

Tugas pertemuan ke-11

Teknik Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif menurut para ahli merupakan sebuah cara berkomunikasi dengan tujuan yang jelas dan terarah, dimana tujuan tersebut adalah untuk merubah perilaku seseorang yang dijadikan target komunikasi atau biasa disebut komunikan. Sedangkan teknik Komunikasi Persuasif adalah sebuah cara atau teknik menyampaikan pesan atau informasi pada saat melakukan suatu komunikasi dengan orang lain dengan cara membujuk atau mempengaruhi orang tersebut dengan cara yang halus dan sopan.

Tujuan dilakukannya komunikasi persuasif adalah untuk mencapai keinginan dari seseorang yang memberikan komunikasi, atau biasa kita sebut sebagai komunikator. Pada hakikatnya, Teori Komunikasi Persuasif Menurut Para Ahli mengandung unsur AIDDAS. AIDDAS yang dimaksudkan disini adalah Attention (Perhatian), Inters (Minat), Desire (Hasrat), Decision (Keputusan), Action (Aksi/tindakan), Satisfaction (Kepuasan). Artinya penggunaan komunikasi persuasif itu sendiri harus memberikan perhatian kepada lawan bicara, agar lawan bicara tersebut memiliki minat atau hasrat yang kuat untuk mengambil sebuah aksi atau keputusan. Pada akhirnya komunikasi persuasif yang dijalankan atau dilakukan memberikan kepuasan kepada kedua pihak.

Ketika Anda selaku komunikator ingin menjalankan komunikasi persuasif, tentunya Anda harus mengetahui dan mempelajari Teknik Komunikasi Efektif yang baik digunakan pada saat komunikasi sedang berlangsung. Teknik komunikasi yang anda gunakan tersebut akan dikatakan berhasil jika Komunikasi Antar Pribadi, Komunikasi Bisnis, Komunikasi Bisnis Lintas Budaya, Komunikasi Pembelajaran, Komunikasi Intrapersonal, Komunikasi Multimedia, yang anda lakukan dengan cara Komunikasi Langsung dan Tidak Langsung, tersebut mampu mengubah sikap dan tindakan seorang komunikan yang Anda targetkan. Pada komunikasi persuasif, biasanya dapat kita temui pada beberapa bentuk komunikasi seperti :

- Iklan atau pamflet yang biasa kita temui pada Komunikasi Pemasaran
- Dakwah atau khotbah keagamaan
- Pembelajaran disekolah
- Area pusat perbelanjaan
- Pemerintahan

Karena Macam-macam Media Komunikasi yang bermunculan sekarang ini, komunikasi persuasif juga dapat kita temukan pada model model komunikasi seperti Model Komunikasi Barnlund, Model Komunikasi Gudykunst, Model Komunikasi Transaksional, Model Komunikasi Antar Pribadi, Model Komunikasi Data, Model Komunikasi Schramm, Model Komunikasi Linear, Model Komunikasi Aristoteles, serta model-model komunikasi lainnya yang sering digunakan.

Untuk mencapai teknik Komunikasi yang Efektif, tentunya harus melewati beberapa Proses Komunikasi Efektif agar Tahap-tahap Komunikasi yang nantinya akan dilakukan boleh dikatakan memiliki sebuah Strategi Komunikasi Efektif. Cara Berkomunikasi Dengan Baik juga sangat diperlukan untuk menjalankan teknik komunikasi persuasif agar komunikasi yang dilakukan tidak akan menjadi sulit karena Hambatan-hambatan Komunikasi sudah berhasil diminimalisir. Beberapa cara atau teknik yang harus dipelajari antara lain :

- Pelajari cara merubah sikap seorang komunikan.

