# KOMUNIKASI PERSUASIF ORANG TUA DALAM MENGAJAK ANAK USIA DINI UNTUK MELAKSANAKAN SHOLAT FARDHU DI DESA PANCURAN GADING

**KECAMATAN TAPUNG KABUPATEN KAMPAR**

**Oleh: Kuswara**

**Dosen Pembimbing: Ir. Rusmadi Awza, S.Sos, M.Si**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Manajemen Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru – Pekanbaru

Telp/fax 0761-63277

***Abstract***

*Muslims are obliged to pray because it is a pillar of religion. It is the duty of parents to teach and invite children to perform fard prayer from an early age. For that parents use persuasive communication in order to be able to change the attitudes, behaviors, and actions of children towards better according to the wishes of parents. The purpose of this study was to find out the characteristics, the message conveyed, the media used by parents in inviting early childhood to perform fard prayer in Pancuran Gading Village, Tapung District, Kampar District. This study uses a qualitative method, where the selection of informants uses accidental techniques, namely interviewing parents and children who are encountered during prayer fardhu in the mosque. To get the desired data, the researcher made observations first, followed by informant interviews and documentation. Analyzing the data obtained using Huberman and Miles data analysis techniques, the Interactive Data Analysis Model consists of four stages: data collection, data reduction, data display, conclusion / verification. To achieve the validity of the data, researchers used an extension of participation and triangulation. The results showed that the characteristics possessed by parents were credibility, attractiveness, and power. Credibility is seen from experience, educational background, sincerity and patience of parents. The personality of parents who can know the desires of children by making a good approach so that they are liked by children becomes the attraction of parents in the eyes of children. Gift giving is like mukenah with cartoon characters and advice needed when children ignore the five daily prayers. The message conveyed by parents in the form of verbal, namely with words or simple language, used in everyday life so that it is easily understood by children and nonverbal in the form of gestures, friendly facial expressions, and low tone of voice. To support persuasive communication so that it runs smoothly, parents use face-to-face media and television as supporting media.*

***Keywords: Persuasive Communication*, *Parents, Early Chidhood, Prayer.***

# PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara demokratis yang sekular mayoritas pemeluk agama Islam. Konstitusi Indonesia menjamin kebebasan beragama kepada semua orang, masing-masing menurut agama atau keyakinan sendiri. Konstitusi ini juga menetapkan bahwa negara Indonesia harus didasarkan pada keyakinan kepada Ketuhanan Yang Maha Esa. Kondisi ini tampaknya agak kontradiktif, namun [Soekarno](https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/politik/orde-lama-soekarno/item179) memecahkan permasalahan ini dengan hipotesa bahwa setiap agama pada dasarnya mempunyai satu Ketuhanan tertinggi

[(https://www.indonesiainvestments.com/id/budaya/agama/item69](https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/item69)

[?)](https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/item69)

Perkataan Islam berasal dari Bahasa Arab, yang berasal dari kata kerja “salima”. Kata Islam adalah bentuk mashdar. Dari segi sematik, Islam mengandung makna selamat, sejahtera dan damai. Kata Islam satu akar dengan kata salam. Dari kata salam tersebut timbul ungkapan assalamu’alaikum yang telah membudaya dalam masyarakat Indonesia. Artinya semoga selamat, damai, sejahtera (Mardani, 2017: 19)

*Umat* Islam diwajibkan untuk melaksanakan shalat karena sholat itu: tiangnya agama, kunci dari semua ibadah, pelebur dosa, tanda bahwa kita orang Islam, kunci surga, dan bisa menjauhkan kita dari perbuatan dan ucapan buruk (dosa) (Rouf, 2013: 2)

Perintah wajib shalat ada pada firman Allah yang artinya “*Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan ruku’lah bersama orang-orang yang ruku’*” (Nuraeni, 2008: 62). Shalat terbagi menjadi dua, yaitu :

1. Shalat Fardhu

Shalat Zhuhur, Shalat Ashar, Shalat Maghrib, Shalat Isya, dan shalat

Jum’at bagi laki-laki.

