

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan salah satu yang memiliki keaneka ragaman suku budaya yaitu suku Batak, Betawi, Jawa, Sunda dll. Semua daerah memiliki keunikan seni budaya tersendiri yang perlu terus dilestarikan karena budaya sangat penting dalam membangun identitas daerah dan mengembangkan jati diri.

Kebudayaan dan individu saling berpengaruh dan saling menentukan. Kebudayaan dipertahankan dan diciptakan melalui aktivitas komunikasi para anggota keluarganya. Masyarakat berperilaku bersama-sama untuk menciptakan kebudayaan yang terikat dan harus dipatuhi oleh setiap keturunannya agar kebudayaan dapat menjadi bagian kehidupan mereka (Djuarsa, 2007: 342). Menyatakan bahwa manusia tidak dapat hidup jika tidak saling berkomunikasi serta berinteraksi dengan satu sama lain.

Nilai pada anak Betawi adalah nilai moral bangsa, keagamaan. Salah satu daerah yang memiliki seni budaya khas ialah Provinsi DKI Jakarta, seni budaya itu dikenal dengan budaya Betawi, tidak hanya menunjukkan tradisi dan adat istiadat masyarakat Betawi. Tetapi sekaligus menunjukkan nilai-nilai estetika dan etika kehidupan masyarakat Betawi, di kehidupan suku Betawi asli memiliki nilai dan norma suatu kebudayaan menjadi suatu acuan dalam berbagai tindakannya. Tidak terkecuali dalam hal mendidik anak di keluarga Betawi itu sendiri. Dalam kehidupan keluarga Betawi orang tua mendidik anaknya dengan

keras dan sangat lah penting dan nomer satu untuk dipelajari dan dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Orang tua Betawi dari mereka menyekolahkan anak-anaknya ke sekolah yang berbasis islam seperti pesantren, madrasah . Orang tua Betawi menanamkan nilai keagamaan sejak anak usia dini. Mereka masih menghormati adat istiadat yang sudah ada sejak jaman dahulu.adat istiadat masyarakat Betawi diwarnai oleh agama islam.

Keluarga sebagai unit terkecil berpusat pada ayah, hubungan ayah dengan anak dan istri bersifat primer. Figure ayah amat dominan dalam keluarga Betawi, tetapi hubungan orang tua-anak dan hubungan suami-istri tidak mempunyai tata krama yang jelas. Hal ini dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari keluarga Betawi, seperti anaknya yang dapat memanggil ayah atau ibunya hanya dengan nama saja dan istri dapat memanggil suami dengan menyebut namanya langsung. Keluarga Betawi yang berpusat pada ayah (*Patrifocal-Family*) berasal dari implementasi nilai-nilai spiritual Islam ke dalam keluarga Betawi. Kuatnya nilai-nilai spiritual Islam ke dalam keluarga dapat dilihat pada keluarga Betawi yang lebih menganjurkan putra-putri mereka bersekolah di sekolah agama daripada di sekolah umum. Anak lelaki keluarga Betawi mendapat perhatian yang lebih baik dari pada anak perempuan mereka. Anak lelaki lebih mendapat perhatian pendidikan, asupan gizi, warisan, dan bila terjadi konflik antara anak yang berlainan jenis.Pandangan keluarga Betawi dalam pendidikan anak dan perbedaan memperlakukan anak menyebabkan anak laki-laki Betawi jarang yang berpendidikan tinggi dan anak perempuan tetap tinggal dirumah.

Keluarga Betawi pada umumnya menghidupi keluarganya dengan pekerjaan tidak tetap, berdagang, mengharapkan hasil kebun, dan kontrakan atau menyewakan rumah. Untuk melangsungkan pesta perkawinan, khitanan, atau keperluan lain yang lebih besar, keluarga Betawi pada umumnya menjual kebun atau sebagian rumahnya. Hal ini menyebabkan mereka terpinggirkan oleh kaum pendatang yang lebih ulet, mempunyai pendidikan, dan memiliki budaya menabung.

Orang tua Betawi juga lebih memanjakan anak-anaknya karena mereka beranggapan mempunyai harta warisan yang banyak. Jadi tidak perlu menyuruh anaknya berkerja keras dan berpendidikan tinggi, Sehingga anak-anak mereka menjadi pemalas untuk mencari pekerjaan dan berusaha sendiri maka kebanyakan orang Betawi tidak ingin berkerja atau disuruh-suruh oleh orang lain oleh karena itu kebanyakan keluarga Betawi berkerja sebagai pedagang.

Kebiasaan orang Betawi dalam keluarga mereka selalu menghormati orang yang lebih tua atau orang yang dituakan dalam keluarga mereka. Orang tua pada masyarakat Betawi mendidik anaknya untuk menjaga sopan santun dan etika yang baik ketika berhadapan didepan orang yang lebih tua. Berbicara terhadap orang tua tidak boleh bernada tinggi, ketika diperintah oleh orang tua kita tidak boleh menolak dengan penolakan yang kasar. Etika terhadap orang yang lebih tua.

Komunikasi keluarga pada masyarakat Betawi sangat bagus karena biasanya masyarakat Betawi tinggal pada satu daerah yang sama dengan semua sanak saudara dari semua keturunan buyutnya. Mereka tinggal saling berdekatan satu sama lain dari buyut, nenek, kakek, sampai anak cucu dan cicit mereka tinggal didaerah yang sama.

Orang Betawi jarang berpindah-pindah tempat tinggal. Mereka menetap dari kecil sampai beranak cucu ditempat yang sama. Ada kebiasaan-kebiasaan tertentu yang dijalani warga Betawi untuk sekedar berkumpul keluarga besar seperti membuat arisan keluarga, pengajian untuk orang tua dan remaja. serta orang tua membuat paguyuban Betawi untuk anak-anak mereka agar bisa mengembangkan kebudayaan betawi dan mengetahui asal usul nenek moyang mereka.

Keluarga Betawi sering berkomunikasi antara anak dan tokoh masyarakat Betawi untuk sekedar bertukar cerita tentang pengalaman pada saat jaman Betawi tempo dulu. Kekeluargaan masyarakat Betawi lebih erat karena mempunyai ikatan saudara yang kuat. Keluarga Betawi juga sering berkumpul dirumah keluarga yang paling tua diantara keturunan mereka. Karena mereka mempunyai adat istiadat untuk selalu menghormati dan mendahulukan orang yang ditua diketurunan mereka. Dan adat istiadat itu selalu diajarkan kesetiap keturunan Betawi lainnya.

Nilai anak akan dihubungkan dengan komunikasi keluarga karena anak merupakan bagian dari keluarga sehingga ketika keluarga berkomunikasi dengan satu sama lain, maka mereka saling ketergantungan satu sama lain juga. Anak juga mengambil peran penting dalam sebuah komunikasi keluarga tersebut. dan konsep anak bisa dilihat dari bagaimana cara keluarga itu berkomunikasi dengan baik dengan seluruh anggota keluarganya.

Mengapa pada masyarakat Betawi karena masyarakat Betawi mempunyai konsep nilai anak dan komunikasi keluarga yang baik satu sama lain, mereka saling

berhubungan dan terikat dalam berkomunikasi pada keluarga maupun masyarakat sekitarnya. Karena keluarga Betawi asli biasanya tinggal disatu tempat yang sama tidak berpindah-pindah dari nenek buyut sampe ke anak cucu cicit mereka, tetap menempati tanah kelahiran yang sama. Maka dari itu keluarga Betawi memiliki komunikasi keluarga yang baik dengan anak remaja mereka maupun dimasyarakatnya. Karena dalam masyarakat Betawi ada keterkaitan hubungan keluarga yang erat satu sama lain. dan mereka mempunyai ikatan persaudaraa yang tinggi disetiap anggota keluarganya. Pada keluarga Betawi juga mempunyai adat dan istiadat yang dijalani sehari-hari untuk sekedar berkomunikasi dalam keluarga maupun didalam lingkungan masyarakatnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut , dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Adanya perbedaan nilai anak laki-laki dan perempuan.
2. Adanya perbedaan cara komunikasi anak kepada orang tua .
3. Adanya kebebasan seorang anak berkomunikasi dengan orang tuanya sendiri.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah di atas maka peneliti membatasi penelitian hanya pada keluarga Betawi asli yang mempunyai anak usia remaja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah serta pembatasan masalah tersebut dapat dirumuskan permasalahan masalah sebagai berikut :

Apakah terdapat hubungan nilai anak dan komunikasi keluarga dengan anak usia remaja.

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan dengan judul hubungan nilai anak dan komunikasi keluarga dengan anak usia remaja diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi Institusi Pendidikan (IKK UNJ)

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah pada kesejahteraan keluarga khususnya pada program studi pendidikan kesejahteraan keluarga yang terkait dengan nilai anak serta komunikasi keluarga sehingga dapat dipergunakan dalam wahana pembelajaran.

2. Bagi masyarakat daerah jl.raya condet

Dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang terkait dengan nilai anak dan komunikasi keluarga dengan anak usia remaja yang terdapat pada keluarga asli betawi.

BAB II

KAJIAN TEORETIK, KERANGKA BERFIKIR, HIPOTESIS

PENELITIAN

2.1 Nilai Anak

2.1.1 Definisi Nilai Anak

Nilai atau value (Bahasa Inggris) atau valure (Bahasa Latin) berarti budaya, berguna, berlaku dan kuat. Menjadikan hal itu dapat dikuasai, diinginkan, berguna, dihargai, dan dapat menjadi objek kepentingan.

Nilai menurut Djahiri (1999), ialah harga, makna, isi pesan, semangat, atau jiwa yang tersirat dalam fakta, teori, dan konsep, sehingga bermakna secara fungsional. Nilai berfungsi untuk mengendalikan, menentukan dan mengarahkan, untuk menentukan kelakuan seseorang.

Arnold *et al.* (1975) dalam Hartoyo (2011), nilai anak sebagai nilai keseluruhan dari seorang anak yang terdiri dari nilai negatif dan nilai positif. Nilai negatif adalah biaya atau beban yang ditimbulkan oleh keberadaan seorang anak sedangkan nilai positif adalah kepuasan atau kegunaan yang dirasakan orang tua.

Koentjaraningrat dan Ihromi, Hoffman (1973) bahwa nilai anak berkaitan dengan fungsi anak bagi orang-tua. Nilai ini saling berinteraksi pada struktur sosial serta dipengaruhi oleh perbedaan sosial dan perubahan budaya. Nilai yang dianut oleh keluarga akan tercermin dalam kebiasaan kehidupan mereka sehari-hari. Begitu juga kebutuhan orang-tua akan perhatian anak (kebutuhan

psikologis). Kebutuhan tersebut sudah tentu akan dipengaruhi pula oleh aturan/norma yang berlaku dalam keluarga yang bersangkutan. Nilai anak didalam kehidupan sosial, terlihat dalam hal anak berperan sebagai ahli waris dan penerus keturunan. Anak dalam peranannya sebagai ahli waris, anak tidak semata-mata mewariskan harta peninggalan orang tua (warisan yang bersifat material), akan tetapi anak juga harus mewarisi kewajiban adat (warisan yang bersifat immaterial) (Ihromi, 1999).

Robinson (1983) ada tiga macam tipe kegunaan anak yakni :

1. Kegunaan anak diperoleh dari suatu barang konsumsi, yang yang diperoleh dari anak sebagai suatu barang konsumsi, misalnya sebagai sumber hiburan.
2. Kegunaan anak diperoleh dari sebagai suatu sarana produksi, yaitu dari beberapa hal anak yang diharapkan untuk bisa melakukan suatu pekerjaan tertentu yang bisa menambah pendapatan suatu keluarga.
3. Kegunaan anak diperoleh dari anak sebagai sumber ketentraman, baik pada hari tua maupun sebaliknya.

2.1.1.1 Dimensi Nilai Anak

Suckow dan Klaus (2002), dimensi nilai anak dibagi menjadi empat, yaitu

1. Spiritual
2. Psikologis
3. Social
4. Ekonomi

Kagitcbasi dana Ataca (2005), nilai ekonomi merupakan termasuk kebutuhan materi anak dari kecil hingga dewasa, kemudian bagaimana anak bisa menjaga

orang tua di hari tua dan kesediaan anak untuk membantu pekerjaan rumah tangga dan perekonomian keluarga.