- Ubah pendapat seorang komunikan agar sama dengan pendapat Anda selaku komunikator.
- Ubah komunikan beserta pola pikirnya.
- Pelajari perubahan sosial yang terjadi.
- Berkomunikasilah dengan lancar.
- Perkuat komunikasi yang Anda lakukan menggunakan 3V, yakni verbal, visual, dan vocal.
- Bersikap humoris pada lawan bicara Anda.
- Pelajari menggunakan bahasa yang sopan.
- Jangan memakai kata kasar dan berbau SARA.
- Komunikator harus mampu membujuk komunikan tanpa paksaan dan tanpa kekerasan.
- Komunikator mempunyai kredibilitas tinggi.
- Komunikator mempunyai pengetahuan tentang apa yang akan disampaikannya.
- Pesan harus masuk akal dan dapat diterima oleh komunikan.
- Pengaruh lingkungan.
- Pengertian dan kesinambungan suatu pesan.

Selain kemampuan dalam menyampaikan pesan serta teknik-teknik diatas, masih banyak terdapat aspek-aspek lain yang harus diketahui oleh seorang komunikator. Antara lain :

1. Penyampaian pesan yang baik

Penyampaian pesan dari seorang komunikator akan mempengaruhi sikap komunikan jika pesan tersebut disampaikan dengan baik, tidak bertele-tele dan langsung pada point pembicaraan. Jika penyampaian pesan tersebut dilakukan dengan baik, maka sikap dan perilaku komunikan dapat dipastikan akan berubah mengikuti kemauan komunikator. Namun, jika penyampaian pesan yang dilakukan oleh seorang komunikator tersebut terkesan bertele-tele, tidak memiliki solusi atau bahkan terkesan memaksa, maka dapat dipastikan komunikan sebagai pendengar akan pergi dan menghindar. Penyampaian pesan yang baik merupakan salah satu Penerapan Strategi Komunikasi dalam Pembelajaran.

2. Komunikator sebagai pemilik kuasa

Komunikator dapat menimbulkan sikap tunduk dari seorang komunikan, karena komunikator bertindak sebagai pemegang kekuasaan. Tapi, kekuasaan tersebut tidak boleh digunakan untuk menekan komunikan pada saat komunikasi terjadi. Komunikator sebagai pemilik kekuasaan dapat kita lihat pada beberapa profesi seperti guru, pemerintah, sales promotion, dan lain sebagainya yang menggunakan komunikasi persuasif untuk mengambil sebuah keputusan dan kesepakatan.

3. Berikan keleluasaan terhadap komunikan

Pada saat berkomunikasi, seorang komunikan harus diberi kebebasan sebebannya untuk melihat baik dan buruknya sebuah pesan yang disampaikan. Jangan memaksa komunikan agar mengikuti perkataan, tapi berusaha agar dia mengikuti perkataan komunikator atas kesadaran sendiri. Karena jika seorang komunikan merasa dirinya tidak bebas atau cenderung dipaksa, kemungkinan besar komunikan tersebut akan berontak dan membantah semua perkataan yang diucapkan atau disampaikan komunikator.

4. Buat komunikan percaya

Pesan yang disampaikan oleh komunikator seperti kata-kata, gerak tubuh, intonasi suara dan lain sebagainya harus mampu membuat seorang komunikan percaya dan yakin dengan apa yang ia dengarkan. Kepercayaan yang berhasil dibentuk oleh komunikator, juga akan

mempengaruhi minat dari komunikan untuk berbagi pesan atau informasi. Jika komunikan telah percaya dan semakin percaya dengan komunikator, maka semua informasi yang diinginkan oleh komunikator akan mudah untuk didapatkan.

5. Pilih komunikan dengan teliti

Komunikan merupakan orang atau kelompok yang menjadi target seorang komunikator dalam melakukan persuasi, oleh karena itu komunikator harus teliti untuk memilih komunikan. Usahakan memilih komunikan yang memang gampang untuk dipengaruhi dan dibujuk.

6. Bentuklah tanggapan yang baik pada komunikan

Komunikasi persuasif bertujuan untuk menanamkan dan membentuk tanggapan komunikan pada sebuah komunikasi yang dilakukan. Oleh karena itu, seorang komunikator harus mampu membentuk tanggapan komunikan dengan baik.

7. Ciptakan kesan yang baik

Sebuah kesan yang baik akan terbentuk pada saat komunikasi pertama kali dilakukan. Oleh karenanya komunikator diharuskan mampu menciptakan kesan tersebut dengan baik bagi setiap komunikan yang ditemui. Kesan yang baik tersebut merupakan faktor penting dalam keberhasilan sebuah komunikasi persuasif.