1. Shalat Sunnah Shalat Sunnah disyari’atkan oleh Allah selain sebagai sarana untuk lebih mendekatkan diri kepada-Nya,

juga untuk menambal kekurangankekurangan yang ada pada shalat fardhu.

Desa Pancuran Gading merupakan salah satu desa yang berada dibawah pemerintahan Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar dengan penduduknya yang mayoritas beragama Islam sebanyak 1075 orang laki-laki dan 1059 orang perempuan, kemudian di susul oleh agama Kristen berjumlah 70 orang. Namun, di Desa Pancuran Gading tidak ada masyarakat yang menganut agama Katolik, Hindu, Buddha, dan Konghucu.

Berdasarkan pengamatan penulis, anak mulai usia 3-7 tahun di Desa Pancuran Gading sudah diajarkan dan diajak sholat oleh orang tuanya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya anak yaitu sekitar 20 orang yang melaksanakan sholat di Musholla atau Masjid yang ada di Desa Pancuran Gading.

Dunia anak idealnya bersih dari tindakan-tindakan yang agresif dan pemaksaan. Anak di didik dalam lingkungan yang penuh dengan kasih sayang dan toleransi seyogyanya. Sikap toleran yang dimaksud adalah sikap menghargai pendapat dan keinginan anak. Tentu saja sikap tanpa paksaan ini tidak berarti bahwa orang tua kehilangan kendali atas pendidikan dan perkembangan anak secara keseluruhan. Terutama ibu, karena mayoritas ibu di Desa Pancuran Gading adalah ibu rumah tangga tentunya mereka lebih banyak waktu bersama anak.

Shalat merupakan sebuah keharusan dan kewajiban yang tidak dapat ditawar bagi umat muslim, sehingga orang tua sejak awal menanamkan nilai shalat harus dilaksanakan dengan alasan yang beraneka ragam. Tentunya disini kita ditemukan pada sebuah problematika dimana orang tua menempuh cara-cara tertentu dalam membangun kesadaran beribadah pada anak. Hal ini dilakukan agar anak tidak menafsirkan bahwa shalat adalah sesuatu yang membebankan. Pada titik inilah terlihat peran orang tua dalam menggunakan komunikasi persuasif yang bersifat membujuk.

Orang tua memerlukan karakteristik tertentu, seperti daya tarik yang dimiliki agar disenangi oleh anak, memberikan imbalan jika anak mengikuti perintah dan pemberian hukuman apabila melakukan kesalahan, luasnya pengetahuan dan ketulusan dalam menyampaikan pesan kepada anak baik secara verbal maupun nonverbal. Hal ini tentunya tidak lepas dari penggunaan media yang tepat untuk mendukung orang tuadalam mengubah sikap anak agar melaksanakan shalat lima waktu.

Komunikasi persuasif haruslah efektif, yang berarti harus menimbulkan efek. Efek menurut Applbaum (dalam

Effendy, 2009: 80), adalah apa yang terjadi pada komunikan sebagai akibat dari dampak stimuli atau pesan. Dalam komunikasi persuasif, efeknya harus merupakan dampak dalam perubahan sikap, opini dan tingkah laku yang timbul dari kesadaran komunikan, sebab komunikasi persuasif berbeda dengan komunikasi informatif, dan berbeda pula dengan komunikasi koersif.

# Identifikasi Masalah

Bertitik tolak dari rumusan masalah tersebut, maka identifikasi masalah yang dikemukakan yaitu:

1. Bagaimana karakteristik orang tua dalam mengajak anak usia dini untuk melaksanakan sholat fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar?
2. Bagaimana pesan yang disampaikan orang tua dalam mengajak anak usia dini untuk melaksanakan sholat fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar?
3. Bagaimana media yang digunakan orang tua dalam mengajak anak usia dini untuk melaksanakan sholat fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar?

# Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan permasalahan yang diambil dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik orang tua dalam mengajak anak usia dini untuk melaksanakan sholat fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar.
2. Untuk mengetahui pesan yang disampaikan orang tua dalam mengajak anak usia dini untuk melaksanakan sholat fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar.
3. Untuk mengetahui media yang digunakan orang tua dalam mengajak anak usia dini untuk melaksanakan sholat fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar.

# TINJAUAN PUSTAKA 1. Komunikasi Persuasif

Persuasif diambil dari istilah Bahasa Inggris “*persuation*” yang juga berasal dari bahasa latin “*persuasio*”, kata kerjanya adalah *to persuade* yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya (Widjaja, 2010: 66). Olzon dan Zanna (dalam Severin & Tankard, 2007: 177), mendefinisikan persuasi sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain. Ada beragam definisi komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh para ahli.

Dedi Mulyana menyatakan bahwa komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi dimana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk bukan memaksanya. Sedangkan menurut Kamus Ilmu Komunikasi (dalam Rakhmat, 2008: 14), komunikasi persuasif sebagai suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.

Maulana dan Gumelar (2013: 7-8) mengatakan ada tiga faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi persuasif, yaitu:

1) Karakteristik Sumber (Komunikator)

Ada tiga karakteristik sumber komunikasi (komunikator) yang mempengaruhi: pertama, kredibilitas atau dipercaya (*believability*) tergantung pada dua faktor yaitu keahlian (*expertise*) dan keterandalan (*trustworthiness*). Kedua, daya tarik komunikator berdasarkan pada beberapa faktor yaitu penampilan fisik, menyenangkan, disukai dan kesamaan dengan komunikan. Ketiga, kekuasaan untuk memberi ganjaran/ imbalan atau menghukum kepada komunikan. 2) Karakteristik pesan

Pesan yang disampaikan jika itu sesuai dengan pandangan atau nilai-nilai dari audiens akan cenderung lebih diterima. Namun adanya kesenjangan antara isi pesan yang disampaikan dengan pendapat komunikan dapat pula menimbulkan perubahan sikap. Hal ini sesuai dengan teori disonansi kognitif, bahwa semakin besar kesenjangan, semakin besar tekanan potensial untuk berubah. Meskipun demikian, tekanan yang semakin kuat dengan semakin besarnya kesenjangan, tidak selalu menghasilkan lebih banyak perubahan. 3) Karakteristik Audiens (Komunikan)

Harga diri dan intelegensi berhubungan dengan perubahan sikap. Orang dengan harga diri tinggi pada umumnya sulit untuk dipersuasi, karena mereka memiliki keyakinan dengan pendapat mereka. Evaluasi diri mereka yang tinggi membuat komunikator yang kredibel dipersepsi menjadi kurang kredibel dalam perbandingannya. Sedangkan subyek dengan harga diri rendah pada opininya sehingga tidak menghargai opininya sendiri, agak segan mempertahankannya dan kemungkinan besar akan mengubahnya bila dipersuasi.

Unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif diantaranya:

1. Sumber dan Penerima (*Persuader* dan *Persuadee*)

Sumber atau *persuader* adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain baik verbal maupun nonverbal. Dalam melakukan proses komunikasi persuasif, seorang *persuader* akan dikaji oleh *persuadee*. Ia akan mempertanyakan siapa lawan bicara. Sehingga eksistensi *persuader* benar– benar dipertaruhkan (Soemirat dan

Suryana, 2014: 225)

1. Pesan

Tubs dan Mass (dalam Soemirat dan Suryana, 2014: 235) menjelaskan bahwa dalam proses komunikasi, pesan yang disampaikan dapat berupa verbal dan nonverbal. Dapat disengaja maupun tidak disengaja. Oleh karena itu, jenis pesan yang muncul dapat berupa: verbal disengaja, verbal tak disengaja, nonverbal disengaja, dan nonverbal tak disengaja.