Nilai psikologi anak adalah bagaimana seseorang mendapatkan keuntungan dengan memiliki anak, seperti kesenangan, kegembiraan, merasa memiliki teman, rasa bangga, serta rasa kepuasan melihat anak-anak beranjak dewasa (Kagiticibasi dan Ataca 2005).

Nilai sosial anak adalah bagaimana penerimaan lingkungan sosial terhadap anak, seperti meneruskan nama dan garis keturunan keluarga. Nilai spiritual anak adalah bagaimana anak menjadi anugrah dari Tuhan yang dimiliki orang tua (Kagiticibasi dan Ataca 2005).

Ketika orang tua berpersepsi bahwa biaya atau beban karena memiliki anak lebih besar, maka orang tua menginginkan anak yang lebih sedikit (Shapiro, 1997). Walaupun demikian, ada faktor lain, seperti latar belakang sosial, pendapatan, dan budaya, modernisasi, serta kebijakan pemerintah yang secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh terhadap jumlah anak yang diinginkan.

Setiap keluarga umumnya menginginkan anak, karena anak adalah harapan dan cita-cita dari sebuah perkawinan. Berapa jumlah anak yang diinginkan, tergantung dari keluarga itu sendiri. Apakah satu, dua, tiga, empat seterusnya. Dengan demikian keputusan orang tua untuk memiliki sejumlah anak adalah suatu pilihan, yang dimana pilihan tersebut sangat dipengaruhi oleh suatu nilai yang dianggap sebagai harapan atas setiap keinginan yang orang tua pilih. Ekonomi kependudukan mikro, yaitu suatu sudut pandangan orang tua atau dari satuan keluarga telah menganggap anak sebagai barang konsumsi tahan lama. Seperti rumah, televisi, mobil dan sebagainya, yang dapat memberikan kepuasan dalam

waktu yang lama. Setiap orang tua telah memiliki sumber-sumber yang terbatas dan berusaha untuk semaksimal mungkin mendapatkan kepuasan dengan memilih antara berbagai barang, termasuk pilihan jumlah anak yang diinginkan. Dengan pendekatan ini sulit diterangkan mengapa meningkatnya penghasilan justru menyebabkan turunnya fertilitas.

Salah satu jawabannya adalah bahwa dengan meningkatnya penghasilan, orang tua ingin agar anaknya berpendidikan lebih tinggi, sehingga mereka lebih memilih kualitas dari pada kuantitas anak (Jones dalam Lucas, 1990). Di antara berbagai pendekatan terhadap nilai anak, adalah pendekatan mikro ekonomi dan pendekatan psikologi sosial yang dikembangkan dari kerangka kerja Hoffman (Fawcett, 1983).

Pendekatan ini menekankan adanya kebutuhan masing-masing orang yang terpenuhi dengan mempunyai anak, cara lain untuk memenuhi kebutuhan ini, dan interaksi antara nilai sosial, emosional dan ekonomi, serta “beban” karena mempunyai anak (Fawcett, 1986). Di beberapa negara, termasuk Indonesia, umumnya anak laki-laki mempunyai sebuah arti khusus sehingga anak lelaki paling banyak dipilih orang tua. Orang tua golongan menengah lebih banyak memilih anak perempuan karena dapat menjadi kawan bagi ibu. Perbedaan suatu tanggapan yang relatif kecil antara suami dan istri adanya hubungannya dengan peranan mereka dan pembagian tugas dalam keluarga. Misalnya, seorang wanita yang lebih banyak menghabiskan waktu untuk mengasuh anak, dan mempunyai lingkungan kehidupan sosial yang lebih sempit, menitik beratkan anak sebagai kebutuhan emosional dan teman serta fisik dari engasuhan anak. Dari lain pihak, sedikitnya para suami lebih mementingkan sebuah kebutuhan akan keturunan

untuk melanjutkan garis keluarga dan lebih mementingkan biaya anak (Oppong, 1983). pendidikan dan nilai anak juga terlihat pada diri wanita. Semakin tinggi tingkat pendidikan wanita, semakin tinggi pula rasional, akan tetapi semakin besar pula peluangnya untuk memasuki masa kerja. Wanita yang berkerja mempunyai waktu sangat sedikit dengan demikian waktu untuk mengasuh dan membesarkan anak semakin berkurang. Itulah sebabnya nilai anak baginya mungkin berbeda dengan wanita kebanyakan, terutama yang tidak berpeluang untuk bekerja di luar rumah.

2.1.2 Komunikasi Keluarga

(widjaya, 2000. Hal 27), komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan atau diartikan pula saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat pula diartikan sebagai hubungan kontak anatra manusia baik individu atau kelompok.

Berkomunikasi adalah menyampaikan pesan-pesan yang terkandung dalam suatu interaksi dengan maksdu tertentu, misalnya bertukar gagasan, ide, atau pikiran. Juga dikemukakan oleh Hamlin dan stock (dikutip oleh hennings, 1986)

Hetherington (1986) mengemukakan bahwa komonikasi merupakan satu proses, yang berlangsung jika terjadi interaksi antara yang berbica dan yang mendengarkan.

Balswick dan Balswick (1990), komunikasi yang terjadi dalam lingkungan keluarga merupakan jantung kehidupan, berguna menunjang interaksi dan komunikasi antar anggota keluarga disamping mengeskpresikan emosi. Sehingga masing-masing individu mempunyai kesempatan untuk mengekspresikan pendapat, keinginan, harapan.

Komunikasi keluarga adalah pembentukan pola kehidupan keluarga dimana didalamnya terdapat unsur pendidikan, pembentukan sikap dan perilaku anak yang berpengaruh terhadap perkembangan anak (Hurlock, 1997 : 198). Di dalam keluarga, komunikasi merupakan salah satu hal yang harus dibina sehingga antara anggota keluarga merasakan suatu ikatan dan merasa saling membutuhkan.

Rae Sedwig (1985), komunikasi keluarga adalah sesuatu perorganisasian yang menggunakan kata-kata, sikap tubuh (*gesture*), intonasi suara, tindakan untuk menciptakan harapan image, ungkapan perasaan serta saling membagi pengertian, (Achdiat,1997:30). Komunikasi keluarga adalah kata-kata, sikap tubuh, intonasi suara dan tindakan, mengandung maksud mengajarkan, mempengaruhi dan memberikan pengertian.Sedangkan tujuan pokok dari komunikasi ini adalah memprakarsai dan memelihara interaksi anantara satu anggota dengan anggota lainnya sehingga tercipta komunikasi yang efektif.

Menurut Praktiko (2002:22) menjelaskan bahwa komunikasi orang tua dan anak merupakan komunikasi yang bersifat dua arah disertai dengan pemahaman bersama terhadap sesuatu hal dimana orang tua dan anak berhak menyampaikan pendapat, pikiran, informasi atau nasihat. Komunikasi merupakan salah satu sarana orang tua untuk mendidik anaknya dengan cara bertemu dan berdialog yang dilandasi rasa kasih sayang terhadap anak yang akan membantu anak percaya diri.

Syarat utama menciptakan komunikasi didalam keluarga adalah dengan meluangkan waktu bersama. Peran orang tua sangat besar dalam memelihara stabilitas komunikasi di dalam keluarga khususnya anak.

Djaali (2008:23) komunikasi dalam keluarga mengandung beberapa aspek keterampilan yaitu :

1. Aspek keterampilan mendengar atau *listening skills*, yaitu meliputi kemampuan berempati dan mendengarkan dengan penuh perhatian,
2. Aspek keterampilan berbicara atau *speaking skills*, yaitu meliputi berbicara untuk diri sendiri dan tidak berbicara untuk orang lain,
3. Keterbukaan diri atau *self disclosure*,
4. Aspek kejelasan atau *clarity*,
5. Aspek kontinuitas atau *continuity tracking*, yaitu kemampuan seseorang untuk tetap bertahan dalam satu topik pembicaraan,
6. Aspek respek atau *respect*,
7. Aspek hormat atau *regard*.

Suatu komunikasi yang baik diawali dengan menjadi pendengar yang baik. Anak maupun orang tua sebagai komunikasi harus menjadi pendengar yang baik. Anak mau mendengarkan pembicaraan orang tua, orang tua pun mau mendengarkan pembicaraan anak.

2.1.2.1 Bentuk Komunikasi Keluarga

Bentuk komunikasi keluarga sama halnya dengan bentuk interaksi social yang berada dalam keluarga, (Djamarah, 2014:122-134), ada empat bentuk komunikasi keluarga sebagai berikut :

- a. Komunikasi orang tua yaitu suami-istri

Komunikasi orang tua yaitu suami istri disini lebih menekankan pada peran penting suami istri sebagai penentu suasana dalam keluarga. Keluarga dengan anggota keluarga (ayah,ibu.anak).

b. Komunikas orang tua dan anak

Komunikasi yang terjalin antara orang tua dan anak dalam suatu ikatan keluarag di mana orang tua bertanggung jawab dalam mendidik anaknya.Hubungan yang terjalin anantara orang tua dan aanak di sini bersifat dua arah, disertai dengan pemahaman bersama terhadap sesuatu hal di mana antara orang tua dan anak berhak menyampaikan pendapat, pemikiran, informasi atau nasehat. Hubungan komunikasi yang efektif ini terjalin adanya rasa keterbukaan, empati, dukungan, perasaan positif, kesamaan antara orang tua dan anak.

c. Komunikasi ayah dan anak

Komunikasi disini mengarah pada perlindungan ayah terhadap anak.Peran ayah dalam memberikan informasi dan mengarahkan pada hal pengambilan keputusan pada anak yang peran komunikasinya cenderung meminta dan menerima.

d. Komunikasi anak dan anak yang lainnya

Komunikasi ini terjadi anatara anak 1 dengan anak lain. Dimana anak yang lebih tua lebih berperan sebagai pembimbing pada anak yang masih muda. Biasanya dipengaruhi oleh tingkatan usia atau factor kelahiran. Komunikasi keluarag penting dalam membentuk suatu keluarga yang harmonis, dimana untuk

mencapai keluarga yang harmonis, semua anggota keluarga harus didorong untuk mengemukakan pendapat gagasan, serta menceritakan pengalaman-pengalaman.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Keluarga

Komunikasi dalam keluarga jika dilihat dari segi fungsinya tidak jauh berbeda dengan fungsi komunikasi pada umumnya. Paling tidak ada dua fungsi komunikasi dalam keluarga, yaitu fungsi komunikasi sosial dan fungsi komunikasi kultural.

- a. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan untuk menghindarkan diri dari tekanan dan ketegangan. Selain itu, melalui komunikasi seseorang dapat berkerja mencapai tujuan bersama, (Djamarah, 2004:37)
- b. Fungsi komunikasi kultural diasumsikan dari pendapat para sosiolog bahwa komunikasi dan budaya mempunyai hubungan timbal balik. Budaya menjadi bagian dari komunikasi. Peranan komunikasi disini adalah turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya, jika demikian, benar kata Edward T, Hall bahwa “ budaya adalah komunikasi” dan “ komunikasi adalah budaya “, (Djamarah, 2004:37).

2.1.2.3 Pola Komunikasi Keluarga

Ada empat tipe pola komunikasi keluarga (Fitzpatrick dalam teori komunikasi W. Littlejohn) sebagai berikut :

- a. Pola Laissez-faire

Komunikasi keluarga dengan pola *laissez-faire*, ditandai dengan rendahnya komunikasi yang berorientasi konsep, artinya anak tidak diarahkan untuk mengembangkan diri secara mandiri, dan juga rendah dalam komunikasi yang berorientasi social. Artinya anak tidak membina keharmonisan hubungan dalam bentuk interaksi dengan orangtua. Anak maupun orangtua kurang atau tidak memahami objek komunikasi, sehingga dapat menimbulkan komunikasi yang salah.

b. Pola Protektif

Komunikasi keluarga dengan pola protektif, ditandai dengan rendahnya komunikasi dalam orientasi konsep, tetapi tinggi komunikasinya dalam orientasi social. Kepatuhan dan keselarasan sangat dipentingkan. Anak-anak yang berasal dari keluarga yang menggunakan pola protektif dalam berkomunikasi mudah dibujuk, karena mereka tidak belajar bagaimana membela atau mempertahankan pendapat sendiri.

c. Pola Pluralist

Komunikasi keluarga dengan pola pluralistic merupakan bentuk komunikasi keluarga yang menjalankan model komunikasi yang terbuka dalam membahas ide-ide dengan semua anggota keluarga. Menghormati minat anggota lain dan saling mendukung.

d. Pola konsensual

Komunikasi keluarga dengan pola konsensual, ditandai dengan adanya musyawarah mufakat. Bentuk komunikasi keluarga ini menekankan komunikasi

berorientasi social maupun yang berorientasi konsep. Pola ini mendorong dan memberikan kesempatan untuk tiap anggota keluarga mengemukakan ide dari berbagai sudut pandang, tanpa mengganggu struktur kekuatan keluarga.

