moral yang berlaku di masyarakat.

Hasil observasi menunjukkan bahwa teknik *fear arousing* yang paling efektif adalah yang disertai dengan contoh kasus nyata yang relevan dengan dunia anak, bukan sekadar ancaman abstrak. Temuan ini konsisten dengan penelitian Tannenbaum et al. (2015) yang mengidentifikasi bahwa pesan *fear arousing* yang dilengkapi dengan informasi efikasi diri (*self-efficacy information*) yakni panduan konkret tentang apa yang harus dilakukan—menghasilkan perubahan perilaku yang jauh lebih signifikan dibandingkan pesan yang hanya menekankan ancaman tanpa solusi. Para ibu secara intuitif menerapkan prinsip ini dengan selalu menyertakan alternatif perilaku positif setelah menyampaikan risiko. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa teknik *fear arousing* memiliki efek yang berbeda tergantung pada karakteristik psikologis anak. Pada anak yang memiliki tingkat kecemasan tinggi, teknik ini justru dapat kontraproduktif karena memicu reaksi penghindaran (*avoidance*) daripada perubahan perilaku yang konstruktif. Tiga dari tujuh ibu melaporkan bahwa mereka telah belajar menyesuaikan intensitas teknik *fear arousing* berdasarkan kondisi emosional anak pada saat komunikasi berlangsung.

3.1.3 Hambatan dalam Komunikasi Persuasif

a. Hambatan Sosiologis

Pengaruh lingkungan pergaulan dan teman sebaya menjadi faktor dominan yang memengaruhi perilaku anak.

"Anak kadang lebih mengikuti teman-temannya dibandingkan nasihat orang tua" (Informan 4).

Hambatan sosiologis yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap pembentukan perilaku anak dalam menggunakan media sosial. Pada masa perkembangan, anak cenderung menjadikan kelompok teman sebaya sebagai salah satu sumber referensi utama dalam menentukan sikap dan perilaku. Kondisi tersebut menyebabkan pesan-pesan yang disampaikan oleh orang tua terkadang bersaing dengan nilai, norma, dan kebiasaan yang berkembang dalam lingkungan pergaulan anak. Apabila lingkungan sosial memberikan pengaruh yang bertentangan dengan nilai-nilai yang ditanamkan oleh keluarga, maka efektivitas komunikasi persuasif ibu dapat mengalami penurunan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan penanaman nilai-nilai akhlak tidak hanya bergantung pada komunikasi dalam keluarga, tetapi juga dipengaruhi oleh dukungan lingkungan sosial yang kondusif.

b. Hambatan Psikologis

Sikap defensive dan ketergantungan terhadap media sosial menyebabkan anak kurang responsive terhadap pesan yang disampaikan.

“Terkadang anak menolak ketika diingatkan karena merasa dibatasi” (Informan 5).

Hambatan psikologis yang muncul dalam penelitian ini berkaitan dengan kondisi emosional dan karakteristik individu anak. Sikap defensif yang ditunjukkan anak ketika menerima nasihat dari orang tua dapat terjadi karena anak merasa kebebasannya dibatasi atau merasa bahwa dirinya telah memahami penggunaan media sosial dengan baik. Selain itu, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berpotensi menimbulkan ketergantungan sehingga anak menjadi kurang terbuka terhadap masukan yang diberikan. Kondisi ini menyebabkan pesan persuasif yang disampaikan ibu tidak selalu diterima secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih dialogis dan partisipatif agar anak merasa dihargai serta lebih bersedia menerima arahan yang diberikan.

c. Hambatan Semantik

Perbedaan pemahaman bahasa digital antara ibu dan anak menghambat efektivitas komunikasi.

“Saya tidak selalu memahami istilah yang digunakan anak di media sosial” (Informan 1).

Hambatan semantik dalam penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan pemahaman mengenai istilah, simbol, maupun bahasa yang digunakan dalam media sosial. Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat melahirkan berbagai istilah baru yang lebih familiar bagi anak dibandingkan orang tua. Ketidaksesuaian pemahaman terhadap makna bahasa tersebut dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam proses komunikasi. Akibatnya, pesan yang ingin disampaikan oleh ibu tidak selalu diterima sesuai dengan maksud yang diharapkan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peningkatan literasi digital bagi orang tua agar mampu memahami perkembangan bahasa dan budaya digital yang digunakan anak, sehingga proses komunikasi persuasif dapat berlangsung lebih efektif dan menghasilkan pemahaman yang sama antara kedua belah pihak.