8. Pahami komunikan dengan baik

Komunikator yang baik adalah yang mau mendengarkan setiap jawaban dari komunikan karena dengan mendengarkan komunikan, komunikator akan mengetahui karakter, keluhan, dan kebutuhan komunikan. Ketika semua hal pada komunikan sudah diketahui, maka untuk memahami komunikan tidak akan menjadi sulit dan komunikator akan mampu mempengaruhi emosi dan alam bawah sadar komunikan tersebut.

9. Tingkatkan keahlian Anda sebagai komunikator

Keahlian seorang komunikator juga akan sangat mempengaruhi kepercayaan, dan eksistensi dari seorang komunikan. Mengembangkan keahlian sebagai komunikator bertujuan agar komunikator tersebut lebih ahli dalam mempengaruhi dan melakukan persuasi kepada komunikan.

10. Berikan motivasi kepada komunikan

Menerapkan teknik motivasi menggunakan kompensasi dan insentif atau pemberian kata-kata yang menggugah semangat komunikan dapat menciptakan seperti hutang budi pada diri komunikan. Komunikan yang telah mendapatkan banyak motivasi dari komunikator akan merasa berkewajiban untuk membalasnya.

11. Carilah sumber-sumber bahasan yang terpercaya

Sumber bahasan yang terpercaya akan memberikan kesan bahwa seorang komunikator tersebut memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup. Hal ini juga akan membuat seorang komunikan lebih yakin mendengarkan setiap perkataan dari seorang komunikator.

12. Pelajari situasi pada saat melakukan komunikasi

Setiap komunikasi pasti dilakukan dalam berbagai situasi yang terjadi dan situasional lingkungan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, seorang komunikator harus mengetahui bagaimana situasi perasaan komunikan, situasi lingkungan, kondisi serta latar belakang tempat terjadinya komunikasi persuasif dilaksanakan.

13. Pilih media yang baik dan benar

Pemilihan media yang baik dan benar juga akan mendukung proses terjadinya komunikasi berjalan dengan baik. Banyak sekali macam macam Media komunikasi yang dipilih tersebut harus mampu menyampaikan pesan suara yang ingin disampaikan sesuai dengan keinginan dan makna yang direncanakan. Media tersebut bisa menggunakan televisi, radio, media

sosial, ataupun media massa lainnya yang dapat menyiarkan pesan dan menjangkau sasaran yang telah ditetapkan. Terdapat pula Media Komunikasi Politik yang bisa memuluskan anda dalam melakukan komunikasi persuasif.

14. Perhatikan efek yang timbul

Komunikasi persuasif yang dilakukan tentunya akan memberikan efek atau dampak kepada orang-orang yang telah dipilih dan dijadikan sebagai sasaran. Nah, agar proses tersebut tetap berjalan dengan baik, seorang komunikator harus memikirkan efek yang akan ditimbulkan setelah proses komunikasi terjadi. Jangan sampai efek yang ditimbulkan malah memberikan akibat yang buruk bagi komunikator ataupun komunikan itu sendiri. Mungkin dengan mengetahui Efek Media Massa Secara Umum akan membantu anda mencegah hambatan yang mungkin terjadi pada saat melakukan komunikasi persuasif.

15. Tentukan hasil yang diinginkan

Seorang komunikator juga harus menentukan hasil apa yang ingin dan akan dicapai jika proses komunikasi sudah terjadi. Hasil yang diinginkan misalnya adalah agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, membeli sebuah barang atau jasa dan lain sebagainya.