2.1.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi dalam keluarga

Lunandi (1994. Hal 35) faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi dalam keluarga adalah sebagai berikut:

a. Citra diri

Manusia belajar menciptakan citra diri melalui hubungan dengan orang lain di lingkungan. Melalui komunikasi dengan orang lain seseorang akan mengetahui apakah dirinya dibenci, dicintai, dihormati, diremehkan, dihargai atau direndahkan.

b. Lingkungan fisik

Perbedaan tempat akan mempengaruhi pola komunikasi yang dilakukan cara untuk menyampaikan pesan, isi, informasi di sesuaikan dengan tempat dimana komunikasi itu dilakukan karena setiap tempat mempunyai aturan, norma atau nilai-nilai sendiri.

c. Lingkungan Sosial

Penting untuk dipahami, sehingga pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi keluarga memiliki kepekaan terhadap lingkungan social. Lingkungan social dalam berupa lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga.

2.1.2.5 Dimensi komunikasi keluarga

Kumar (Wijaya,1987,hal.39) ciri-ciri komunikasi adalah sebagai berikut :

a. Keterbukaan (openness)

Keterbukaan adalah sejauh mana individu memiliki keinginan untuk terbuka dengan orang lain dalam berinteraksi. keterbukaan yang terjadi dalam komunikasi memungkinkan prilakunya dapat memberikan tanggapan secara jelas terhadap segala fikiran dan perasaan yang si ungkapkannya.

b. Empati (Empathy)

Empaty adalah suatu perasaan individu yang merasakan sama seperti yang di rasakan orang lain, tanpa harus secara nyata terlibat dalam perasaan ataupun tanggapan orang tersebut.

c. Dukungan

Adanya dukungan dapat membantu seseorang lebih bersemangat dalam melakukan aktivitas serta meraih tujuan yang diinginkan. Dukungan ini lebih diharapkan dari orang terdekat, keluarga.

d. Perasaan

Perasaan yaitu dimana individu mempunyai perasaan positif dan negatif terhadap apa yang sudah di katakan orang lain terhadap dirinya.

e. Kesamaan (Equality)

Kesamaan adalah sejauh mana antara pembicara sebagai pengirim pesan dengan pendengar sebagai penerima pesan mencapai kesamaan dalam arti dan pesan komunikasi. Dengan kata lain kesamaan disini dimaksudkan individu mempunyai kesamaan dengan orang lain dalam hal berbicara dan mendengarkan.

2.1.3 Kebudayaan Betawi

2.1.3.1 Nilai-nilai yang dianut keluarga Betawi

Keluarga Betawi memiliki pandangan ‘banyak anak banyak rejeki’, pendidikan agama harus nomor satu, menjadi kebanggaan bagi kaum laki-laki jika memiliki istri lebih dari satu, dan anak laki-laki harus lebih pandai dari anak perempuan. Keluarga Betawi umumnya memiliki anak lebih dari tiga.

Penduduk betawi beranggapan bahwa pendatang adalah penjajah yang merebut rumah dan kebun mereka, padahal mereka menjual tanah dan kebun untuk menghidupi keluarga mereka sendiri. Keluarga Betawi umumnya berkelompok beberapa generasi dalam satu rumah, rumah besar disekat-sekat, atau bersebelahan dengan saudara lain. Keluarga Betawi memiliki rasa gotong royong yang tinggi, kompak dalam menghadapi persoalan anggota keluarganya, tetapi dalam membela anggota keluarga tersebut acapkali tidak berdasarkan pertimbangan logis, lebih pada pertimbangan perasaan dan kedekatan kekerabatan.

2.1.3.2 Bentuk-bentuk Keluarga dan System Ikatan Persaudaraan Betawi

Pada keluarga Betawi dijumpai bentuk keluarga inti, keluarga besar dan orang tua tunggal yang dapat ditemukan pada keluarga dengan kepala keluarga

perempuan. Orang Betawi cenderung menikah di usia muda, dan anak mereka di asuh oleh nenek. Ikatan persaudaraan tercermin saat hari raya lebaran, kematian, sunatan dan melahirkan. Keluarga yang lebih muda datang dengan membawa buah tangan walaupun keluarga yang lebih tua lebih kaya. Dalam satu ahun hari raya idul fitri wajib datang meskipun sering berkunjung di luar idul fitri, bila pada hari raya tidak hadir, mereka dianggap menjauhi keluarga.

2.2 Hubungan Nilai Anak dan Komunikasi Keluarga

Komunikasi dalam keluarga perlu dibina dan dipertahankan oleh setiap individu yang terlibat didalamnya. Komunikasi merupakan kondisi utama bagi kelangsungan hubungan anak dengan orang tua.

Strommen dan Fitzgerald dalam Gunarsa, mengatakan pada awal perkembangan seorang anak tidak dapat sepenuhnya mengerti tentang nilai sikap anak, serta harapan-harapan kedua orang tua. Dalam suatu keluarga, orang tua diharapkan dapat berkomunikasi hal ini kepada anak-anaknya. Melalui aturan-aturan nilai anak dalam rumah tangga. Orang tua sebagai pemimpin dalam sebuah keluarga diharapkan dapat meluangkan waktunya untuk selalu berkomunikasi dengan anak-anaknya.

Gunarsa mengatakan bahwa seorang anak mulai perkembangannya dengan menciptakan nilai-nilai anak dari orang tua, serta membuka sosialisasi baru dan disinilah peran orang tua banyak dibutuhkan. Komunikasi antara orang tua dan anak sangat berhubungan dengan perkembangan anak selanjutnya.

Berdasarkan Klinge, Gillin, mengatakan bahwa setiap proses perkembangan anak didorong oleh faktor-faktor nilai anak. Misalnya menjadikan

anak menjadi tempat mencurahkan kasih sayang dan sumber kebahagiaan bagi keluarga, nilai anak ini berpengaruh pada komunikasi keluarga yang ditanamkan pada perkembangan anak mereka.

2.3 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan akan menjadi masukan dalam melengkapi penelitian ini :

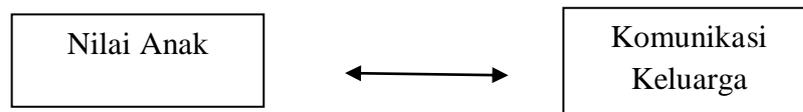
1. Intensitas komunikasi keluarga dan prestasi belajar anak (studi kasus pelajar kelas 5 sekolah dasar Djama'atul Ichwan Kota Surakarta) yang dilakukan oleh Ardhi Kurniadi, Fakultas Ilmu Social dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta Tahun 2010. Kesimpulan yang didapat ialah, ada pengaruh hubungan yang signifikan antara intensitas komunikasi keluarga dengan prestasi belajar anak kelas 5 SD Djama'atul Ichwan Surakarta Tahun Ajaran 2009/2010". Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan data penelitian dimana diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,472 hasil ini lebih besar bila dikonsultasikan dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan korelasi yang signifikan antara intensitas komunikasi keluarga dengan prestasi belajar anak. Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai koefisien korelasi product moment sebesar 0,472 setelah dikonsultasikan dengan tabel nilai r tabel ternyata r_{xy} lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5% ($0,472 > 0,329$), dengan demikian hipotesis kerja H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Studi kasus Komunikasi antara Orang tua dengan Anak dan Pengaruhnya terhadap Prilaku Anak di Smp Islam Al-Azhar 2 Pejaten Jakarta Selatan.

Oleh Hilmi Mufidah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2008. Dengan hasil terdapat korelasi positif komunikasi antara orang tua dengan anak terdapat perilaku siswa-siswi kelas VII A dan C Smp Islam Al-Azhar 2 Pejaten Jakarta selatan. Hal ini dapat dilihat dengan nilai $r_{xy} = 0,59$ yang terletak pada kategori (0,40-0,70) yang berarti korelasinya termasuk ke dalam korelasi cukup.

3. Ada hubungan yang signifikan antara komunikasi orang tua dan anak dengan rasa percaya diri remaja putri awal pada siswi SMP Negeri 3 Salatiga. Berarti ada hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut yaitu semakin baik komunikasi orang tua dan anak maka rasa percaya diri remaja putri awal juga semakin baik atau semakin bertambahnya intensitas komunikasi orang tua dan anak maka bertambahnya rasa percaya diri remaja putri awal. Apabila komunikasi antara orang tua dan anak kurang, maka rasa percaya diri remaja putri awal juga kurang baik. Hal ini terbukti setelah dilakukan uji korelasi dengan rumus *product moment* diperoleh hasil $r_{xy} = 0,628$ ($p < 0,01$) dengan demikian korelasi dinyatakan signifikan.

2.4. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variable yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono, 2014). Berdasarkan teori dari dua variabel diatas yaitu nilai anak dan komunikasi keluarga, berikut kerangka berpikir penelitian ini.



Gambar 3.1 Kerangka Berfikir

Dari kerangka diatas dapat dijelaskan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai hubungan. Hal tersebut dibuktikan dalam penelitian sebelumnya yang mengatakan adanya hubungan negatif antara kedua variabel tersebut (Pratama,2010). Jadi, maksud dari kerangka diatas adalah apakah ada pengaruh antara kedua variabel tersebut yang telah dibuktikan korelasinya dahulu oleh peneliti sebelumnya.

nilai anak merupakan presepsi dan harapan orangtua terhadap anak berdasarkan potensi yang dimiliki. Anak mempunyai nilai yang sangat penting dalam kehidupan seseorang atau suatu keluarga bahkan bila dibandingkan dengan nilai harta kekayaan.

Komunikasi keluarga diartikan sebagai kesiapan berbicara dengan terbuka setiap hal dalam keluarga baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan dengan semua anggota keluarga, juga siap menyelesaikan masalah-masalah dalam keluarga dengan pembicaraan yang dijalani dalam kesabaran, kejujuran serta keterbukaan satu sama lain anggota keluarga.

2.5. Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto (2006) hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan, penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Sesuai dengan rumusan masalah dan sesuai dengan hipotesis statistik terdapat hubungan antara nilai anak dan komunikasi keluarga dengan anak usia remaja di Daerah Jl.Raya Condet, Kecamatan Karamat Jati, Kelurahan Cililitan Jakarta timur.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan penelitian, sebab dengan adanya tujuan maka efektifitas penelitian yang kita lakukan akan semakin jelas dan terarah.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui komunikasi keluarga pada budaya Betawi.
2. Mengetahui nilai anak yang dianut oleh keluarga Betawi.
3. Mengetahui ada tidaknya hubungan antara nilai anak dengan komunikasi keluarga pada budaya Betawi.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di RW.004 dan 005 Kecamatan Kramat Jati Kelurahan Cililitan Provinsi Jakarta Timur. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni sampai Agustus 2016. Penulis memilih tempat penelitian di Kecamatan Kramat Jati Kelurahan Cililitan ini karena peneliti menemukan banyaknya warga asli betawi yang tinggal menetap didaerah jl.Raya condet.

3.3 Metode Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian, seorang peneliti bebas menggunakan metode penelitian yang jenis atau tipenya sangat banyak dan bervariasi tergantung pada tujuan atau maksud penelitian tersebut (Widi, 2010: 67). Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013: 2).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional, seperti yang diungkapkan oleh Kerlinger yang diacu dalam Sugiyono (2012: 7) bahwa penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian - kejadian relatif, distribusi dan pengaruh antar variabel. Sedangkan penelitian korelasional merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Desain penelitian ini akan dilakukan secara *cross-sectional* dengan data yang dikumpulkan pada satu titik waktu. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan dua variabel yaitu variabel bebas (konsep nilai anak) yang mempengaruhi dan diberi simbol X, dengan variabel terkait (komunikasi keluarga) sebagai yang dipengaruhi dan diberi simbol Y.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Arikunto (2013: 173) populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian, apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Widi (2010: 197) ,Populasi merupakan tiap grup atau kumpulan yang merupakan subjek penelitian.Populasi merupakan seluruh data yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan (Sukamadinata, 2011:250).