1. Saluran atau Media

Media merupakan sarana dimana pesan mengalir antara persuader dan persuadee. Saluran dalam komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan interaksi antarpersonal (tatap muka), interaksi kelompok dan interaksi menggunakan media massa. Saluran menurut Reed H. Blake dan Edwin O. Haroldesn media yang digunakan untuk membawa pesan, hal ini berarti bahwa saluran merupakan jalan atau alat untuk perjalanan pesan antara komunikator (sumber atau pengirim) dengan komunikan (penerima)

(Soemirat dan Suryana, 2014: 63) 4) Umpan Balik

Umpan balik atau feedback merupakan balasan atas perilaku yang dilakukan. Menurut Sastropoetra umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikasi atau dari pesan itu sendiri. Umpan balik bisa bersifat *internal* dan juga bersifat *external* (Soemirat dan

Suryana, 2014: 238)

1. Efek

Menurut Satropoetra (dalam Soemirat dan Suryana, 2014: 241) efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi. Efek adalah hal yang sangat diharapkan oleh persuader sebagai orang yang mempengaruhi dan berusaha untuk merubah perilaku *persuadee*, efek akan terlihat jika *persuadee* melakukan apa yang dikatakan *persuader* dan mau mengubah perilakunya sesuai dengan keinginan persuader. Dalam komunikasi persuasif terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri persuadee merupakan tujuan utama. Disinilah letak pokok yang membedakan komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya.

1. Lingkungan

Lingkungan komunikasi persuasif merupakan konteks situasional (*situational context*) untuk terjadinya proses komunikasi tersebut. Konteks tersebut berupa latar belakang dan fisik ketika tindakan komunikasi persuasif itu dilakukan. Tidak kalah menarik perhatian dengan tindakan persuasif itu sendiri, faktor kontekstual membuat pembicaraan dan respon pelaku komunikasi persuasif dapat dipahami dan merupakan pesan untuk memperoleh kebenaran (Simons

dalam Soemirat dan Suryana, 2014: 241)

# Orang Tua

Pengertian orang tua menurut beberapa ahli sebagaimana dikutip oleh Syamsul Kurniawan dalam bukunya

“Pendidikan Karakter”, mendefisikannya sebagai berikut:

1. Rosyi Datus Saadah, mengungkapkan bahwa orang tua sebagai salah satu institusi masyrakat terkecil yang terdiri dari ayah, ibu yang di dalamnya terjalin hubungan interaksi yang sangat erat.
2. Kamus Besar Bahasa Indonesia, orang tua adalah ibu dan bapak yang mengayomi dan melindungi anakanaknya dan seisi rumah.
3. Suparyanto, mendefiniskan orang tua sebagai dua individu yang bergabung karena hubungan darah, perkawinan, dan adopsi dalam satu rumah tangga, yang berinteraksi dengan lainnya dalam peran menciptakan serta mempertahankan budaya

(Kurniawan, 2013: 43)

# Anak Usia Dini

Hakikat anak usia dini menurut Augusta (dalam Mulyasa, 2012: 17) adalah individu yang unik dimana ia memiliki pola pertumbuhan dan perkembangan dalam aspek fisik, kognitif, sosioemosional, kreativitas, bahasa dan komunikasi yang khusus yang sesuai dengan tahapan yang sedang dilalui oleh anak tersebut.

National Association for the Education of Young Children (NAEYC) yaitu asosiasi para pendidik anak yang berpusat di Amerika, mendefinisikan rentang usia anak usia dini berdasarkan perkembangan hasil penelitian di bidang psikologi perkembangan anak yang mengindikasikan bahwa terdapat pola umum yang dapat diprediksi menyangkut perkembangan yang terjadi selama 8 tahun pertama kehidupan anak. NAEYC membagi anak usia dini menjadi 0-3 tahun, 3-5 tahun, dan 6-8 tahun. Menurut definisi ini anak usia dini merupakan kelompok manusia yang berada pada proses pertumbuhan dan perkembangan (Suryana,

2014: 6)

# Shalat Fardhu

Shalat menurut bahasa berarti doa. Menurut istilah ahli fiqih berarti: Perbuatan (gerak), dan perkataan yang dimulai dengan takbir dan diakhiri salam dengan syarat-syarat tertentu (Nuraeni, 2008: 62)