Teknik lainnya (16-20)

Selain teknik-teknik diatas, masih ada beberapa teknik komunikasi persuasif yang lain, yang mungkin juga dapat anda pelajari. Teknik tersebut adalah :

- **Teknik Asosiasi** yang menyajikan pesan dengan cara menggabungkannya dengan objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian komunikan.
- **Teknik Integrasi** yang menyatukan diri komunikator dengan diri komunikan dengan menggunakan kata-kata verbal yang bermakna menyatakan satu bagian atau satu sisi dengan komunikan, seperti menggunakan kata “kita”.
- **Teknik Ganjaran** merupakan teknik yang memperngaruhi seseorang atau kelompok dengan memberikan sebuah janji atau imbalan tertentu.
- **Teknik Red – Herring** yang biasanya digunakan komunikator ketika berada dalam posisi yang terdesak sehingga harus menghindari dari pertanyaan demi pertanyaan komunikan.
- **Teknik Tataan** yaitu menyusun pesan komunikasi agar enak didengar, dilihat atau dibaca serta memberikan efek agar komunikan mengikuti apa yang disarankan pada pesan yang dibuat tersebut.

Setelah melihat dan membaca penjelasan dari Pakar Komunikasi diatas, kami berharap agar setiap komunikasi persuasif yang Anda lakukan dapat berjalan dengan baik serta mencapai sasaran target yang Anda harapkan. Sebenarnya, seluruh teknik diatas dapat anda lakukan dengan mudah, ketika Anda memang benar-benar telah siap untuk menjadi seorang komunikator yang handal. Namun, tidak ada salahnya untuk mencoba teknik-teknik diatas meskipun Anda belum terlalu sering menjadi seorang komunikator.

Selain itu, teknik yang kami terangkan diatas juga dapat digunakan oleh Anda yang berprofesi sebagai sales promotion di sebuah perusahaan pencipta barang ataupun jasa. Semoga apa yang kami rangkum dan kamu tuliskan dari berbagai sumber terpercaya ini, dapat menambah pengetahuan anda tentang cara atau teknik komunikasi persuasif. Terimakasih, semoga bermanfaat.

TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF

Komunikasi Persuasif bertujuan memberi tahu, mengubah sikap, pedapat, atau perilaku. Persuasif dilakukan dengan cara luwes, halus, yang mengandung sifat-sifat manusiawi yang berdampak pada kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang.

Persuasif berlawanan dengan koersi, karena koersi mengandung sangsi dan ancaman. Perintah, suap, pemerasan, boikot yang berdampak pada perubahan sikap karena keterpaksaan.

Adapun teknik-teknik dalam komunikasi persuasif antara lain:

Teknik asosiasi

Penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkan pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak, yang sering dilakukan dunia bisnis dan politik.

Teknik Integrasi

Kemampuan komunikator menyangkutkan diri secara komunikatif dengan komunikan, menggunakan kata-kata verbal atau nirverbal, yang menggambarkan komunikator “senasib” dengan komunikan.

Teknik Ganjaran

Teknik mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau yang memberi harapan. Berbeda dengan teknik *fear arousing* (pembangkit rasa takut) yang menggambarkan konsekuensi buruk dengan menjanjikan hukuman. Teknik ganjaran dpt menumbuhkan kegairahan emosional, *fear arousing* dpt menimbulkan ketegangan emosional.

Teknik tataan

Teknik tataan adalah menyusun suatu pesan dalam komunikasi secara sistematis, sehingga seseorang akan terpengaruh dan tertarik terhadap isi pesan tersebut. Seorang komunikator dituntut untuk memiliki keterampilan dalam menyusun kata perkata dalam menyampaikan pesan. Pesan akan mudah dipahami dan komunikan akan tertarik untuk mengikuti kata-kata yang disampaikan oleh komunikator. Pesan yang disampaikan biasanya berisi imbauan-imbauan untuk komunikan.

Teknik Red – Hiring

Teknik ini dilakukan oleh komunikator pada waktu yang mendesak. Teknik integrasi dalam komunikasi persuasif ini menitikberatkan pada penguasaan materi karena teknik ini berhubungan dengan perdebatan, sehingga membutuhkan sebuah argument yang kuat untuk menjadi pemenang. Seorang komunikator akan mengalihkan pembicaraan yang didebatkan ke arah materi yang dikuasainya maka peluang untuk menang dapat terwujud.