Populasi penelitian ini adalah orang tua asli keturunan betawi yang mempunyai anak remaja berusia 13-18 tahun. Dengan jumlah populasi 70 kepala keluarga, Yang bertempat tinggal didaerah Jl.Raya Condet Cililitan Jakarta Timur.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil (Sudjana, 2005:6). Menurut Sugiyono (2012:2015) bahwa sample adalah sebagian dari populasi itu. Sampel yang diharapkan dapat diperoleh adalah sampel yang representative dan mencerminkan ciri-ciri populasinya. Roscoe 1982 (dalam rangkuti 2013) penentuan ukuran sampel responden yang layak dalam penelitian ini adalah keluarga asli Betawi yang memiliki anak remaja. Teknik pengambialan sampel peneitian ini adalah suatu teknik menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2011).

Teknik Pengambilan sampel data ini peneliti menggunakan *purposive sampling* dan *probability sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel dan dengan cara dikocok untuk menentukan 60 responden mana saja yang terpilih sebagai responden. Pemilihan daerah kelurahan Cililitan dilakukan secara *purposive sampling* merupakan pemukiman yang didominasi oleh masyarakat asli keturunan betawi.

Daerah Jl.Raya Condet merupakan tempat yang dipilih oleh peneliti dimana ditempat tersebut masih banyak terdapat masyarakat keturunan asli Betawi, dengan keluarga yang memiliki anak usia remaja keturunan asli betawi. Peneliti menentukan sampel berdasarkan individu yang sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan oleh peneliti. Yang menjadi karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keluarga keturunan asli Betawi.
2. Keluarga yang memiliki anak remaja usia 13-18 tahun.
3. Tinggal di daerah Cililitan Jakarta Timur.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Neolaka, 2014: 91) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{70}{1+70.(5\%)^2} = \frac{70}{1+70.(0,05)^2} = \frac{70}{1+0,17} = \frac{70}{1,17} = 59,82 = 60 \text{ sampel}$$

Keterangan : n : ukuran / jumlah sampel

N : ukuran / jumlah populasi

e : ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir, sebagai misal 5%.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode skala sebagai alat pengumpulan data, yaitu sejumlah pertanyaan tertulis untuk memperoleh jawaban dari responden. Skala yang digunakan adalah skala likert yang dapat digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2002). Sugiyono (2002) dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif (*favorable*) sampai sangat negative (*Unfavorable*) yang dapat berupa kata-kata (Sugiyono, 2002). Dalam merespon item tersebut subjek diminta untuk memilih jawaban yang paling mewakili dirinya, dengan cara memilih sistem rating kategori yang merentang dari “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”. Penskoran untuk pernyataan positif dilakukan dengan memberi skor tertinggi pada pilihan “sangat setuju” dan terendah pada pilihan “sangat tidak setuju”.

Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Arikunto (2013: 22), data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, sms, dan lain-lain), foto-foto film, rekaman video, benda-benda dan yang dapat memperkaya data primer.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Data primer yang digunakan berupa kuesioner yang didapat langsung dari responden. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner untuk data nilai anak dan komunikasi keluarga. Untuk keakuratan data, nilai anak diberikan dalam bentuk koesioner pada orang tua, sedangkan untuk komunikasi keluarga kuesioner diberikan kepada anak remaja usia 13-18 tahun. Data yang diperoleh digunakan untuk mengetahui hubungan dari variabel independen (nilai anak) dengan variabel dependen (komunikasi keluarga).

Nilai untuk kuesioner ini terdiri atas dua kriteria penskoran yaitu dengan jawaban benar atau salah pada variabel (X) nilai anak yang berupa pertanyaan pilihan ganda, kemudian empat kriteria penskoran, yaitu memilih jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju pada variabel (Y) komunikasi keluarga yang berupa pilihan ganda.

3.6 Variabel Penelitian

Sugiyono (2012: 2) ,Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Arikunto (2013: 161) variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

3.6.1 Variabel Independen (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia variabel ini disebut sebagai variabel bebas.Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012: 4).Variabel independen dalam penelitian ini adalah nilai anak.

3.6.2 Variabel Dependen (Y)

Sugiyono (2012: 4) variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.Variabel dependen dalam penelitian ini adalah komunikasi keluarga.

Sesuai dengan perumusan masalah yang diajukan bahwa terdapat hubungan antara variabel X (konsep nilai) dengan variabel Y (komunikasi keluarga)



Gambar 3.2 Desain Peneliti

Keterangan:

X : Variabel bebas (konsep nilai anak)

Y : Variabel terikat (komunikasi keluarga)

→ : Arah hubungan

3.6.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variable atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan suatu operasional yang dibuat dalam bentuk suatu ukuran (*measurement*)(Puspitawati dan Herawati, 2013: 168).

1. Nilai Anak

Nilai anak merupakan suatu penilaian individu atau masyarakat terhadap arti dan fungsi anak dalam keluarga. Anak secara umum dianggap sebagai salah satu kebutuhan orang tua, baik sebagai kebutuhan ekonomi, sosial, psikologi dan spriritual. Nilai-nilai ini terikat pada stuktur sosial dan dipengaruhi oleh perbedaan budaya dan perubahan sosial. Maksudnya bahwa nilai yang dianut oleh suatu keluarga akan tercermin dalam kehidupan dan kebiasaan mereka sehari-hari.

2. Komunikasi Keluarga

Komunikasi antara orang tua dengan anak adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambing bermakna sebagai paduan berpikir dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya yang dilakukan orang tua kepada anaknya secara langsung untuk mengubah sikap dan tingkah laku. Komunikasi yang dilakukan yaitu komunikasi antar pribadi yang dilakukan secara tatap muka yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku anak.

3.6.4 Jenis Instrumen

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014:193). Srikunto (2013:194) kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya.

Arikunto (2013: 194) kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu yang sudah disediakan pertanyaan dan jawabannya sehingga responden hanya memilih jawaban yang menurutnya tepat dan sesuai.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Setiap butir pernyataan diberi pernyataan Sangat Tidak Sesuai, Tidak Sesuai, Sesuai, Sangat Sesuai. Total skor yang didapat dari tiap subjek diperoleh dengan menjumlahkan semua skor jawaban pada masing – masing skala psikologi. Dalam penelitian ini menggunakan dua buah skala psikologi yang mengukur kedua variabel yang digunakan, yaitu kuisioner Dustin L. Redmond (2010) untuk mengukur variable komunikasi keluarga.

Table 3.1 Bobot Nilai Pilihan Jawaban

No.	Pilihan Jawaban	Skor			
		Butir Positif	Nilai	Butir Negatif	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5		1	
2.	Setuju (S)	4		2	
3.	Tidak Setuju (TS)	2		4	
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1		5	

3.6.5 Kisi-kisi instrumen

Sugiyono (2011: 92), instrumen adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa instrumen merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam suatu kegiatan penelitian. Sedangkan Arikunto (2010 : 265), Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih

dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

Adapun kisi-kisi instrument dalam penelitian ini sebagai berikut :

Table 3.2 kisi-kisi instrument Variabel X (Konsep Nilai Anak)

No	Dimensi	Indikator	No.SoaI
1.	Spiritual	a. Adanya nilai agama yang terdapat dari hadirnya anak, orang tua merasakan anugrah dari tuhan dengan adanya anak.	1,3,6,7,9,14
2.	Psikologis	a. Adanya emosi yang terbangun baik positif maupun negative dengan adanya anak.	8,10,11,12,13,15,19,22

3. Social	a. Anak sebagai pembanding tingkat sosial keluarga, memberikan status sosila di masyarakat	4,5,16,17,18,20,23,29
4. Ekonomi	a. Orang tua merasakan fungsi anak sebagai penopang ekonomi keluarga dan penjamin di hari tua	2,21,24,25,26,27,28,30,31
Jumlah		31

Table 3.3 kisi-kisi instrument Variabel Y (Keluarga skala komunikasi (FCS))

No	Dimensi	Indikator	No.Soal
1.	Keterbukaan	a. Orang tua mengajarkan keterbukaan dalam berpendapat	2,3,20
		b. Orang tua suka berdiskusi dengan anak	6,17,25
2.	Empati	a. Mampu memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh anggota keluarga	8,15,22
		b. Merasakan apa yang sedang dialami oleh orang tua	26,21
3.	Dukungan	a. memberikan dukungan dan	16

		motivasi	
		kepada sesama	
		anggota	
		keluarga	
4.	Perasaan	a. orang tua	1
		menghargai	
		perasaan	
		anaknya	
		b. mempunyai	7,9,10,11,12,18,
		perasaan yang	19,24
		negative	
		terhadap	
		anggota	
		keluarga	
		lainnya	

5.	Kesamaan	a. membangun rasa toleransi yang tinggi kepada sesama anggota keluarga	5
		b. orang tua memahami pendapat/keputusan sesama anggota keluarga	4,13,14,23
	Jumlah		26

3.6.6 Pengujian Validitas dan Pengitungan Reabilitas

3.6.6.1 Validitas Instrumen

Validitas yang berasal dari kata *validity* berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan dalam suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrument pengukuran dikatakan memiliki caliditas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksuddilakukan pengukuran tersebut (djaali,2011). Rumus yang akan digunakan dalam penelitian sebgai berikut:

Rumus korelasi *product moment* (sugiyono,2014):

$$r = \frac{n(\sum xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum X^2 - (\sum x)^2)][n(\sum y^2 - (\sum y)^2)]}}$$

Keterangan :

r = Nilai Koefisien Korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum y$ = Jumlah skor Y

N = Jumlah responden

Dalam instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika instrumen dapat diukur apa yang seharusnya diukur serta mampu mengungkapkan apa yang ingin diukur.

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel dengan taraf signifikansi 0,05, maka instrumen tersebut dikatakan (valid).
- b. Jika r hitung $\leq r$ tabel dengan taraf signifikansi 0,05, maka instrumen dikatakan (tidak valid).

3.6.6.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen

Arikunto (2013: 222), reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen harus reliabel sebenarnya mengandung arti bahwa instrumen tersebut cukup baik dan mampu mengungkap data yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach*:

Rumus *Alpha Cronbach* (Arikunto, 2010: 109)

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum Si^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas tes

K = Banyaknya butir pernyataan (yang valid)

S_i^2 = Varians butir

$\sum Si^2$ = Varians skor butir

st^2 = Varians skor total

Sedangkan varians dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

Si^2 = Varians skor tiap-tiap item

n = Jumlah responden

$\sum xi$ = Jumlah data

$\sum xi^2$ = Jumlah x dikuadratkan

Reliabilitas tes angket dapat terbukti jika $r_{11} > r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat kepercayaan 95%. Apabila keadaan tersebut sebaliknya, maka instrumen penelitian itu tidak reliabel. Pedoman untuk mengadakan intrepresi koefisien reliabilitas (r_{11}), digunakan kriteria sebagian berikut:

Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r_{11}

No.	Besarnya Nilai r	Interpretasi
1.	0,800 – 1.000	Tinggi
2.	0,600 – 0,800	Cukup
3.	0,400 – 0,600	Agak Rendah
4.	0,200 – 0,400	Rendah
5.	0,000 – 0,200	Sangat Rendah (Tidak Berkorelasi)

Sumber :Arikunto (2013: 319)

3.7 Teknik Analisis Data

Arikunto (2006) menjelaskan bahwa data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta ataupun angka. Data sangat diperlukan dalam penelitian yaitu untuk mengungkap variable atau objek penelitian.

Data mentah yang dikumpulkan oleh peneliti akan berguna setelah dianalisis. Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian yang sangat penting, karena dengan analisis inilah data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian (Subagyo, 2011: 104). Bogdan yang diacu dalam Sugiyono (2013: 244), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan – bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

3.7.1 Uji Statistik

Pengalisan data dilakukan secara pemodelan Rasch dengan bantuan aplikasi winstep versi 3.73 dan pengujian hipotesis menggunakan rumus $Y=a+BX$ dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22.0.