3.2 Diskusi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ibu memiliki peran yang penting dalam proses penanaman nilai-nilai akhlak anak dalam penggunaan media sosial. Bentuk komunikasi yang dilakukan melalui dialog, nasihat, diskusi, dan keteladanan menunjukkan bahwa hubungan interpersonal yang positif antara ibu dan anak menjadi faktor utama dalam keberhasilan penyampaian pesan moral. Anak cenderung lebih mudah menerima arahan ketika komunikasi dilakukan secara terbuka dan tidak bersifat memaksa. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi persuasif tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses pembentukan kesadaran dan tanggung jawab anak dalam menggunakan media sosial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Effendy (2003), yang menyatakan bahwa persuasi merupakan proses memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang melalui pendekatan yang halus tanpa unsur paksaan. Dalam konteks penelitian ini, ibu tidak hanya memberikan larangan terhadap penggunaan media sosial yang berlebihan, tetapi juga berusaha memberikan pemahaman mengenai dampak positif dan negatif yang dapat ditimbulkan. Pendekatan tersebut memungkinkan anak untuk memahami alasan di balik setiap aturan yang diberikan sehingga lebih mudah menerima dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Penggunaan teknik asosiasi yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pesan moral akan lebih mudah dipahami ketika dikaitkan dengan pengalaman nyata yang dialami anak. Ketika ibu menghubungkan perilaku di media sosial dengan situasi yang sering ditemui anak dalam kehidupan sehari-hari, pesan yang disampaikan menjadi lebih konkret dan mudah dipahami. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan pesan dengan pengalaman dan kebutuhan komunikan. Dengan demikian, teknik asosiasi dapat membantu anak memahami bahwa etika berkomunikasi di media sosial tidak berbeda dengan etika yang berlaku dalam kehidupan nyata.

Selain teknik asosiasi, penelitian ini juga menemukan penggunaan teknik fear arousing sebagai strategi komunikasi persuasif. Teknik ini dilakukan dengan memberikan pemahaman mengenai risiko dan konsekuensi yang dapat muncul akibat penggunaan media sosial yang tidak bijak, seperti cyberbullying, penyebaran informasi pribadi, penipuan digital, hingga kerusakan reputasi di dunia maya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik ini mampu meningkatkan kewaspadaan anak terhadap berbagai ancaman yang terdapat di lingkungan digital. Temuan tersebut sejalan dengan pendapat DeVito (2016) yang menjelaskan bahwa rasa takut yang disampaikan secara proporsional dapat menjadi stimulus untuk mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih positif.

Keberhasilan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ibu juga dipengaruhi oleh kedekatan emosional yang terjalin antara ibu dan anak. Kedekatan tersebut memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih intensif sehingga anak merasa nyaman untuk menyampaikan pengalaman, masalah, maupun aktivitasnya di media sosial. Santrock (2011) menjelaskan bahwa hubungan emosional yang positif antara orang tua dan anak berkontribusi terhadap pembentukan perilaku sosial yang sehat. Dalam penelitian ini, kedekatan emosional menjadi modal penting bagi ibu dalam menjalankan fungsi pengawasan dan pembinaan akhlak anak di era digital.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya hambatan yang memengaruhi efektivitas komunikasi persuasif. Hambatan sosiologis muncul akibat pengaruh lingkungan pergaulan dan teman sebaya yang sering kali lebih dominan dalam membentuk perilaku anak. Pada usia remaja, anak cenderung memiliki kebutuhan untuk diterima dalam kelompok sosialnya sehingga lebih mudah terpengaruh oleh norma dan perilaku teman sebaya. Kondisi ini menyebabkan pesan yang disampaikan oleh ibu terkadang kurang mendapatkan perhatian dibandingkan pengaruh yang berasal dari lingkungan pergaulan.