RESUME

KOLABORASI DAN NETWORKING

(Dosen Pembimbing : Prof. Isna Wijayani, M.Si., Ph.D.,)

Pada dasarnya, komunikasi adalah hidup kita. Setiap hari, kita tak pernah lepas dari kegiatan komunikasi. Betapapun kecilnya kegiatan komunikasi itu, tetap dinilai sebagai kegiatan interaksi komunikasi. Di mana pun Anda berada, di sana akan selalu ditemui yang namanya komunikasi. Komunikasi berada di mana saja, kapan saja, dan siapa saja. Jika Anda melakukan kegiatan komunikasi, dan Anda mempunyai keinginan untuk mempengaruhi orang lain melalui kata-kata Anda, maka pada saat itu Anda sedang melakukan komunikasi yang khusus, yang disebut komunikasi persuasive.

Falsafah Komunikasi Persuasif etiap orang, siapa pun dia, pasti berkomunikasi. Fenomena komunikatif terdapat di mana saja. Ketika Anda di rumah, di tempat kerja, di balai desa, bahkan (maaf) di kamar kecil pun Anda baik sadar maupun tidak, sedang melakukan komunikasi. Komunikasi ada dan selalu ada di dalam setiap aspek kehidupan manusia. Hasil penelitian para pakar komunikasi menunjukkan bahwa sekitar 70% waktu bangun manusia digunakan untuk berkomunikasi. Urutannya adalah mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis. Sekitar 10 sampai 11 jam, setiap harinya, manusia melakukan perilaku komunikasi verbal (Berlo, 1961). Manusia dan komunikasi merupakan satu kesatuan. Komunikasi melekat pada diri manusia. Seorang pakar komunikasi menyatakan, *we can not communicate*. Namun demikian, karena kita sudah terbiasa melakukan komunikasi, maka tidak heran jika merasa bahwa komunikasi tidak perlu dipelajari.

Hal ini terlihat manakala pesawat televisi di rumah kita mengalami kerusakan, maka kita membawa pesawat TV tadi ke tukang reparasi TV. Jika kendaraan bermotor kita tidak bisa jalan, kita memanggil montir mobil atau motor. Jika badan kita terasa sakit, kita berobat ke puskesmas atau ke dokter. Namun, jika kita mengalami problema komunikasi, kita cenderung untuk mengatasinya sendiri. Jadi kita merasa ahli di bidang komunikasi. Apakah memang demikian kenyataannya? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, marilah kita tinjau falsafah komunikasi, terutama komunikasi persuasif. Kata "falsafah" barangkali tidak asing lagi di telinga Anda. Kata tersebut sering diucapkan oleh hampir setiap orang. Jika Anda ditanya apa falsafah negara kita? Tentu Anda akan menjawab Pancasila.

Falsafah Komunikasi Persuasif Falsafah komunikasi persuasif, seperti halnya ilmu-ilmu yang lain, berangkat dari tiga pertanyaan berikut. Apa yang dikaji oleh ilmu ini? Bagaimana cara memperoleh pengetahuan ini? Untuk apa pengetahuan ini digunakan? Pertanyaan pertama disebut ontologi (questions of existence); pertanyaan kedua disebut epistemologi (questions of knowledge), dan pertanyaan ketiga disebut aksiologi (questions of value).

Teknik Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif menurut para ahli merupakan sebuah cara berkomunikasi dengan tujuan yang jelas dan terarah, dimana tujuan tersebut adalah untuk merubah perilaku seseorang yang dijadikan target komunikasi atau biasa disebut komunikan. sedangkan teknik Komunikasi Persuasif adalah sebuah cara atau teknik menyampaikan pesan atau informasi pada saat melakukan suatu komunikasi dengan orang lain dengan cara membujuk atau mempengaruhi orang tersebut dengan cara yang halus dan sopan.

Tujuan dilakukannya komunikasi persuasif adalah untuk mencapai keinginan dari seseorang yang memberikan komunikasi, atau biasa kita sebut sebagai komunikator. Pada hakikatnya, Teori Komunikasi Persuasif Menurut Para Ahli mengandung unsur AIDDAS. AIDDAS yang dimaksudkan disini adalah Attention (Perhatian), Inters (Minat), Desire (Hasrat), Decision (Keputusan), Action (Aksi/tindakan), Satisfaction (Kepuasan). Artinya penggunaan komunikasi persuasif itu sendiri harus memberikan perhatian kepada lawan bicara, agar lawan bicara tersebut memiliki minat atau hasrat yang kuat untuk mengambil sebuah aksi atau keputusan. Pada akhirnya komunikasi persuasif yang dijalankan atau dilakukan memberikan kepuasan kepada kedua pihak.