3.7.2 Uji Prasyarat Analisis Data

3.7.2.1 Uji Normalitas dengan Liliefors

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan berdistribusi normal atau sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Sugiyono (2013: 228), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah Liliefors dengan taraf signifikansi alpha 5% (0,05). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$L_o = | F(Z_i) - S(Z_i) |$$

Keterangan :

L_o = Harga Mutlak Terbesar

$F(Z_i)$ = Peluang angka baku

$S(Z_i)$ = Proporsi Jangka Waktu

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika $L_{hitung} < L_{tabel}$, maka data berdistribusi normal

Jika $L_{hitung} > L_{tabel}$, maka data berdistribusi tidak normal

Adapun langkah-langkah pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

1. Data pengamatan $Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_n$ dijadikan bilangan baku $Z_1, Z_2, Z_3, \dots, Z_n$. Dengan menggunakan rumus (dengan Y dan Z masing-masing merupakan rata-rata dan simpangan baku).
2. Untuk setiap bilangan baku ini dengan menggunakan daftar distribusi normal baku, kemudian dihitung peluang $F(Z_i) = P(z \leq z_i)$.
3. Selanjutnya dihitung proporsi $Z_1, Z_2, Z_3, \dots, Z_n$ yang lebih kecil atau sama dengan z_i . Jika proporsi ini dinyatakan oleh $S(z_i)$ maka:
 - a. Hitung selisih $F(Z_i) - S(Z_i)$, kemudian tentukan harga mutlak nya.
 - b. Ambil harga yang paling besar diantara harga-harga mutlak selisih tersebut, misal harga tersebut L_o .

Untuk menerima atau menolak hipotesis nol (H_0), dilakukan dengan cara membandingkan L_o ini dengan nilai L_{kritis} yang terdapat dalam tabel untuk taraf nyata yang dipilih $\alpha = 5\%$. Untuk mempermudah perhitungan dibuat dalam bentuk tabel.

3.7.2.2 Uji Linearitas Regresi

Salah satu asumsi dari analisis regresi adalah linearitas. Maksudnya apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linear atau tidak. Jika tidak linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan (Sugiyono, 2012: 265). Jika tidak linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Berikut rumus yang digunakan dalam uji linearitas:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} = Variabel Terkait

X = Variabel Bebas

a = Nilai *Intercept* (Konstan) Konstanta

b = Koefisien Arah Regresi

Harga koefisien a dan b dapat dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{(\sum Y) \cdot (\sum X_1^2) - (\sum X_1) \cdot (\sum XY)}{(N \cdot \sum X_1^2) - (\sum X_1)^2} \qquad b = \frac{(N \sum X_1 Y) - (\sum X_1) \cdot (\sum Y)}{(N \cdot \sum X_1^2) - (\sum X_1)^2}$$

Langkah selanjutnya yaitu :

1. Jumlah kuadrat regresi ($JK_{Reg(a)}$)

$$JK_{Reg(a)} = \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

2. Jumlah kuadrat regresi ($JK_{\text{Reg}(b|a)}$)

$$JK_{\text{Reg}(b|a)} = b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X) \cdot (\sum Y)}{n} \right\}$$

3. Jumlah kuadrat residu (JK_{Res})

$$JK_{\text{Res}} = \sum Y^2 - JK_{\text{Reg}(b|a)} - JK_{\text{Reg}(a)}$$

4. Jumlah kuadrat error (JK_E)

$$JK_E = \sum_k \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right\}$$

5. Jumlah kuadrat tuna cocok (JK_{TC})

$$JK_{\text{TC}} = JK_{\text{RES}} - JK_E$$

6. Jumlah rata-rata kuadrat tuna cocok (RJK_{TC})

$$RJK_{\text{TC}} = JK_{\text{TC}} / (k - 2)$$

7. Jumlah rata-rata kuadrat error

$$RJK_E = JK_E / (n - k)$$

8. Nilai Fhitung

$$F_{\text{hitung}} = RJK_{\text{TC}} / RJK_E$$

Berikutnya mencari F_{tabel} , dimana diketahui $\alpha = 0,05$. Pada tahap ini dapat dibantu dengan melihat tabel nilai F_{tabel} . Setelah ditemukan, kemudian membuat kesimpulan sebagai berikut :

Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka regresi berpola linear

Jika $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ maka regresi berpola tidak linear

3.7.2.3 Uji Hipotesis

3.7.2.3.1 Uji Koefisien Korelasi

Teknik korelasi digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama. Berikut ini dikemukakan rumus sederhana untuk menghitung koefisien korelasi dengan menggunakan rumus *product moment* (Sugiyono, 2012: 228):

$$r = \frac{n(\sum Xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum X^2 - (\sum x)^2)][n(\sum y^2 - (\sum y)^2)]}}$$

Keterangan :

r = Nilai Koefisien Korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum y$ = Jumlah skor Y

N = Jumlah responden

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut :

Tabel 3.5. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien**Korelasi**

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,000 – 0,199	Sangat rendah
2.	0,200 – 0,399	Rendah
3.	0,400 – 0,599	Sedang
4.	0,600 – 0,799	Kuat
5.	0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2012: 231)

3.7.2.3.2 Uji Signifikansi Korelasi (Uji t)

Pengujian signifikansi koefisien korelasi selain dapat dihitung menggunakan tabel, juga dapat dihitung dengan uji t yang dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2012: 230) :

$$t \text{ hitung} = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t hitung : Nilai t

r : Nilai Koefisien Korelasi

n : Jumlah Sampel

Kriteria pengambilan keputusannya yaitu :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau tidak signifikan.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau signifikan.

3.7.2.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi adalah kadar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2 . Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan nilai variabel independen (Neolaka, 2014: 130). Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = (r_{yx})^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : koefisien determinasi

r_{yx} : koefisien korelasi (*product moment*)

3.7.2.3.4 Persamaan Regresi

Analisis regresi linear digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh antara dua variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Rumus yang digunakan dalam persamaan regresi adalah sebagai berikut (Neolaka, 2014: 130) :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

a = Nilai Intercept (Konstan) Konstanta

b = Koefisien Arah Regresi

3.7.2.3.5 Uji signifikansi Regresi

Widiyanto (2013) menyebutkan bahwa untuk menentukan signifikansi regresi yaitu membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Besarnya F_{tabel} disesuaikan dengan derajat kebebasan (db). Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka regresi dinyatakan signifikan, maka sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka regresi dinyatakan tidak signifikan.

$$F = \frac{JK_{reg}}{JK_s (n-2)} \text{ atau } F = \frac{JK_{reg}}{JK_s/db_s}$$

3.8 Hipotesis Statistika

Hipotesis statistik ada apabila penelitian bekerja dengan menggunakan sampel. Purwanto (2007) menyatakan; Hipotesis statistik didefinisikan sebagai pernyataan matematis tentang parameter populasi yang akan diuji sejauh mana suatu data sampel mendukung kebenaran hipotesis tersebut. Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang masih harus diuji kebenarannya. Ada dua rumusan hipotesis, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Dalam penelitian ini hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_a : \rho \neq 0$$

H_0 = Tidak terdapat hubungan antara konsep nilai anak dan komunikasi keluarga dengan anak usia remaja di keluarga betawi.

H_a = Terdapat hubungan antara konsep nilai anak dan komunikasi keluarga dengan anak usia remaja di keluarga betawi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dipaparkan hasil dari penelitian tentang hubungan nilai anak dan komunikasi keluarga. Dengan studi kasus keluarga asli Betawi yang bertempat tinggal di Jl. Raya Condet Cililitan Kramat Jati Jakarta Timur. Pemaparan dalam bab ini meliputi deskripsi lokasi penelitian, gambaran umur responden, dan analisis hasil penelitian.

4.1. Deskripsi Data

4.1.1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl. Raya Condet, Kelurahan Cililitan, Kecamatan Kramatjati, Jakarta Timur. Tepatnya di Jl. Raya Condet dan Rw. 004 dan kampung Kramat Rw.005. Rw.004 yang memiliki jumlah penduduk 2067 jiwa dari 6 RT, serta Rw. 005 memiliki jumlah penduduk 6812 jiwa dari 15 RT. Batas wilayah Kelurahan Cililitan yaitu ;

- Kelurahan Cawang di sebelah utara
- Kali Ciliwung di sebelah barat
- Jalan Tol Jagorawi di sebelah timur
- Kelurahan Batu Ampar dan Kelurahan Kramat Jati di sebelah selatan

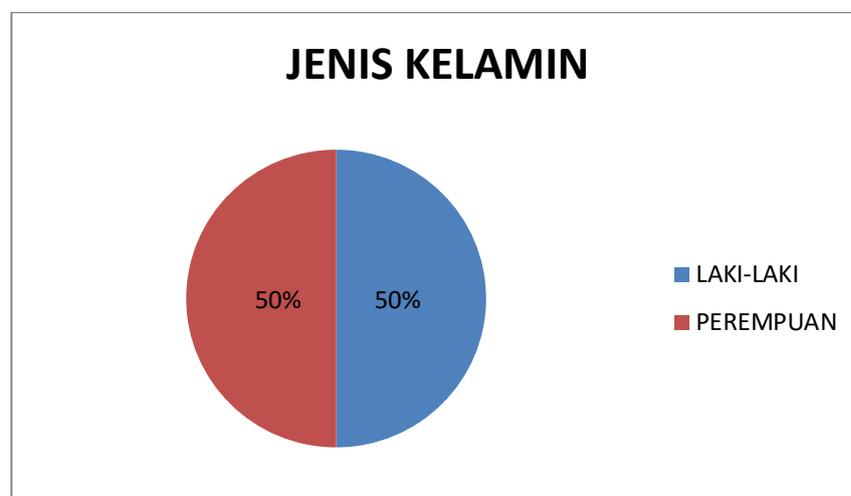
Responden penelitian ini merupakan warga asli keturunan Betawi yang bertempat tinggal di Jl. Raya Condet sejumlah 60 orang. Seluruh responden merupakan warga asli keturunan Betawi yang mempunyai anak usia 13-18 tahun

dan bertempat tinggal di Jl. Raya Condet Cililitan, Kramatjati, Jakarta Timur. Peneliti kemudian menggolongkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Berikut adalah hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

4.1.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan orang tua asli keturunan Betawi yang mempunyai anak usia 13-18 tahun di daerah Jl. Raya Condet Cililitan Kramatjati Jakarta Timur. Sesuai keterangan yang didapat dalam kuesioner dapat diperoleh informasi mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan responden sebagai berikut:

4.1.2.1. Jenis Kelamin Responden

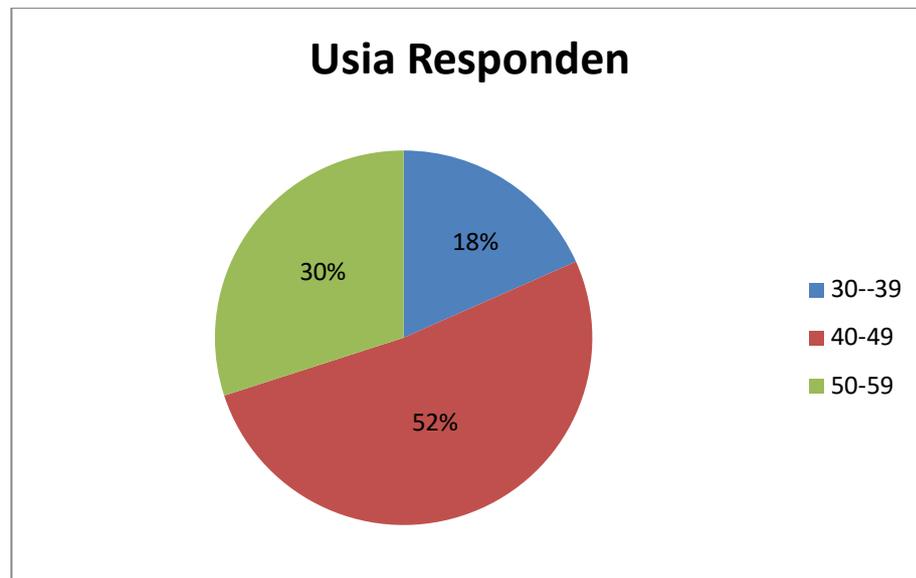


Gambar 4.1 Grafik sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari data diatas dapat diketahui keseluruhan responden berjumlah 60 orang berdasarkan gambar 4.1. bahwa responden jenis kelamin laki-laki dan perempuan sama banyaknya, dengan perhitungan responden laki-laki sebanyak 30 orang

dengan presentase 50% dan responden perempuan sebanyak 30 orang dengan presentase 50%.