Selain hambatan sosiologis, hambatan psikologis juga menjadi faktor yang memengaruhi keberhasilan komunikasi. Beberapa anak menunjukkan sikap defensif ketika mendapatkan nasihat atau pengawasan terkait penggunaan media sosial. Sikap tersebut muncul karena anak merasa kebebasannya dibatasi atau tidak dipercaya oleh orang tua. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif memerlukan pendekatan yang memperhatikan kondisi emosional anak agar pesan dapat diterima dengan baik tanpa menimbulkan resistensi.

Hambatan lainnya adalah hambatan semantik yang berkaitan dengan perbedaan pemahaman bahasa antara ibu dan anak dalam lingkungan digital. Perkembangan teknologi yang sangat cepat menyebabkan munculnya berbagai istilah, simbol, dan bahasa gaul yang tidak selalu dipahami oleh orang tua. Akibatnya, proses komunikasi terkadang mengalami kesalahpahaman yang dapat mengurangi efektivitas penyampaian pesan. Oleh karena itu, ibu perlu meningkatkan literasi digital agar mampu memahami budaya komunikasi yang berkembang di media sosial dan dapat menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan anak.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi persuasif tidak dapat dipisahkan dari kemampuan orang tua dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Literasi digital menjadi salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh ibu agar dapat memberikan pendampingan yang sesuai dengan kondisi saat ini. Dengan memahami cara kerja media sosial, jenis konten yang dikonsumsi anak, serta berbagai risiko yang mungkin muncul, ibu akan lebih mudah memberikan arahan yang relevan dan dapat diterima oleh anak.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa komunikasi persuasif merupakan strategi yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai akhlak kepada anak pada era digital. Keberhasilan strategi tersebut dipengaruhi oleh penggunaan teknik komunikasi yang tepat, kualitas hubungan antara ibu dan anak, serta kemampuan ibu dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi digital orang tua dan penguatan komunikasi dalam keluarga menjadi langkah penting untuk mendukung pembentukan karakter anak yang berakhlak baik dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif ibu memiliki peran penting dalam menanamkan nilai-nilai akhlak anak dalam penggunaan media sosial di Kampung Tanjung Ciparay. Ibu menerapkan teknik komunikasi persuasif berupa asosiasi dengan mengaitkan pesan moral pada pengalaman sehari-hari anak, serta teknik *fear arousing* dengan menekankan dampak negatif dari penggunaan media sosial yang tidak bijak. Kedua teknik tersebut terbukti mampu membantu anak memahami serta mengontrol perilakunya dalam bermedia sosial. Namun, efektivitas komunikasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai hambatan, yaitu hambatan sosiologis berupa pengaruh lingkungan pergaulan, hambatan psikologis seperti sikap defensif dan ketergantungan anak terhadap media sosial, serta hambatan semantik berupa perbedaan pemahaman bahasa digital antara ibu dan anak. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi persuasif tidak hanya bergantung pada teknik yang digunakan, tetapi juga pada kemampuan ibu dalam menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan kondisi anak dan lingkungan sosialnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa peran ibu sebagai komunikator utama dalam keluarga masih sangat relevan dalam menghadapi tantangan perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan literasi digital bagi orang tua agar komunikasi yang terjalin dengan anak dapat berlangsung lebih efektif, adaptif, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, sinergi antara keluarga, sekolah, dan lingkungan masyarakat juga perlu diperkuat untuk mendukung pembentukan akhlak anak sehingga mereka mampu menggunakan media sosial secara bertanggung jawab, bijak, dan sesuai dengan nilai-nilai moral yang berlaku di masyarakat. Ucapan terimakasih Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan dan pihak yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini

Referensi

1. DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Pearson Education.
2. Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti.
3. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
4. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
5. Lickona, T. (2012). *Educating for character: How our schools can teach respect and responsibility*. Bantam Books.
6. Livingstone, S., & Helsper, E. (2008). Parental mediation of children's internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 581–599.
7. OECD. (2021). *Children in the Digital Environment: Revised Typology of Risks*.
8. Santrock, J. W. (2011). *Life-span development* (13th ed.). McGraw-Hill.
9. UNICEF. (2017). *The State of the World's Children: Children in a Digital World*.
10. Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
11. Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
12. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
13. Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
14. Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
15. Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.