Ketika Anda selaku komunikator ingin menjalankan komunikasi persuasif, tentunya Anda harus mengetahui dan mempelajari Teknik Komunikasi Efektif yang baik digunakan pada saat komunikasi sedang berlangsung. Teknik komunikasi yang anda gunakan tersebut akan dikatakan berhasil jika Komunikasi Antar Pribadi, Komunikasi Bisnis, Komunikasi Bisnis Lintas Budaya, Komunikasi Pembelajaran, Komunikasi Intrapersonal, Komunikasi Multimedia, yang anda lakukan dengan cara Komunikasi Langsung dan Tidak Langsung, tersebut mampu mengubah sikap dan tindakan seorang komunikan yang Anda targetkan. Pada komunikasi persuasif, biasanya dapat kita temui pada beberapa bentuk komunikasi seperti :

- Iklan atau pamflet yang biasa kita temui pada Komunikasi Pemasaran
- Dakwah atau khotbah keagamaan
- Pembelajaran disekolah
- Area pusat perbelanjaan
- Pemerintahan

Karena Macam-macam Media Komunikasi yang bermunculan sekarang ini, komunikasi persuasif juga dapat kita temukan pada model model komunikasi seperti Model Komunikasi Barnlund, Model Komunikasi Gudykunst, Model Komunikasi Transaksional, Model Komunikasi Antar Pribadi, Model Komunikasi Data, Model Komunikasi Schramm, Model Komunikasi Linear, Model Komunikasi Aristoteles, serta model-model komunikasi lainnya yang sering digunakan. Untuk mencapai teknik Komunikasi yang Efektif, tentunya harus melewati beberapa Proses Komunikasi Efektif agar Tahap-tahap Komunikasi yang nantinya akan dilakukan boleh dikatakan memiliki sebuah Strategi Komunikasi Efektif. Cara Berkomunikasi Dengan Baik juga sangat diperlukan untuk menjalankan teknik komunikasi persuasif agar komunikasi yang dilakukan tidak akan menjadi sulit karena Hambatan-hambatan

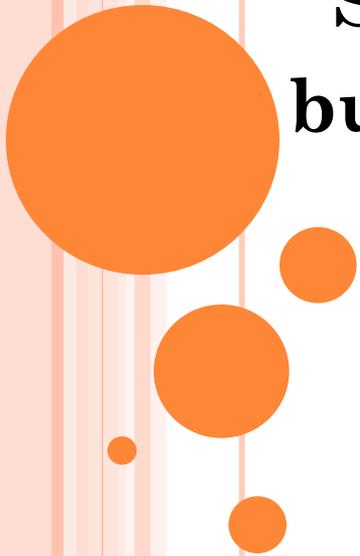
Komunikasi sudah berhasil diminimalisir. Beberapa cara atau teknik yang harus dipelajari antara lain :

- Pelajari cara merubah sikap seorang komunikan.
- Ubah pendapat seorang komunikan agar sama dengan pendapat Anda selaku komunikator.
- Ubah komunikan beserta pola pikirnya.
- Pelajari perubahan sosial yang terjadi.
- Berkomunikasilah dengan lancar.
- Perkuat komunikasi yang Anda lakukan menggunakan 3V, yakni verbal, visual, dan vocal.
- Bersikap humoris pada lawan bicara Anda.
- Pelajari menggunakan bahasa yang sopan.
- Jangan memakai kata kasar dan berbau SARA.
- Komunikator harus mampu membujuk komunikan tanpa paksaan dan tanpa kekerasan.
- Komunikator mempunyai kredibilitas tinggi.
- Komunikator mempunyai pengetahuan tentang apa yang akan disampaikannya.
- Pesan harus masuk akal dan dapat diterima oleh komunikan.
- Pengaruh lingkungan.
- Pengertian dan kesinambungan suatu pesan.