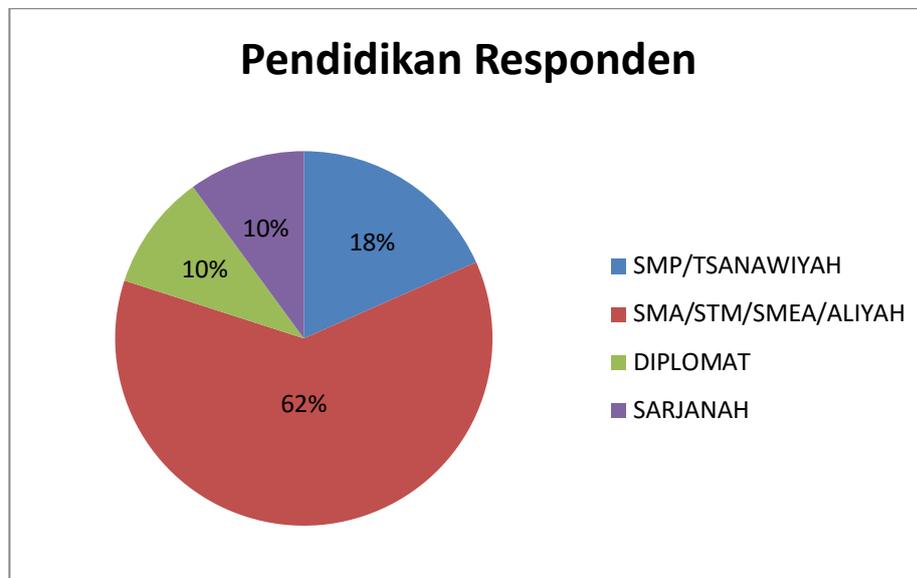
4.1.2.2. Usia Responden



Gambar 4.2 Grafik Sebaran Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini adalah orang tua keturunan asli betawi yang mempunyai anak remaja usia 13-18 tahun di daerah Jl. Raya Condet Cililitan Kramatjati Jakarta Timur. Berdasarkan gambar 4.2. Diketahui bahwa orang tua yang menjadi responden di dominasi oleh usia 40-49. Dengan perhitungan 11 orang responden dengan presentase 18% berusia 30-39 tahun. 31 orang responden dengan presentase 52% berusia 40-49 tahun, dan 18 orang responden dengan presentase 30% berusia 50-59 tahun.

4.1.2.3. Pendidikan Terakhir Responden

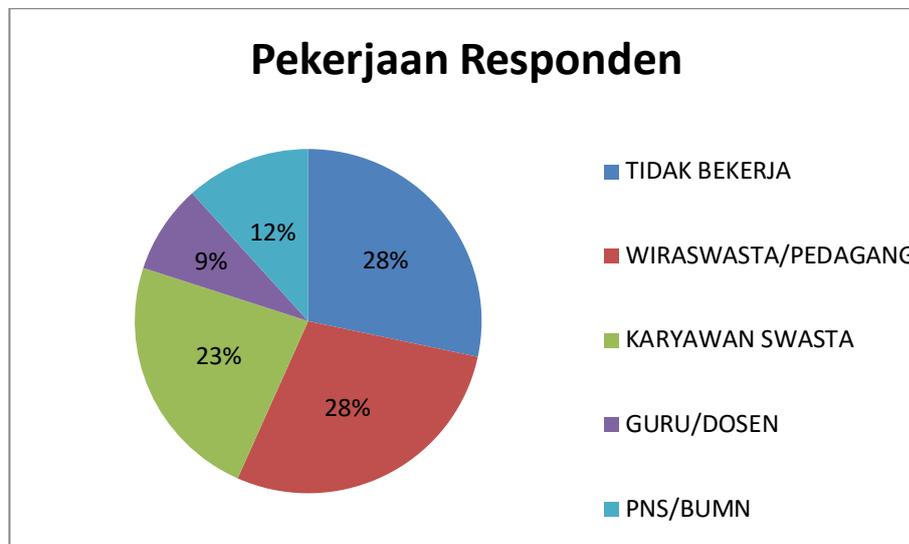


Gambar 4.3 Grafik Sebaran Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari data diatas dapat diketahui bahwa presentase terkecil riwayat pendidikan terakhir responden di dominasi oleh lulusan diplomat dan sarjanah dengan perhitungan 6 orang responden lulusan diplomat dengan presentase 10%, serta 6 orang responden lulusan sarjanah dengan presentase 10%, 11 orang responden dengan pendidikan terakhir smp/tsanawiyah presentase 18%, dan 37 orang responden lulusan SMA/STM/SMEA/ALIYAH dengan presentase 62%.

Dilihat dari presentase diatas dapat disimpulkan bawah pendidikan terakhir responden didominasi oleh lulusan SMA/STM/SMEA/ALIYAH. Yang berpengaruh dalam menjalankan nilai anak dan komunikasi keluarga karena mereka sering berkomunikasi dengan anaknya dirumah. Sedangkan perentase pendidikan terendah lulusan SMP karena mereka berpendidikan rendah dan jarang memperhatikan komunikasi dan nilai anak dalam keluarga.

4.1.2.4. Pekerjaan Responden



Gambar 4.4 Grafik Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari data diatas dapat diketahui bahwa presentase terbesar terdapat pada responden yang tidak bekerja dan wiraswasta/pedagang. Dengan perhitungan 17 orang yang tidak berkerja di dominasi oleh orang tua perempuan yang hanya menjadi ibu rumah tangga dengan presentase 28%, 17 orang tua responden yang berkerja sebagai wiraswasta/pedagang biasanya mereka memuka toko dan berdagang dipasar kramatjati dengan presentase 28%, orang tua yang tidak berkerja dan sebagai pedagang mempunyai banyak waktu untuk bisa berkomunikasi dengan anak mereka di rumah serta bisa menanamkan nilai anak lebih efektif. 14 orang tua responden yang berkerja karyawan swasta dengan presentase 23%, 7 orang tua responden dengan pekerjaan pns/bumn dengan presentase 12%, dan 5 orang tua responden dengan pekerjaan guru/dosen dengan presentase 9% menjadi presentase terendah ini berpengaruh terhadap komunikasi

dalam keluarga dan penerapan nilai anak pada anak-anak mereka karena kesibukan pekerjaan mereka.

4.1.3. Deskripsi Data Penelitian

Pengisian kuesioner / angket dilaksanakan di daerah Jl.Raya Condet Rw 004 dan 005, Cililitan, Kramatjati, Jakarta Timur. Pada bulan Juni sampai Agustus 2016. Dalam deskripsi variabel dapat dipaparkan masing-masing dalam bentuk skor rata-rata nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, varians, dan distribusi frekuensi. Hasil tersebut dipaparkan sebagai berikut ini :

4.1.3.1. Nilai Anak

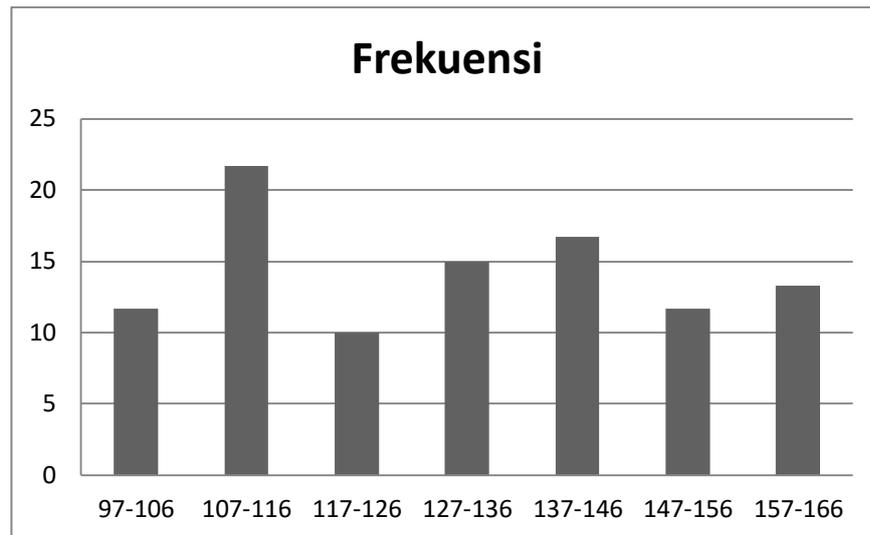
Data variabel nilai anak diperoleh melalui pengisian kuesioner / angket penelitian yang berupa skala *likert* yang berjumlah 31 pertanyaan oleh 60 responden (orang tua) di daerah Jl.Raya Condet, Cililitan, Kramatjati, Jakarta Timur. Berdasarkan pengolahan data kuesioner model skala *likert* diperoleh skor tertinggi 166, skor terendah 97, rata-rata sebesar 130.15, varians variabel nilai anak sebesar 392.299, dan standar deviasi sebesar 19.806.

Deskripsi data dan distribusi frekuensi nilai anak terdiri dari rentang skor sebesar 69, banyaknya kelas interval sebesar 7, dan panjang kelas sebesar 10. Data akan digambarkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Variabel X (Nilai Anak)

No.	skor	Batas Bawah	Batas Atas	<i>f</i>	<i>Fr</i>
1	97-106	96.5	106.5	7	11.7%
2	107-116	102	116.5	13	21.7%
3	117-126	112	126.5	6	10%
4	127-136	122	136.5	9	15%
5	137-146	132	145.5	10	16.7%
6	147-156	142	156.5	7	11.7%
7	157-166	152	166.5	8	13.3%
Jumlah				60	100.0%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui frekuensi kelas tertinggi variabel nilai anak yaitu 13 yang terletak pada interval kelas 2 yakni 107-116 engan presentase frekuensi sebesar 21.7 % dan frekuensi terendah adalah 6 yaitu terletak pada kelas interval kelas 3 yakni 117-126 dengan presentase frekuensi sebesar 10%.



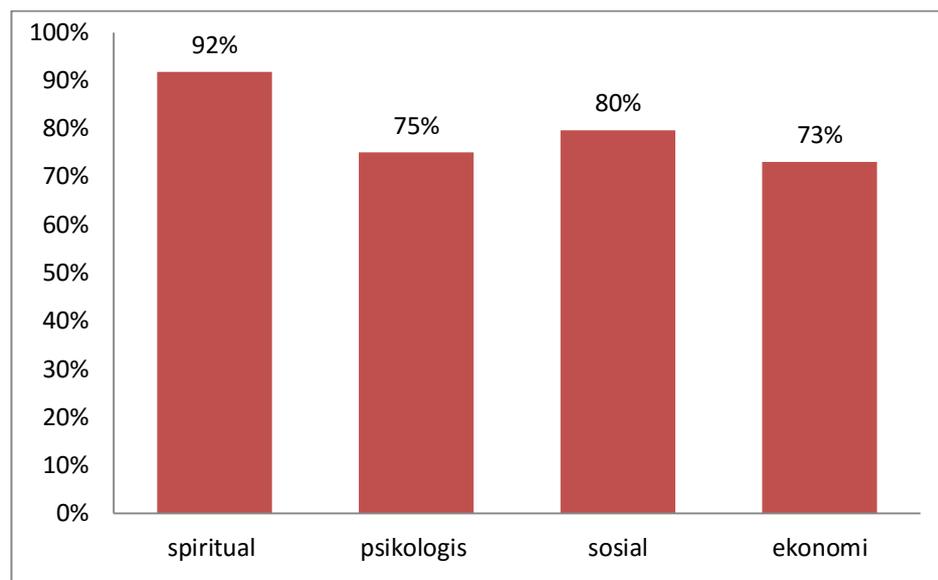
Gambar 4.5. Grafik Histogram Nilai Anak

Berdasarkan data penelitian masing-masing indicator variabel nilai anak, rata-rata hitung skor memiliki nilai presentase kurang/dibawah rata-rata, dan tinggi/diatas rata-rata. Data tersebut dirincikan perdimensi dalam tabel berikut ini.

4.1.3.2 Dimensi Nilai Anak

Berdasarkan hasil data penelitian yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh 60 responden Pada variabel nilai anak memiliki 4 dimensi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa presentase tertinggi pada dimensi Spiritual sebesar 92%. Hal tersebut mengartikan bahwa banyak responden orang tua yang menyadari bahwa anak adalah anugerah dari Tuhan yang tak ternilai, serta orang tua menanamkan nilai-nilai agama pada anak mereka. Kemudian dilanjutkan dengan dimensi sosila dengan presentase 80%. Beberapa responden orang tua menjadikan anak sebagai tolak ukur sosial mereka dimasyarakat serta menaikkan derajat suatu keluarga.