Shalat yang dilakukan sebaiknya sesuai dengan tata cara shalat Rasulullah. Seperti dalam sabda, ”Shalatlah kalian sesuai dengan apa yang kalian lihat aku mempraktikkannya” (HR. Bukhari Muslim). Tujuannya agar ibadah kita diterima dengan baik oleh Allah. Hukum shalat terdiri dari *(Rouf, 2013: 2-3):*

1. Shalat Fardhu adalah shalat yang wajib dikerjakan, dan terbagi lagi menjadi dua, yaitu: Fardhu ‘Ain dan Fardhu Kifayah.
2. Shalat Sunnah adalah shalat yang dianjurkan atau disunnahkan akan tetapi tidak diwajibkan. Salat sunnah terbagi lagi menjadi dua, yaitu: Sunnah Muakkad dan Sunnah

Ghairu Muakkad.

# METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian yaitu di Desa Pancuran Gading, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar. Adapun jadwal penelitian dilakukan mulai bulan Mei 2019 sampai dengan bulan Juni 2019. Pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental* yaitu mewawancarai orang tua dan anak yang ditemui pada saat melaksanakan shalat fardhu di Mesjid.

Pengumpulan data menggunakan observasi langsung. Peneliti mengamati dan ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh orang tua dan anak yaitu melaksanakan sholat fardhu di Musholla atau Masjid di Desa Pancuran Gading, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar. Wawancara dengan Intan beserta kedua orang tuanya yaitu Bapak Redi dan Ibu Yanti. Depriansyah serta orang tua, Bapak Maman dan Ibu Rina. Kemudian Dika dan kedua orang tua, Bapak Amir dan Ibu Inah. Dalam dokumentasinya penulis menggunakan data berupa kumpulan arsip dan foto yang penulis dapatkan ketika melakukan penelitian di Desa Pancuran Gading, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar.

Untuk menganalisis data-data yang diperoleh berupa observasi, wawancara maupun dokumentasi menggunakan teknik analisis data berdasarkan siklus yang dilukiskan oleh Huberman dan Miles yaitu Model Analisis Data Interaktif. Menurut Maleong (dalam Kriyantono, 2012: 167), analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapaat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi persuasif yang dilakukan pada penelitian ini bermaksud untuk melihat bagaimana karakteristik, pesan yang disampaikan, dan media yang digunakan orang tua dalam mengajak anak untuk melaksanakan shalat lima waktu. 1. Karakteristik Orang Tua Dalam Mengajak Anak Usia Dini Untuk Melaksanakan Sholat Fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar.

Kredibilitas dilihat dari pengalaman, latar belakang pendidikan pesantren dan madrasah, ketulusan dan kesabaran orang tua dalam mengajak anak melaksanakan shalat. Daya tarik dilihat dari kepribadian orang tua yang dapat mengetahui keinginan anak dengan cara melakukan pendekatan yang baik sehingga disenangi oleh anak. Sedangkan kekuasaan yang diterapkan berupa pemberian hadiah seperti mukenah dengan karakter kartun yang anak sukai dan nasehat yang diperlukan ketika anak mengabaikan shalat lima waktu.

2. Pesan Orang Tua Dalam Mengajak

 Anak Usia Dini Untuk

Melaksanakan Sholat Fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar.

Pesan verbal menggunakan kata-kata atau bahasa sederhana, biasa digunakan dalam kehidupan seharihari. Penyampaian secara lisan juga diikuti dengan gerak gerik, ekspresi wajah yang ramah, dan nada suara yang rendah.. Ini tak lain agar pesan yang disampaikan bisa dengan mudah dipahami oleh anak usia dini. Itu pulalah kenapa dalam proses komunikasi perlu didukung oleh pesan nonverbal.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penghambat komunikasi persuasif sehingga tidak berjalan dengan efektif. Pertama, ketika anak menganggap bahwa shalat fardhu tidak dilakukan lima waktu dalam satu hari. Kedua, saat masuk waktu shalat, tetapi anak masih mau bermain dengan teman-temannya. Kesabaran dan usaha ekstra orang tua sangat diperlukan agar berhasil dalam memberikan pendidikan kepada anak, khususnya pendidikan agama.