TUGAS PERTEMUAN KE-11

tugas :

**Silahkan baca materi lalu
buatlah Resume dan upload**



Mata Kuliah : Komunikasi Persuasi Strategi Negosiasi

Dosen Pengampuh : Prof. Hj. Isnawati, M. Si., Ph. D

Nama : YULI HIDAYATI

Komunikasi persuasif merupakan kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain atau sekelompok orang atau kemampuan untuk memberikan induksi keyakinan dan nilai-nilai ke dalam diri orang lain dengan mempengaruhi pemikiran dan tindakan mereka melalui strategi yang spesifik. Komunikasi persuasif biasanya dilakukan seseorang untuk merayu, membujuk, serta mengajak orang lain agar orang tersebut dapat mengikuti keinginannya.

Komunikasi persuasif biasanya dilakukan dengan cara yang sangat baik, dengan tutur kata yang halus sehingga komunikan yang diajak untuk berbicara dapat terpengaruh, oleh karena cara komunikasi yang baik tersebut dapat menarik perhatian komunikan, walaupun kemungkinan komunikan sendiri dapat menerka keinginan dan maksud dari komunikator tersebut, akan tetapi telah merasa nyaman dan senang atas komunikasi yang telah berlangsung sehingga dapat mengikuti keinginan komunikator dengan rasa senang.

Sebagai komunikasi ‘tingkat tinggi’, komunikasi persuasif memerlukan teknik dan usaha yang lebih dari sekadar komunikasi yang bertujuan untuk menjelaskan dan menumbuhkan pengetahuan/pemahaman. Sebenarnya dalam kehidupan sehari-hari banyak dijumpai komunikasi persuasif yang tidak kita sadari karena memang banyak yang menggunakan cara-cara halus. Orang tidak menyadari kalau sedang dipersuasi, tetapi akhirnya melakukan sesuatu sesuai dengan informasi yang di terimanya. Contohnya seperti iklan-iklan yang ditayangkan di televisi, masyarakat dipersuasif dengan cara yang sangat baik, walaupun tidak terjadi komunikasi timbal balik, akan tetapi pesan yang disampaikan lewat iklan-iklan yang menarik dapat membuat masyarakat percaya akan informasi yang diterima sehingga akhirnya membeli produk-produk yang diiklankan.

Dalam komunikasi persuasif, komunikator dapat menggunakan beberapa teknik persuasive menurut Effendy (2014) antara lain :

1. *Asosiasi*

Merupakan penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

2. *Integrasi*

Integrasi ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti melalui kata-kata verbal atau non-verbal. Hal ini ditandai dengan cara komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

3. *Ganjaran* Merupakan kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. Teknik ganjaran ini biasanya digunakan oleh orang-orang yang sedang kampanye, dimana masyarakat diiming-imingi dengan Visi dan Misi para calon wakil rakyat.

4. *Penataan*

Penataan adalah terjemahan dari *iching* (upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut). Penataan atau *iching technique* dalam kegiatan persuasi ialah seni menata pesan dengan imbauan emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa, sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya. Dalam hal ini, komunikator mempertaruhkan kehormatannya sebagai pusat kepercayaan.

5. *Redherring*

Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif, teknik *red-herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini digunakan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak.

Tugas pertemuan ke-11

Komunikasi Persuasif

Untuk menguasai teknik persuasi, faktor-faktor yang diperlukan antara lain sebagai berikut.

(1) Mampu berpikir dalam kerangka acuan yang lebih besar untuk penggunaan teknik yang tepat dalam suatu keadaan tertentu. (2) Mampu menegakkan kredibilitas. (3) Mampu berempati. (4) Mampu menunjukkan perbedaan dengan sasaran. (5) Mampu mengetahui saat-saat yang tepat untuk menggiring audiens pada pesan yang diberikan. (6) Mampu mengetahui kapan alat bantu komunikasi digunakan, dan lain-lain.

Persuasi merupakan tindakan memanipulasi simbol untuk menghasilkan perubahan melalui “tingkah laku evaluatif” dan “tingkah laku pendekatan-penghindaran” atau “sikap”.