Disusul oleh dimensi psikologis yang memperoleh presentase sebesar 75%, lalu presentase terenda pada dimensi ekonomi yaitu sebesar 73%. Dapat dinyatakan bahwa responden memiliki pandangan bahwa anak sebagai investasi ekonomi dan penopang ekonomi keluarga serta mereka menjadikan anak sebagai penjamin di hari tua nanti.



Gambar 4.6. Grafik Dimensi Nilai Anak

4.1.3.3. Komunikasi Keluarga

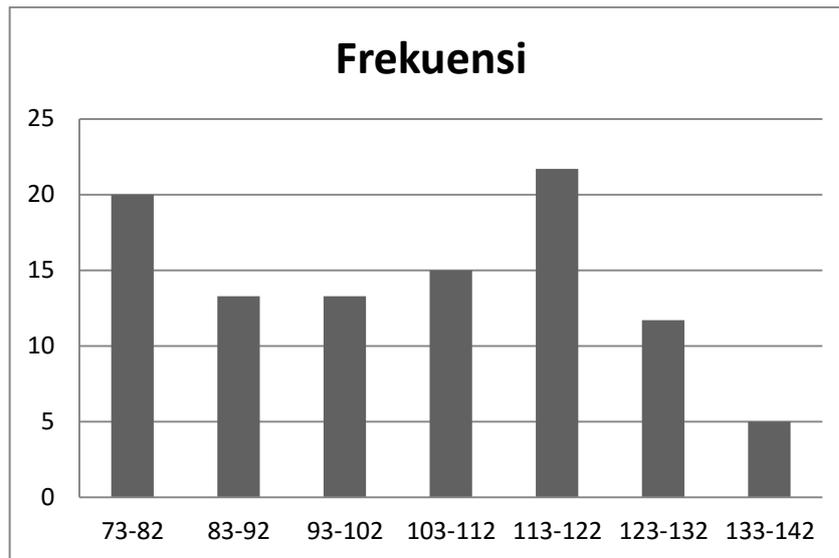
Data komunikasi keluarga diperoleh melalui pengisian kuesioner/ angket penelitian yang berupa skala *likert* oleh 60 orang responden (orang tua), di daerah Jl.Raya Condet, Cililitan, Kramatjati, Jakarta Timur. Berdasarkan pengolahan data kuesioner model skala *likert* diperoleh skor terendah 73, skor tertinggi 142, skor rata-rata 103.6, varians variabel komunikasi keluarga sebesar 346.922, dan standar deviasi sebesar 18.625.

Deskripsi data dan distribusi frekuensi komunikasi keluarga terdiri dari rentang skor 69, banyaknya kelas interval 7, dan panjang kelas sebesar 10. Data di atas akan dipaparkan sebagai berikut ini:

Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Variabel Y (Komunikasi Keluarga)

No.	skor	Batas Bawah	Batas Atas	<i>F</i>	<i>Fr</i>
1	73-82	72.5	82.5	12	20%
2	83-92	82.5	92.5	8	13.3%
3	93-102	93.5	102.5	8	13.3%
4	103-112	102.5	112.5	9	15%
5	113-122	112.5	122.5	13	21.7%
6	123-132	122.5	13.5	7	11.7%
7	133-142	132.5	142.5	3	5%
Jumlah				60	100.0%

Berdasarkan table distribusi frekuensi pada variable komunikasi keluarga diatas, diketahui kelas tertinggi yaitu 13 yang terletak pada interval kelas 7 yakni 113-122 dengan presentase 21.7% dan frekuensi terendah adalah 3 yaitu terletak pada interval kelas 7 yaitu 133-142 dengan presentase frekuensi sebesar 5%.

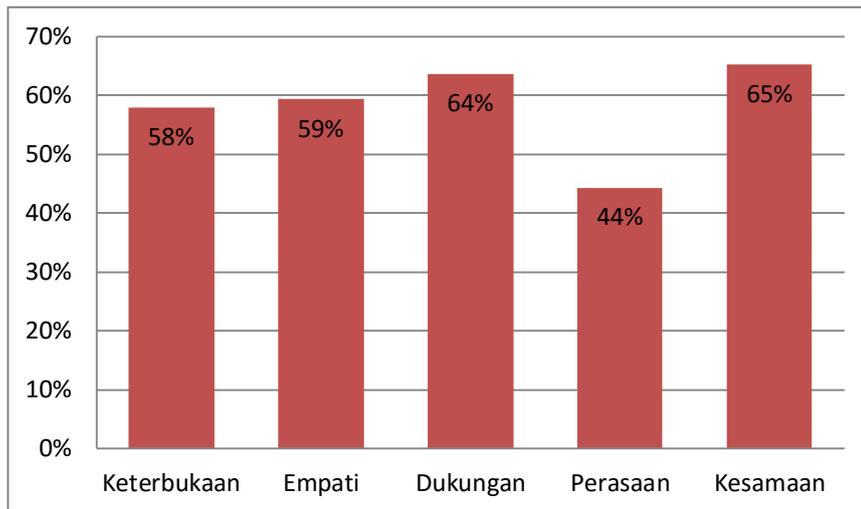


Gambar 4.7. Grafik Histogram Komunikasi Keluarga

4.1.3.4. Dimensi Komunikasi Keluarga

Hasil data yang diperoleh pada komunikasi keluarga memiliki 5 dimensi yang didapat dengan pengisian kuesioner/angket yang dilakukan oleh 60 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persentase tertinggi pada dimensi kesamaan sebesar 65%. Hal tersebut mengartikan bahwa banyak responden yang sudah memiliki rasa toleransi yang tinggi antara anggota keluarga dan orang tua dapat memahami pendapat anaknya. Kemudian dilanjutkan dengan dimensi dukungan dengan persentase yang didapat sebesar 64%. Beberapa responden orang tua memberikan motivasi kepada anak agar anak lebih maju dari orang tuanya.

Dimensi perasaan yang memiliki persentase terendah sebesar 44%. Dapat dikatakan bahwa responden memilih perasaan yang kurang baik dilihat dari pilihan jawabannya yang menyimpulkan bahwa mereka memiliki perasaan yang negative terhadap anak-anak mereka.

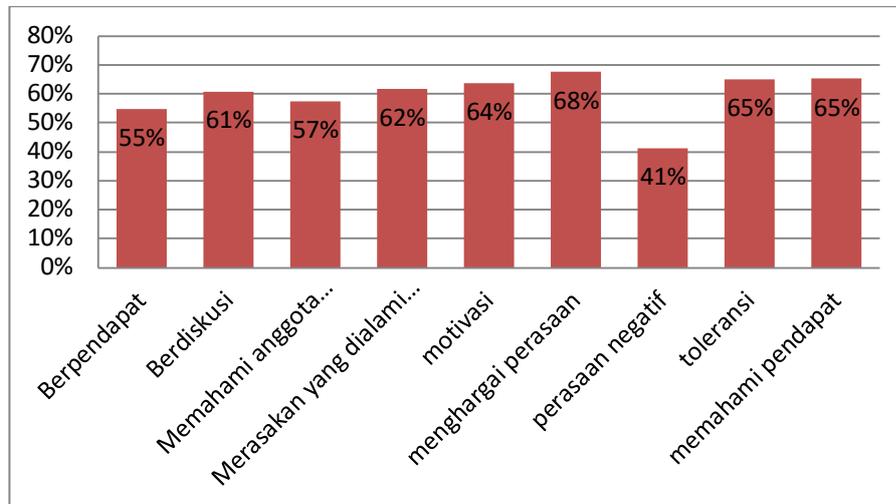


Gambar 4.8. Grafik Dimensi Komunikasi Keluarga

4.1.3.5. Indikator Komunikasi Keluarga

Berdasarkan hasil yang didapat, indikator menghargai perasaan memiliki presentase tertinggi yaitu sebesar 68% yang bisa dipastikan sebagian besar responden memiliki rasa menghargai perasaan sesama anggota keluarga. Dilanjutkan oleh indikator toleransi dan memahami pendapat indikator ini memiliki presentase yang sama besar yaitu 65%. Pada dasarnya orang tua dan anak memiliki rasa toleransi yang tinggi satu sama lain dan saling memahami pendapat anggota keluarga.

Persentase terendah ada pada indikator perasaan negative yaitu sebesar 41%. Dengan melihat presentase yang didapat dalam indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang memiliki perasaan negative terhadap anak mereka .



Gamabar 4.9. Grafik Indikator Komunikasi Keluarga

4.2. Pengujian Prasyarat Analisis Data

4.2.1. Uji Normalitas

Penghitungan normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas ini dilakukan dengan taraf signifikan 0,05 untuk sampel (n) sebanyak 60 orang tua yang memiliki anak usia remaja dan keturunan asli betawi dengan kriteria pengujian berdistribusi $L_0 < L_{tabel}$ maka disimpulkan data berdistribusi normal dan jika sebaliknya maka data tidak berdistribusi normal.

Pada variabel X (Nilai Anak) diperoleh hasil perhitungan yakni $L_0 = 0.035$. daftar nilai kritis L untuk uji Lilifors dengan $n = 60$ dan taraf nyata $\alpha = 0.05$ diperoleh $L_{tabel} = 0.114$.

Pada variabel Y (Komunikasi Keluarga) diperoleh hasil perhitungan yakni $L_O = 0.019$. Daftar nilai kritis L untuk uji Liliffors dengan $n = 60$ dan taraf nyata $\alpha = 0.005$ diperoleh $L_{tabel} = 0.114$.

Maka kesimpulan data variabel X dan Y berdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil tabel uji normalitas dengan menggunakan Microsoft Excel :

Table 4.3. Hasil Uji Normalitas Data

No.	Variabel	L_O	L_{tabel}	Keputusan	Keterangan
1.	Nilai Anak (X)	0,035	0,114	H_o diterima	Data berdistribusi normal
2.	Komunikasi Keluarga (Y)	0,019	0,114	H_o diterima	Data berdistribusi normal

4.2.2. Uji Lineritas

Uji lineritas dilakukan untuk dapat mengetahui apakah antara variable nilai anak dengan komunikasi keluarga memiliki hubungan dengan linier atau tidak.pengujian ini dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS statistic 23 yaitu dengan menggunakan *Test of Linearity*.

Langkah dalam uji linerietas yaitu sebagai berikut :

1. Membuat Hipotesis dalam bentuk kalimat, yaitu :

- H_a : Data dukungan nilai anak dengan komunikasi keluarga berpola linier
 - H_o : Data dukungan nilai anak dengan komunikasi keluarga tidak berpola linier
2. Menentukan taraf signifikansi kesalahan, yakni 5% atau 0,05.
 3. Menghitung F_{hitung} dengan cara memasukan data yang telah didapat dengan menggunakan IBM SPSS statistic 23 yakni menggunakan *Test of Linearity* yang akan dijabarkan melalui table berikut ini:

Tabel 4.4. Hasil Uji Linieritas dengan menggunakan SPSS

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KOMUNIKASI KELUARGA * NILAI ANAK	Between Groups	(Combined)	19549.233	41	476.811	11.153	.000
		Linearity	17832.111	1	17832.111	417.125	.000
		Deviation from Linearity	1717.123	40	42.928	1.004	.516
		Within Groups	769.500	18	42.750		
Total			20318.733	59			

Dari tabel 4.4 Uji Linieritas diatas dapat diketahui F_{hitung} sebesar 1.004, dan Signifikansi data 0,516.

4. Menentukan F_{tabel} melalui distribusi Harga
5. jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka data berpola linier
jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka data tidak berpola linier

6. Memberi Kesimpulan.

- Nilai Signifikansi = 0,516 > 0,05

Maka terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variable nilai anak dan variable komunikasi keluarga.

- $F_{hitung} (1.004) < F_{tabel} (4.01)$

Maka H_a diterima, dan dinyatakan berpola linier.

4.3. Penguji Hipotesis

4.3.1. Uji korelasi

Pengujian korelasi digunakan untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan dua variable. Pada penelitian ini langkah pertama yaitu menghitung hasil penelitian menggunakan rumus korelasi product moment untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable dukungan keluarga terhadap variable kinerja

karyawan

$$r = \frac{n(\sum Xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum X^2 - (\sum x)^2)][n(\sum y^2 - (\sum y)^2)]}}$$

Tabel 4.5. Hasil Uji Korelasi dengan menggunakan SPSS

		Correlations	
		NILAI ANAK	KOMUNIKASI KELUARGA
NILAI ANAK	Pearson Correlation	1	.937**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
KOMUNIKASI KELUARGA	Pearson Correlation	.937**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lalu langkah selanjutnya adalah menentukan letak hasil pada kategori table interpretasi koefisien korelasi nilai r.