3. Media Orang Tua Dalam Mengajak

 Anak Usia Dini Untuk

Melaksanakan Sholat Fardhu di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung

Kabupaten Kampar

Media tatap muka adalah media utama yang digunakan karena orang tua dapat melihat langsung tanggapan anak ketika diajak melaksanakan shalat fardhu. Kemudian televisi sebagai media pendukung apabila penyampaian pesan menggunakan media sebelumnya dianggap kurang berhasil karena terdapat gangguan baik secara internal maupun eksternal sehingga menyulitkan anak untuk memahami isi pesan.

Penggunaan media dapat memudahkan orang tua dalam menyampaikan pesan atau perintah kepada anak, dan didukung dengan adanya media pula dapat meningkatkan daya tarik anak, merangsang anak untuk bertindak sesuai dengan keinginan orang tua.

# KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik yang dimiliki orang tua dalam mengajak anak usia dini untuk melaksanakan shalat fardhu yaitu kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan.
2. Cara penyampaian pesan orang tua dalam mengajak anak usia dini untuk melaksanakan shalat fardhu meliputi dua macam yaitu pesan verbal dan pesan nonverbal.
3. Media yang digunakan orang tua di Desa Pancuran Gading dalam mengajak anak untuk melaksanakan shalat fardhu ialah tatap muka dan televisi.

# SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang dapat penulis berikan untuk orang tua di Desa Pancuran Gading dalam mengajak anak melaksanakan shalat yaitu:

1. Orang tua sebagai *persuader* harus memberikan imbalan dan hukuman secara berimbang dan akan berdampak baik bagi anak jika orang tua melakukannya dengan cara-cara yang benar dan tepat.
2. Penggunaan pesan verbal dan nonverbal sudah cukup jelas dan mudah dipahami oleh anak. Diharapkan menggunakan lebih banyak kata-kata persuasif lainnya ketika menyampaikan pesan dalam mengajak anak untuk melaksanakan shalat fardhu.
3. Media tatap muka yang digunakan orang tua dalam mengajak anak untuk melaksanakan salat fadhu sudah baik. Namun, penggunaan media lain sebagai pendukung seperti televisi akan lebih baik lagi apabila ditambah.

# DAFTAR PUSTAKA

Mardani. 2017. *Pendidikan Agama Islam Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kencana.

Rouf, Muh. 2013. Yuk, Kita Shalat Panduan Lengkap dan Mudah Dipraktekkan Untuk Anak. Jakarta: Anak Kita.

Nuraeni, Neni. 2008. *Tuntunan Shalat Lengkap dan Benar.* Yogyakarta: Mutiara Media.

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relation & Publlic Relation.* Bandung: Mandar Maju.

Widjaja, H. A. W. 2010. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan*

*Masyarakat)*. Jakarta: Bumi Aksara Severin, Werner J dan James W Tankard. 2007. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan di Dalam Media Massa.* Jakarta: Kencana.

Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi.* Bandung: Remaja

Rosdakarya.

Soemirat, Soleh dan Asep Suryana. 2014. *Komunikasi Persuasif.* Banten: Universitas Terbuka.

Kurniawan, Syamsul. 2013. *Pendidikan Karakter*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Maulana, Herdiyan dan Gumgum Gumelar. 2013. *Psikologi*

*Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata

Mulyasa. 2012. *Manajemen PAUD*.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

Suryana, Dadan. 2014. *Dasar-dasar Pendidikan TK.* Jakarta: Universitas Terbuka

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:

Kencana.

**Sumber lain:**

[https://www.indonesiainvestments.com/id/budaya/agama/it em69?](https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/agama/item69) Tanggal akses 24 Juni 2019