Berdasarkan hasil perhitungan product moment yang telah dilakukan, diperoleh hasil korelasi antara nilai anak dengan komunikasi keluarga 0,937 yang artinya terdapat corelasi signifikan antara dua variable yaitu nilai anak dan komunikasi keluarga, dapat disimpulkan bahwa **korelasi bersifat kuat**.

4.3.2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien detrminasi dilakukan untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi antara nilai anak dengan komunikasi keluarga.

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (0.937)^2 \times 100\% \\ &= 0.877 \times 100\% \\ &= 87\% \end{aligned}$$

Dari hasil yang diperoleh koefisien determinasi sebesar 87%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 87% nilai anak dipengaruhi oleh komunikasi keluarga, sedangkan sisanya 12% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

4.3.3. Uji Signifikasi Koefisien Korelasi (uji t)

Uji signifikasi korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh dua variabel. Pada penelitian ini menggunakan uji t pearson moment. Berikut rumus yang digunakan:

$$t \text{ hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t \text{ hitung} = \frac{0.937\sqrt{60-2}}{\sqrt{1-0.937^2}} = 20.43$$

Setelah diketahui t hitung maka dibandingkan melalui t tabel (dengan tabel distribusi t). T tabel (dengan $n-2 = 60-2=58$) dan signifikan 0,05 yaitu didapat t tabel 1,671. Sehingga kesimpulannya **t hitung (20.43) > t tabel (2.000)**.

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa korelasi variabel nilai anak terhadap komunikasi keluarga adalah **signifikan**.

4.3.4. Uji Persamaan Regresi

Persamaan regresi yang digunakan adalah persamaan regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel X dengan variabel Y . berdasarkan hasil perhitungan analisis persamaan regresi sederhana didapatkan persamaan sebagai berikut :

$Y = a + B$
$Y=26.598+1.000X$

Tabel 4.6. Hasil Uji Persamaan Regresi Menggunakan SPSS

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	26.598	5.157		5.158	.000
	KOMUNIKASI KELUARGA	1.000	.049	.937	20.394	.000

a. Dependent Variable: NILAI ANAK

Berdasarkan data diatas dapat diketahui persamaan regresi yaitu $Y=26.598 + 1.000X$. interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut ini :

1. Kostantta sebesar 26.598 menyatakan bahwa apabila tidak ada komunikasi keluarga maka besarnya nilai anak adalah 26.598.
2. Koefisien regresi X sebesar 1.000 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai komunikasi keluarga, maka nilai anak bertambah sebesar 1.000.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variable nilai anak dengan komunikasi keluarga. Angka koefisien korelasi product moment $r = 0,937$ dengan nilai $t_{hitung} (20.43) > t_{tabel} (2.000)$ koefisiensi determinasi diperoleh sebesar 87%, angka ini menunjukkan seberapa besar pengaruh nilai anak terhadap komunikasi keluarga. Sementara 12% dipengaruhi oleh variable-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Presentase variable nilai anak, presentase tertinggi adalah spiritual yaitu sebesar 92%, kemudian dimensi sosial yaitu sebesar 80%, dan presentase yang terendah yaitu dimensi ekonomi sebesar 73%. Dimensi spiritual memiliki presentase tertinggi karena orang tua yang menyadari bahwa anak adalah anugerah dari tuhan yang tak ternilai, serta orang tua menanamkan nilai-nilai agama pada anak mereka.. Sedangkan dimensi ekonomi menempati presentase terendah karena Dapat dinyatakan bahwa responden memiliki pandangan bahwa anak sebagai investasi ekonomi dan penopang ekonomi keluarga serta mereka menjadikan anak sebagai penjamin di hari tua nanti.

Presentase variable komunikasi keluarga, presentase tertinggi adalah kesamaan yaitu sebesar 65%, kemudian dukungan 64%. Presentase yang terendah yaitu perasaan sebesar 44%. Dimensi kesamaan memiliki presentase tertinggi karena toleransi antara keluarga sangat besar, dan orang tua memahami perasaan atau keputusan yang diambil oleh anak-anak mereka. Sementara itu, dimensi perasaan menempati presentase terendah karena mereka masih mempunyai

perasaan yang negative kepada anak mereka serta kurang menghargai perasaan antara anggota keluarga.

Berdasarkan uji regresi diperoleh dengan rumus persamaan sebagai berikut : $Y=26.598+1.000X$. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap penambahan pada variable nilai anak akan dikalikan 1.000 dan ditambahkan dengan nilai konstanta 26.598. signifikan $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa persamaan yang ada dapat signifikan, perhitungan linieritas diperoleh $F_{hitung} (1.004) < F_{tabel} (4.01)$. Sehingga persamaan tersebut dapat digunakan untuk memprediksi secara signifikan dan linier pengaruh nilai anak terhadap komunikasi keluarga.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara nilai anak dengan komunikasi keluarga, sehingga nilai anak yang dilakukan oleh anak dapat mempengaruhi komunikasi keluarga hingga anak memungkinkan untuk berkomunikasi dengan baik.
2. Berdasarkan hasil perhitungan signifikansi korelasi atau uji t menunjukan t_{hitung} sebesar 20.43 dan t_{tabel} 1.671. oleh karena itu maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($20.43 > 2.000$), hal ini menandakan bahwa terdapat hubungan positif antara nilai anak dengan komunikasi keluarga .
3. Hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 87%, artinya nilai anak berpengaruh 87% terhadap komunikasi keluarga, sedangkan sisanya sebesar 12% dipengaruhi oleh factor-faktor lain.
4. Perhitungan regresi atau uji f memperoleh angka 26.598 yang adalah lebih besar dari F_{tabel} yaitu 4.01 ($26.598 > 4.01$) sehingga regresi dinyatakan signifikan, atau variable Nilai Anak dan Komunikasi Keluarga saling memberikan hubungan yang signifikan. Artinya semakin tinggi nilai anak maka

5.2 Implikasi

Hasil penelitian mengenai nilai anak dan komunikasi keluarga menghasilkan hubungan yang positif dan signifikan, artinya nilai anak berpengaruh terhadap komunikasi keluarga. Nilai anak yang dimaksud tentu merupakan yang memiliki hubungan dengan komunikasi keluarga. Nilai anak antara spiritual, psikologis, sosial, ekonomi.

Nilai anak diatas terbukti mempengaruhi komunikasi keluarga sekaligus menjadi pendukung teori para ahli. Melalui nilai anak yang dilakukan anak dengan orang tua dapat mempengaruhi komunikasi keluarga. Nilai anak yang ditemui di masyarakat daerah Jl. Raya Condet tidak semuanya baik. Namun melalui penelitian ini diketahui bahwa nilai anak berpengaruh 87% terhadap komunikasi keluarga. Oleh karena itu betapa pentingnya manfaat nilai anak bagi orang tua.

Upaya orang tua sangat besar kaitanya terhadap pelaksanaan nilai anak, dengan demikian orang tua perlu lebih memperhatikan nilai anak pada anak mereka demi mendukungnya komunikasi keluarga yang baik.

5.3 Saran

Bedasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Orang tua diharapkan memperhatikan nilai anak dan menerapkan kebiasaan-kebiasaan yang baik mengenai nilai-nilai anak dalam keluarganya, karena dari kebiasaan keluarga menerapkan nilai anak itu yang akan mempengaruhi komunikasi suatu keluarga.
2. Orang tua perlu meningkatkan komunikasi dengan anak yang dilakukan bersama-sama seperti memberikan cinta kasih sayang, stimulasi dan kebahagiaan, penghargaan kompetensi dan kreatifitas.
3. Orang tua perlu mempertahankan kebiasaan berdiskusi, toleransi terhadap anak memahami perasaan satu sama lain anggota keluarga, serta memotivasi anak agar dapat terjalinnya komunikasi keluarga yang baik.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian lanjutan yang lebih luas dan mendalam, terutama yang berkaitan dengan nilai anak dan komunikasi keluarga sehingga penelitian tersebut dapat dijadikan referensi dalam penelitian yang akan mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. [Online]. Tersedia di: <http://kbbi.web.id/hasil>. Diakses 24 Agustus 2016, pukul 20.18 WIB
- Ali, Mohammad dan Mohammad Asrori. (2005). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. PT Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan Praktik*: Bandung: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bandung: PT Rineka Cipta.
- A.Sari.2010. *Pengaruh Pola Komunikasi Keluarga dalam Fungsi Sosialisasi Keluarga Terhadap Perkembangan Anak*. Jurnal Komunikasi Pembangunan.
- Bruham Bungin. (2008). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Dustin L. Redmond, (2010). *The effect of video games on family communication and interaction*. [Online]. Tersedia di: <http://lib.dr.iastate.edu/etd> Part of the Family, Life Course, and Society Commons.
- Djaali, (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Djamarah, Saiful Bahri (2014). *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Haryanto, Melly Latifah, (2011). *Study Nilai Anak, Jumlah Anaka yang Diinginkan , dan Keikut Sertaan Orang Tua dalam Program KB*. Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen.37-45.
- Kurniadi, Ardhi, (2010). *Intesitas Komunikasi Keluarga dan prestasi belajar Anak*. [Skripsi]. Program study Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret.
- Lunandi , A.G , (1994) . *Kumunikasi Peningkatan Epektifitas Komunikasi Antara Pribadi*. Yogyakarta : Karnisius.
- Marseliana, (2011), *Hubungan Pola Komunikasi Remaja 14-17 Tahun dalam Keluarga dengan Perkembangan Sosial Remaja di SMK Mandiri Bojong Gede Bogor*. [Skripsi]. Program Study Ilmu Keperawatan, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
- Mufida, Hilmi. 2008. *Komunikasi Antara Orangtua dengan Anak dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Anak (Studi Kasus di SMP Islam Al-Azhar 2 Pejaten*

Jakarta Selatan .[Skripsi]. Jurusan Pendidikan Agama Islam fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Nofia Mutiara Bahri,(2013), *Pengaruh Nilai Anak Terhadap Prilaku Investasi Anak pada Keluarga Miskin dan Tidak Miskin*. [Skripsi]. Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Putri, Cahyang Yanisa Y.P.2014.*Hubungan Persepsi Nilain Anak dengan Jumlah Jenis Kelamin yang diinginkan Pada Wanita Usia Subur Pranikah di Perdesaan*. Jurnal Biometrika dan Kependudukan.

Ramadhani, Rio.2013. *Komunikasi Interpersonal Orangtua dan Anak dalam Membentuk Perilaku Positif anak pada Murid SDITKORDOVA SAMARINDA*. Jurnal Ilmu Komunikasi

Rostiati, Hafizah Sidi.2012. *Pola Komunikasi Keluarga dalam Mengenalkan dan Menanamkan Nilai Budaya Kepada Anak (Studi Dekriptif Penerapan Pola Komunikasi Pengenalan Budaya Sunda Pada Keluarga Keturunan Kerajaan Sumedang Larang*. Jurnal Ilmu Komunikasi.

Ridwan Saidi, (1997). *Profil Orang Betawi Asal Muasal, Kebudayaan dan Adat istiadat*. Jakarta : Gunara Kata .

Sendjaja, S, Djuarsa, 2007 .*Teori Kumunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.

Setyowati, Yuli. 2005. *Pola Komunikasi Keluarga dan Perkembangan Emosi Anak (Studi Kasus Penerapan Pola Komunikasi Keluarga dan Pengaruhnya Terhadap Perkembangan Emosi Anak Pada Keluarga Jawa)*. Jurnal Ilmu Komunikasi

Sinta, Susanto Putri, 2006. *Hubungan Antara Nilai Anak, Pola Asuh dan Aktivitas Anak Sibuk*. [Skripsi].Program Study Gizi Masyarakat dan Sumber Daya Keluarga, Fakultas Pertanian IPB Bogor.

Sugiyono (2012).*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuanttitatif*

Kualitatif dan R & D.Bandung : Alfa Beta Widjaja H.A.W, (1987). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : rinaka Cipta.

Wiryanto,MA.Dr,2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Gramedia.